

PROVENCE TOURISME

RAPPORT — D'ACTIVITÉS 2024



Martine VASSAL
Présidente du Conseil
départemental
des Bouches-du-Rhône
Présidente de la Métropole
Aix-Marseille-Provence
1^{ère} Vice-Présidente
de "Départements de France"

En 2024, Provence Tourisme a relevé les défis d'une année exceptionnelle avec les Jeux Olympiques et Paralympiques qui ont fait vibrer notre territoire sur terre, avec le relais de la flamme, comme sur mer, grâce aux épreuves de voile qui ont fait découvrir au monde entier la beauté de la rade de Marseille.

Pour autant, ce bilan reste assombri par les incertitudes sociales et économiques qui touchent l'ensemble du pays et affectent particulièrement les métiers en tension.

Ce rapport d'activités illustre le travail annuel de l'agence départementale de tourisme qui se mobilise au quotidien pour faire rayonner la Provence et partager au plus grand nombre ses richesses naturelles et patrimoniales.

Je tiens à saluer les efforts et la rigueur déployés par les agents qui ont abouti cette année à la certification ISO 20121 des actions portées par l'association. Cette norme internationale inscrit la notion de développement durable au cœur des activités événementielles et offre l'assurance d'un héritage positif pour les générations futures par l'optimisation de la consommation d'eau, d'énergie et de la gestion des déchets de chaque prestation.

Cette reconnaissance est une immense fierté professionnelle et humaine, pour Provence Tourisme et le Département.

L'utilisation de Flux Vision rejoint cette même volonté de bâtir un tourisme durable dans un cadre stratégique. En exploitant ses données statistiques exhaustives depuis 10 ans, Provence Tourisme accompagne les décideurs territoriaux et les élus, au plus près de la réalité du terrain.

Enfin, la conciergerie numérique MIA marque l'intégration de l'intelligence artificielle dans la constante démarche d'adaptation de l'agence départementale aux évolutions technologiques.

Le tourisme est un secteur qui embrasse de nombreux domaines : industriels, commerciaux, culturels, sociaux et qui est un vivier d'emplois et de retombées économiques importantes pour notre territoire.

Nous devons, collectivement, poursuivre notre action pour que la Provence puisse rester une destination qui fait rêver le monde entier !

2024 restera gravée comme l'année olympique en Provence.

Au-delà des performances des athlètes, c'est la réussite de tout un territoire qu'il convient de saluer : celle de ses acteurs publics et privés, de ses résidents, qui ont su relever le défi des Jeux en démontrant au monde la qualité de notre accueil lors de manifestations d'envergure internationale.

À l'unisson de l'événement, la Provence s'est mobilisée avec enthousiasme, fierté et exigence. Provence Tourisme et ses partenaires ont placé l'hospitalité et l'expérience Provence au cœur de leurs actions, faisant de cette opportunité un levier d'amélioration durable des infrastructures touristiques, de l'image du territoire et de l'accueil.

Cette dynamique répondait à une double ambition : faire vivre un moment fort ici, en Provence, et laisser une empreinte positive au bénéfice des habitants comme des visiteurs.

La présence des JO sur nos terres a amplifié les actions régaliennes de Provence Tourisme et a suscité une ambition supplémentaire. Les projets se sont poursuivis, intensifiés et renouvelés. L'agence a œuvré pour une amélioration continue de la gestion des flux et de la connaissance de ses clientèles grâce aux avancées de son outil Flux Vision Tourisme ; pour créer et promouvoir des événements durables avec MPG ; et, plus généralement, pour ancrer un tourisme de proximité, au plus près des attentes des résidents et des aspirations des voyageurs, avec L'Expérience Provence. Ses missions d'accompagnement et de conseil auprès des professionnels du territoire ont été largement plébiscitées : Culture Store, Festival Store, labellisations Clé Verte et Écotable, animation du réseau des offices de tourisme...

Provence Tourisme continue à œuvrer avec la volonté de faire ensemble et de faire durable, dans une logique de coopération et de transition.

À l'horizon 2025, une nouvelle étape s'ouvre : celle de la co-construction du 7^e schéma de développement touristique, pour une Provence toujours plus accueillante, innovante et responsable.



Danielle MILON
1^{ère} Vice-présidente du Conseil
départemental des Bouches-
du-Rhône
Vice-présidente de la Métropole
Aix-Marseille-Provence,
déléguée à l'attractivité
du territoire et au tourisme
Présidente de Provence Tourisme
Maire de Cassis



© I. Hamming & M. Colin

AU SOMMAIRE

Écosystème	_____	P. 6
Équipe	_____	P. 8
Conseil d'administration	_____	P. 10

■ Prélude	_____	P. 12
2024, UNE ANNÉE FORTE EN SYMBOLES CALENDRIER DES ACTIONS		

■ Les chemins empruntés	_____	P. 18
EXPLORER OUVRIR LA VOIE VOYAGER AUTREMENT OSER L'HOSPITALITÉ VOIR PLUS LOIN FAIRE COMMUNAUTÉ		

■ La parenthèse gastronomique	_____	P. 36
EFFERVESCENTE GASTRONOMIE ÉTAPE DANS LES VIGNES		

Carnet de voyage En terres olympiques	_____	P. 41
--	-------	-------

■ Les rendez-vous	_____	P. 50
--------------------------	-------	-------

■ Panorama	_____	P. 56
-------------------	-------	-------

■ Perspectives	_____	P. 60
-----------------------	-------	-------

L'essentiel	_____	P. 62
--------------------	-------	-------

Écosystème

PROVENCE TOURISME

Agence d'attractivité touristique des Bouches-du-Rhône.

Missionné par le Département des Bouches-du-Rhône et la Métropole Aix-Marseille-Provence, Provence Tourisme agit en faveur de la coordination des acteurs et de l'attractivité de la destination.

info@myprovence.fr



myprovence.fr

Média grand public de Provence Tourisme
"TOUJOURS LOCAL, JAMAIS BANAL"

Myprovence.fr pour les résidents et visiteurs du territoire.

My Provence, c'est le média de Provence Tourisme. Un média du local. Celui qui fait voyager à quelques kilomètres de chez soi, qui dépayse au coin de la rue, qui fait redécouvrir l'immense richesse du territoire.

Ses Newsletters

News Agenda, tous les jeudis, sur les événements à ne pas manquer pour le week-end.

News thématiques, en fonction de l'actualité.

Ses Réseaux Sociaux

 @myprovenceofficiel

 myprovenceofficiel

 @myprovence

 My Provence

Son outil conversationnel basé sur l'IA
Myprovence.fr / MIA



mpggastronomie.fr

Site de Marseille Provence Gastronomie
"BIENVENUE EN PROVENCE !"

Du champ à l'assiette, de la cuisine familiale au chef étoilé et d'un bout à l'autre du département, la gastronomie est fêtée sur **mpggastronomie.fr**.

Toute la programmation MPG réunie et détaillée, billetterie en ligne et bourse aux billets.

Sa Newsletter

Événement de la quinzaine, tous les 15 jours valorise les événements labellisés MPG

Ses Réseaux sociaux

 @mpggastronomie

 MPGastronomie

myprovence.pro

Site dédié aux professionnels du tourisme
"Ensemble pour un autre tourisme"

Myprovence.pro porte haut et fort l'engagement de Provence Tourisme pour fédérer tous les acteurs du tourisme, afin de les amener à penser et agir pour préserver l'intérêt des générations futures.

Des contenus réguliers, inspirants et originaux pour agir ensemble.

Sa Newsletter

Deux jeudis par mois, sur l'actualité de Provence Tourisme et ses partenaires.

Ses Réseaux Sociaux

 @Provence Tourisme

Équipe

PRÉSIDENTE

Danielle Milon
Présidente

COMMUNICATION

Marie LANSONNEUR
Responsable
Communication

- **Christelle ARIAS**
Chargée d'édition
et production
- **Annick BORDEYNE**
Attachée de presse
- **Aurélié CLAVEAU**
Chargée de
communication
- **Christelle GIUDICELLI**
Chargée de
communication
- **Marie-Anne HAUTH**
Infographiste

DIRECTION

Isabelle BRÉMOND
Directrice Générale

DIGITAL

Gilles ROLLAND
Responsable Digital

- **Farid GUECHAICHIA**
Animateur
numérique
- **Saphia CHAHID**
Chargée
marketing digital
- **Cédric COMBRIÈ**
Responsable
des systèmes
d'informations
- **Anne MARION**
Brand Content
Manager
- **Marwa REBEI**
Community
Manager

ÉTUDES & PROSPECTIVE

Anne PERON
Responsable Études
& Prospective

- **Anne AUTRET**
Chargée d'études
et observation
- **Nicolas GUERITAINE**
Chargé d'études

ÉVÉNEMENTIEL

Véronique VALTON
Responsable
Événementiel

- **Roland BICHAUD**
Chef de projet
événementiel

● **Julien CHAIX**
Chargé de production
et logistique

Valérie CARBONNE
Directrice Générale
Adjointe-Projets

TOURISME DURABLE

Karine TRAMIER
Responsable
Tourisme Durable

- **Solène CONAN**
Chargée de
developpement
& Référente
ISO 20121

PROMOTION

Alicia BANI
Responsable
Promotion

- **Nelly ESPOSITO**
Chargée de
promotion
- **Anne-Sylvie GAUTIER**
Chargée de promotion
international
- **Mélanie FOUBERT**
Consultante en
accessibilité -
Tourisme & Handicap

RESSOURCES HUMAINES & JURIDIQUE & CLASSEMENT

Muriel DESPRÈS
Responsable RH,
Juridique & Classement

- **Axel BARTORELLO**
Animateur du réseau
des offices de tourisme

● **Mireille TATAY**
Chargée de classement -
Locations saisonnières

● **Guillaume DEFLOU-CARON**
Chargé des affaires
juridiques et classement

FINANCES & SERVICES GÉNÉRAUX

Lorraine WAETERLOOS
Responsable Finances
& Services généraux

● **Christophe HOLTZINGER**
Comptable

● **Sarah BARAKA**
Assistante de gestion
administrative

● **Hakim AZOUANI**
Chargé technique
maintenance

● **Denis FERRATO**
Chargé technique
collectage et
distribution

PROVENCE TOURISME ACCUEILLE ET FORME :

- **Achille RAUSCHER**
Assistant événementiel
- **Andréa LE BIHAN**
Assistante RH

Conseil d'administration

PRÉSIDENTE D'HONNEUR

Martine VASSAL Présidente du Conseil départemental des Bouches-du-Rhône
Présidente de la Métropole Aix-Marseille-Provence
1^{ère} Vice-Présidente de "Départements de France"

PRÉSIDENTE

Danielle MILON 1^{ère} Vice-Présidente du Conseil départemental des Bouches-du-Rhône
Vice-Présidente de la Métropole Aix-Marseille-Provence,
déléguée à l'attractivité du territoire et au tourisme
Maire de Cassis

VICE-PRÉSIDENTE

Véronique DECOMBIS Office de tourisme d'Istres

TRÉSORIER

Jean François SUHAS Club de la Croisière

TRÉSORIER ADJOINT

Sébastien ABONNEAU Office de tourisme Arles Camargue

SECRÉTAIRE

Monique CASSAR Chambre de métiers et de l'artisanat de région
Provence-Alpes-Côte d'Azur

SECRÉTAIRE ADJOINT

Guyhem FÉRAUD Président du Syndicat Départemental de l'Hôtellerie de Plein Air

MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

CONSEILLERS DÉPARTEMENTAUX

Sabine BERNASCONI
Marie-Pierre CALLET
Didier REAULT
Danielle MILON

CONSEILLERS MÉTROPOLITAINS

Sarah BOUALEM
Bernard DEFLESSELLES
Didier PARAKIAN

REPRÉSENTANT DES MAIRES

Georges CRISTIANI

PETR DU PAYS D'ARLES

Michel PECOUT

CHAMBRES CONSULAIRES DU DÉPARTEMENT

Nicolas GUYOT (T*)/
Corinne PELLEGRINI (S*)
CCI Aix Marseille Provence
Monique CASSAR
CMAR
Laurent ISRAELIAN (S*)
Chambre Agriculture
Nathalie FREYZS
CCI Pays d'Arles

COMITÉ RÉGIONAL DU TOURISME

François de CANSON

OFFICES DE TOURISME DES STATIONS CLASSÉES

Sébastien ABONNEAU
Président OT Arles
Patricia NOSAL
Présidente OT Carry-le-Rouet
Michel FRAISSET
Directeur OT Aix-en-Provence
Véronique DECOMBIS
Présidente OT Istres
JP COCHET (T*) /
Marc THEPOT (S*)
Président OMT Congrès Marseille

UNION DES MÉTIERS ET DES INDUSTRIES HÔTELIÈRES

Marc BENETRIX

SYNDICAT DÉPARTEMENTAL DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

Guyhem FÉRAUD

ENTREPRISES DU VOYAGE

Christine CRISPIN

SYNDICAT DÉPARTEMENTAL DES AGENTS IMMOBILIERS

André PERRISSEL

S.N.C.F.

Valérie DURAND

PROVENCE PROMOTION

Philippe STEFANINI (T*)
Bernard DEFLESSELLES (S*)

CLUB DE LA CROISIÈRE

Jean-François SUHAS

AÉROPORT AMP

Julien BOULAY

* Titulaire

** Suppléant

Prélude

Notre territoire, une terre d'innovations, un véritable laboratoire pour imaginer un tourisme plus durable

2024, une année forte en symboles



© R.Grunchev / Helios Image

L'exigence de l'olympisme

2024 restera une année hautement symbolique pour le territoire. Le 8 mai, l'arrivée de la flamme olympique dans le Vieux-Port à bord du Belem est une image que nous ne sommes pas prêts d'oublier. Le monde entier avait les yeux rivés sur Marseille et le territoire. Une occasion pour nous, de nous dépasser et d'être exemplaires. Exemplaires en termes d'hospitalité, exemplaires en termes d'organisation, exemplaires en termes d'inclusivité, afin de donner à voir le meilleur du territoire, ses habitants, son environnement exceptionnel, sa cuisine, ses traditions et ses innovations. Chaque événement, et celui-ci est sans doute le plus important, nous challenge pour imaginer le tourisme de demain, un tourisme responsable pour les visiteurs mais aussi pour les résidents. Un tourisme inclusif, un tourisme durable, un tourisme avec et au plus près du local.

Cette année olympique aura entraîné dans son sillage tout le territoire et ses acteurs. Provence Tourisme, aux côtés du Département des Bouches-du-Rhône et de la Métropole Aix-Marseille-Provence, aura pris sa part dans cette formidable aventure avec un engagement fort sur la qualité de l'expérience Provence, l'hospitalité et la question de l'héritage de l'événement.

Les Jeux Olympiques auront été un véritable booster en amont et pendant la tenue des épreuves. L'événementiel a toujours été un déclencheur pour nous, les manifestations nous ont toujours poussé à réfléchir à la gestion des flux et à l'héritage. Ainsi Marseille Provence Capitale de la Culture en 2013 a créé les conditions nécessaires à la naissance du dispositif Flux Vision d'analyse des données mobiles pour faire un bond en avant sur la question de l'observation touristique. MP2013 a aussi beaucoup œuvré sur la question de l'héritage, comment capitaliser sur un événement, comment être profitable à un territoire, une fois la fête finie ? Cette année 2024 et l'accueil des JO a eu le même effet catalyseur.

Ce fut l'occasion d'innover avec MIA, une conciergerie en ligne intégrant l'IA pour répondre à toutes les questions de visiteurs étrangers, faciliter leur séjour et leur dispenser les meilleurs conseils, comme un local l'aurait fait ! L'afflux de visiteurs sur les épreuves, l'attrait de nouvelles clientèles touristiques, l'arrivée de la flamme au Vieux-Port, ont été autant d'opportunités de mesure pour Flux Vision Tourisme qui a déployé des dispositifs finement adaptés à chaque typologie d'événements.

Tout naturellement, MPG s'est mis aux couleurs des JO. L'esprit olympique a insufflé un vent d'allégresse au cœur du patrimoine culturel et gastronomique du territoire. Avec l'hospitalité comme fil conducteur, la programmation MPG 2024 a encensé les cuisines du monde et du pourtour méditerranéen dans une ode à la convivialité et à la sincérité, des notions essentielles en Provence.

L'innovation en marche

En 2024, c'est aussi l'anniversaire du dispositif Flux Vision Tourisme, projet visionnaire duquel Provence Tourisme a été un acteur de la 1^{re} heure. C'est tout naturellement à Marseille, où tout a commencé, que le dispositif a fêté ses 10 ans. Ce projet nous rappelle que c'est à l'occasion d'événements majeurs que les idées émergent, qu'une émulation et une dynamique permettent de faire des bonds en avant.

Cette année, Provence Tourisme et les équipes d'Orange Business, ont intégré l'IA au dispositif Flux Vision Tourisme et montent une marche. C'est le début des tests de nouveaux indicateurs sur la soutenabilité des territoires. Il s'agira de fournir des données sur la capacité d'un territoire à accueillir un tourisme acceptable pour une expérience profitable à la fois aux résidents et aux visiteurs. C'est là aussi toute la question d'un tourisme respectueux et vertueux. Derrière se dessine en creux, la question de la répartition des flux, des investissements dans les infrastructures, de la sécurité et bien plus encore.

Continuer la montée des marches

Pour mener à bien notre mission et tendre vers un tourisme durable, nous sommes persuadés que nous devons penser large et travailler ensemble, embarquer des domaines aussi variés que la culture, la gastronomie, l'agriculture, le sport, l'aménagement, le cadre de vie... C'est un sillon que l'on creuse d'années en années. Nous devons sortir des silos pour travailler ensemble : être unis, faire progresser le territoire dans sa globalité. La Convention des Entreprises pour le Climat nous a apporté cette dimension : réunir des informations parcellaires, travailler ensemble sur des dossiers concrets, embarquer tout notre écosystème, avoir de l'ambition à long terme et s'engager fortement pour avancer significativement et avec engagement. À titre d'exemple le travail entamé en 2023 a porté ses fruits avec l'obtention en 2024 de la certification ISO 20121 pour les événements labellisés MPG. Un travail de fond, de longue haleine et fortement engageant.

Chacune de nos actions est reliée aux autres par un fil, celui d'un tourisme régénératif et au plus près du local, avec les femmes et les hommes du territoire.



CALENDRIER DES ACTIONS

Janvier

- Dîners Préhistoriques
- Salon Food'in sud

Février

- La Grande Randonnée vers Paris
- Conseil d'Administration ADN Tourisme
- 7^e Édition Journées Jeunesse Emploi Tourisme
- MPG Média Club "L'agriculture dans les Bouches-du-Rhône"
- Atelier accessibilité
- Salon ID Week-end Tourisme ⁽¹⁾
- Finale Travel Camp Sud ⁽²⁾

Mars

- Salon International de l'Agriculture
- Publication Enquête clientèle départementale et régionale
- Visite officielle de la Ministre F. Khattabi
- Salon Rendez-vous en France
- Kick-off Provence Travel Innovation ⁽³⁾
- Lancement Festival Store ⁽⁴⁾
- COPIL Contrat de Destination

Avril

- Charte de l'Hospitalité "Bienvenue Provence"
- Déploiement de MIA ⁽⁵⁾
- Conseil d'Administration ADN Tourisme
- Les 10 ans de Flux Vision Tourisme
- Rencontre des licenciés de la Marque Provence
- Éductour "cinéma à Martigues"
- Journée annuelle Qualité Tourisme
- Lancement commercialisation MPG

Mai

- Signature AMI
- Soirée Taste of Provence
- Banquet Solidaire de Notre-Dame
- Les Déjeuners de la Flamme

- MPG Média Club "Dans les coulisses des Déjeuners de la Flamme"
- Relais de la flamme olympique dans le département
- Visites des collèves candidats au concours des Collèves Fleuris
- La Course à la Culture
- Publication de L'Enquête des Clientèles dans les Bouches-du-Rhône
- Club AMP2024 – Conférence sur "les impacts économiques des jeux" ⁽⁶⁾
- Exposition-vente des produits de la Marque Provence
- Conférence de presse de la 5^e édition des Dîners Insolites au salon Côté Sud
- Dispositif Flux Vision pour l'arrivée de la flamme

Juin

- Envie de balade
- Intervention Colloque Nature en ville
- Animation Cadre de vie au Conseil de Provence des Jeunes
- Éductour "Provence"
- Tournées du jury départemental des Villes et Villages Fleuris
- Rencontres Nationales du Tourisme à Vélo
- 4^e édition du Street-Food Festival
- Assemblée Générale de Provence Tourisme
- MPG Média Club "Demain, y aura-t-il encore du vin sur nos tables ?" ⁽⁷⁾
- L'Appel du Large
- Trophée 2024 du Tourisme Accessible pour le Museon Arlaten

Juillet

- Atelier Relations Presse PTI
- Tournée du Jury national des Villes et Villages Fleuris
- 5^e Édition des Dîners Insolites
- Conseil d'Administration ADN Tourisme
- Bilan Fréquentation Arrivée de la Flamme

- L'Appel du Large
- Apéros Méditerranéens

Août

- Bilan Fréquentation JO
- L'Appel du Large
- Apéros Méditerranéens
- Produits de la Marque Provence en vente exclusive à La Poste

Septembre

- Obtention certification ISO 20121/ 2012 ⁽⁸⁾
- L'Appel du large
- Apéros Méditerranéens
- Tournée du Jury Régional Villes et Villages Fleuris
- MPG Média Club "Pêche et alimentation durable"
- Conseil d'Administration ADN Tourisme
- Workshop France-Allemagne 2024
- Cérémonie du Concours départemental des Collèves Fleuris
- PTI au Salon IFTM
- COPIL du Contrat de Destination
- Étude Impact JO sur le territoire
- Grand Opening de Medinsoft ⁽⁹⁾

Octobre

- Challenge Travel Camp Sud
- Rencontre Nationale des Départements Fleuris
- Conférence de presse Bilan des JOP 2024 du COJO 2024
- Atelier Culture Atout France
- Étude sur l'activité estivale et la conjoncture d'octobre
- 5^e Rencontres du Tourisme Durable
- Atelier Accessibilité auprès des Musées partenaires du Culture Store
- Éductour croisière fluviale

Novembre

- Workshop Culture Store
- Éductour culture "Cézanne"
- Commission Tourisme & Handicap
- Atelier Digital dédié aux offices de tourisme
- Conseil d'Administration ADN Tourisme
- Étude "La clientèle touristique en séjour culturel"
- Voyage de presse "Mémoire et littérature en Provence"
- Meet-up Tourisme Durable par Acteurs du Tourisme Durable
- Réunion des Alumnis de la Convention des Entreprises pour le Climat ⁽¹⁰⁾

Décembre

- Renouvellement du label Département Fleuri
- Forum des Maires du département
- Éductour "Savoir-faire et Traditions"
- 50^e Cérémonie de Palmarès Villes & Villages Fleuris
- Présélection des candidatures Travel Camp Sud
- Comité de suivi du Contrat de Destination
- Clôture accompagnement PTI
- Mise en ligne Smartcontact ⁽¹¹⁾
- Travel Meet ⁽¹²⁾
- Commission Tourisme Responsable ADN Tourisme

JO 2024

8 mai :
Arrivée de la flamme - Vieux-Port
Marseille

24 juillet au 6 août :
Matches de football - Stade Vélodrome

28 juillet au 8 août :
Épreuves de voile - Marina Olympique

Les chemins empruntés

S'ils sont nombreux, ils pointent tous vers un tourisme vertueux, incarné par le local et jamais banal



© C. Dutrey

EXPLORER

Évaluer les événements MPG dans le cadre de la certification ISO 20121

En septembre 2024, Provence Tourisme a reçu la certification [ISO 20121 : 2012] pour l'ensemble de ses événements organisés à destination du grand public ou des partenaires professionnels dans les Bouches-du-Rhône. Cette certification implique une évaluation systématique des événements MPG pour répondre aux besoins de la norme. Ainsi, tout au long de l'année, 7 enquêtes ont été réalisées et traitées indépendamment : les Dîners Préhistoriques, le Banquet Solidaire, les Déjeuners de la Flamme, le Street Food Festival, les Dîners insolites et 2 enquêtes distinctes pour les Apéros de la Digue : une pour la période AMI cuisines méditerranéennes, une pour les autres dates. Ont ainsi été évalués : la satisfaction globale (90%), la restauration, les boissons, la réservation, l'expérience vécue et la fidélité à ces événements.

L'Observatoire en ligne

Propulsé par PowerBI, l'observatoire en ligne permet d'accéder à des données à jour, personnalisées par filtre. Fréquentation touristique, fréquentation hôtelière, offre d'hébergement, fréquentation des campings... filtrée par territoire, par commune, par période, par catégorie d'hébergement, par classement hôtelier, etc...

On y retrouve aussi toutes les données de l'étude de clientèle avec des filtres par saison et par origine de visiteurs. L'Observatoire en ligne compile toutes les infos utiles et personnalisées pour comprendre son territoire, son marché, préparer ou développer son activité. Une mine d'or pour les socio-professionnels !

myprovence.pro/la-source

Provence Tourisme & Flux Vision Tourisme by Orange, partenaires depuis 10 ans

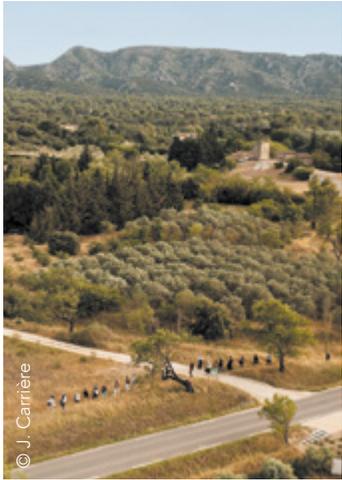
En 2024, c'est tout naturellement à Marseille, à l'Orange Vélodrome que les 10 bougies du dispositif Flux Vision, ont été soufflées. FVT comme on la surnomme, est une solution développée par Orange Business. Depuis sa création, elle a bénéficié du concours de Provence Tourisme, d'ADN Tourisme et de la Fédération nationale des organismes institutionnels du tourisme. Elle permet de convertir en temps réel des millions d'informations techniques issues de données anonymisées du réseau mobile grand public d'Orange en indicateurs statistiques fiables et précis pour mesurer la fréquentation d'une zone géographique et le déplacement des populations. Alors que depuis plus de 30 ans, Provence Tourisme est convaincu de l'importance de la mesure des flux touristiques, l'agence a travaillé sur le projet pilote dès 2012, veille de l'année Marseille, Capitale européenne de la Culture. Solution adoptée aujourd'hui par de nombreux territoires, sa fiabilité, sa rapidité (quasi en temps réel), sa pertinence ne sont plus à démontrer.

Bien connaître son territoire, sa fréquentation, sa clientèle... c'est l'assurance de prendre les bonnes décisions. Les indicateurs issus de Flux Vision sont à ce titre très utiles car ils permettent de zoomer sur les territoires touristiques qui composent chaque destination, y compris des petits territoires, sur lesquels les dispositifs précédents n'apportaient pas de réponse. Cela permet de suivre les évolutions d'une année sur l'autre, de voir les évolutions au cours des saisons touristiques, d'évaluer certains événements. Ont ainsi été observés la Féria d'Arles, l'Euro 2016, la Coupe du monde de Rugby, la venue du Pape et les Jeux Olympiques.

Dans les années à venir, l'observation devra poursuivre ses objectifs de mesure et s'intéresser à de nouveaux indicateurs d'évaluation des effets positifs comme négatifs du tourisme sur son environnement. En 2024, Provence Tourisme a initié une nouvelle expérimentation avec Orange Business en mêlant les données



© J. Vandal



© J. Carrière

de Flux Vision Tourisme à de l'Intelligence artificielle pour évaluer les seuils à partir desquels la fréquentation d'un territoire ne serait plus acceptable par les touristes comme les résidents.

Approfondir la connaissance des clientèles touristiques

En 2023, a été publiée une étude majeure de clientèle sur le territoire régional. Une étude majeure a été publiée en 2023, résultat d'un partenariat technique et financier auprès du Comité Régional de Tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur et de la Région Sud. Provence Tourisme, missionné par le Département des Bouches-du-Rhône et la Métropole Aix-Marseille-Provence, s'est fortement engagé dans ce travail.

En 2024, Provence Tourisme a traduit ces données pour ses partenaires. En résultent des études de clientèles ciblées sur le département, la métropole et la clientèle culturelle. Armée de chiffres récents et qualifiés, Provence Tourisme donne ainsi un nouvel éclairage sur la saisonnalité, les origines géographiques des clientèles, leur motif de séjour, leur choix d'hébergement, leur mobilité mais aussi leur satisfaction.

Étude départementale. Cette enquête a dévoilé que les Bouches-du-Rhône accueillent 9,2 millions de touristes, représentant 46,3 millions de nuitées. Cette clientèle touristique est essentiellement une clientèle française (74 % des séjours) venant pour moitié de Provence-Alpes-Côte d'Azur, d'Ile-de-France et d'Auvergne-Rhône-Alpes. La clientèle étrangère, qui réalise 26 % des séjours, vient essentiellement d'Allemagne, des États-Unis, du Royaume-Uni, d'Italie et de Suisse. En moyenne, les touristes séjournent 5 jours et dépensent 74 € par personne et par jour. Ce sont ainsi quelques 3,4 milliards d'euros de dépenses qui sont faites dans le territoire chaque année. Le département des Bouches-du-Rhône enregistre 22 % des séjours touristiques de la région sud, ce qui en fait le 3^e département d'accueil derrière le Var et les Alpes-Maritimes.

Étude métropole Aix-Marseille-Provence. La Métropole Aix-Marseille-Provence accueille 7,7 millions de touristes, qui réalisent 37,8 millions de nuitées, soit 81 % des nuitées départementales. Cette clientèle touristique est essentiellement une clientèle française (74 % des séjours) venant pour moitié de Provence-Alpes-Côte d'Azur, d'Ile-de-France et d'Auvergne-Rhône-Alpes. La clientèle étrangère, qui réalise 26 % des séjours, vient essentiellement d'Allemagne, des États-Unis,

du Royaume-Uni, d'Italie et de Suisse (11 % des séjours). En moyenne, les touristes séjournent 4,9 jours et dépensent 73 € par personne et par jour. Ce sont ainsi quelques 2,8 milliards d'euros de dépenses qui sont faites dans le territoire chaque année.

Étude clientèle culturelle. Au cours de leur séjour 31 % de cette clientèle visitent des musées et monuments et 12 % assistent à un événement culturel de type festival, concert, théâtre ou spectacle. Cela représente 2,8 millions de touristes extra-départementaux, qui génèrent près de 15,2 millions de nuitées, soit 33 % des nuitées départementales. Cette clientèle touristique est essentiellement une clientèle française (73 % des séjours) venant pour moitié de Provence-Alpes-Côte d'Azur, d'Ile-de-France et d'Auvergne-Rhône-Alpes. La clientèle internationale, qui réalise 27 % des séjours, vient essentiellement des États-Unis, d'Allemagne, de Suisse et d'Italie (52 % des séjours internationaux). En moyenne, les touristes en séjour avec une pratique culturelle restent 5,4 nuits et dépensent 72 € (contre 5 nuits et 74 € tous séjours confondus). Ce sont ainsi près d'1,1 milliard d'euros de dépenses qui sont faites dans le territoire chaque année par cette clientèle. Comparativement à l'ensemble des clientèles du département, ce segment présente quelques spécificités notamment une durée de séjour plus longue (5,4 jours vs 5 jours), une saisonnalité un peu différente (30 % des séjours en hiver vs 26 %) et un usage plus important du train (27 % des séjours vs 20 %).

L'intégralité des études sont disponibles sur le site : myprovence.pro

OUVRIR LA VOIE

Éco-tema, accompagner vers la durabilité

Éco-TEMA est une déclinaison du service d'accompagnement aux porteurs de projets touristiques ; son objectif est simple, apporter les expériences et expertises de Provence Tourisme dans le domaine de la transition écologique. Accompagnements pour un meilleur cadre de vie et vers le label Villes et Villages Fleuris, aux labels écoresponsables tels que Clef Verte et Écotable, et plus largement, pour répondre



© V. Prevost / AdobeStock



aux demandes de tous les partenaires touristiques et les guider vers un tourisme durable et responsable, en termes de méthode, de choix de labels et/ou de certification, de recherche de financements, de recherche de partenaires ou de prestataires.

Parmi les missions menées en 2024 : la commune de Saint-Étienne-du-Grès a bénéficié d'un accompagnement vers le label Villes et Villages Fleuris, et a obtenu sa 1^{re} fleur en 2024. Quant à la commune d'Allauch, elle sera présentée au jury régional en 2025 pour sa 1^{re} fleur. Citons également l'Académie des Bains de Forêt, association régionale qui développe ses sites de pratique, et qui a ainsi pu initier celui de Meyrargues. Ou encore le Loubatas, association d'éducation à l'environnement qui gère un écotôte de groupe, autonome en énergie, en pleine forêt provençale. S'appuyant sur les principes du développement durable, le lieu accueille des actions pédagogiques. Informer et sensibiliser ce public à la transition écologique était l'objet de l'accompagnement Éco-TEMA.

Clef Verte et Écotable, Provence Tourisme se met au vert

Depuis 2022, Provence Tourisme soutient les hébergements souhaitant intégrer la démarche de labellisation écoresponsable Clef Verte en sensibilisant sur les dispositifs d'aide financière mis en place par la Région Sud et en valorisant spécifiquement les établissements engagés. La coopération territoriale à tous les échelons, des offices de tourisme à la Région, a favorisé un engagement environnemental croissant dans un territoire particulièrement conscient des enjeux liés au réchauffement climatique.

2024 constitue un nouveau record historique pour Clef Verte avec 2428 établissements labellisés, à savoir une hausse de 45%. La progression constante dans toutes les typologies d'établissement, dans toutes les régions de métropole et en Outre-mer témoigne de la mobilisation croissante de toute une profession pour faire évoluer ses pratiques et ancrer son activité dans un développement durable. Dans les Bouches-du-Rhône, on dénombre 103 labellisés dont 27 nouveaux candidats.

Côté restauration, Provence Tourisme a reconduit pour la deuxième année sa collaboration avec le label Écotable, choisi pour sa vision à 360 degrés de l'écoresponsabilité. L'entreprise de l'économie sociale et solidaire est née de la volonté d'aider les restaurateurs dans leur cheminement et leurs démarches



écologiques. Écotable a créé une palette d'outils pour les y aider : une plateforme de mesure d'impact environnemental, un annuaire de fournisseurs vertueux et des outils pédagogiques (ressources, articles, fiches pratiques...). Provence Tourisme a ouvert un programme d'accompagnement test au label pour 10 restaurateurs et traiteurs. En deux ans, une trentaine de restaurants ont été sensibilisés à la restauration durable dont 7 ont pu obtenir un label : mention spéciale au traiteur Chouette Ensemble ! qui obtient en 2024 la deuxième place au palmarès Écotable, catégorie Restaurant Nomade engagé.

Accessibilité touristique et événementielle

Sensibiliser et accompagner. Pour satisfaire la demande d'un grand nombre de porteurs de projets, les actions d'accompagnement en matière d'accessibilité ont été amplifiées avec l'ensemble des services et missions de Provence Tourisme, et notamment auprès des filières nautisme, nature, hébergement, événements et culture... Ces accompagnements sont rendus possibles grâce à des partenariats de longue date avec les associations partenaires. Le collectif prend tout son sens pour mener à bien de tels projets.

Label Tourisme & Handicap. Les actions du développement de l'accessibilité des offres touristiques et culturelles ont été poursuivies avec énergie. 2024 a été rythmée par des pré-visites, des visites d'évaluation, des visites pour renouvellement et de nouvelles candidatures. Sous l'impulsion du Groupe Accor, récompensé au niveau national par un Trophée du Tourisme Accessible pour sa dynamique campagne d'appel à labellisation Tourisme & Handicap, de nombreux hôtels du groupe ont entamé la démarche de labellisation. Parmi eux, on peut noter l'Hôtel Mercure Centre Vieux-Port au cœur de Marseille, labellisé pour les 4 familles de handicap, en vue de l'accueil des JOP 2024.

Des événements MPG accessibles. Le Street Food Festival en est un bon laboratoire : une communication facile à comprendre, un plan agrandi, une équipe sensibilisée, un espace handi-accueillant pour plus de confort si besoin, une mise à disposition de gilets vibrants pour une découverte multisensorielle et de sensibilisation à la surdité, et enfin des fauteuils roulants manuels à disposition grâce aussi à nos partenaires, la Ville de Marseille et la délégation





© J. Vandal

départementale de l'association France Handicap – APF. Le Festival de la Fiesta des Suds a, quant à lui, rejoint les 1^{ers} organisateurs de festivals qui bénéficient de la prestation d'accompagnement en matière d'accessibilité pour les publics en situation de handicap, toujours en partenariat avec les associations partenaires du monde du Handicap. Le Banquet Solidaire, organisé pour l'arrivée de la Flamme Olympique dans le port de Marseille, s'est aussi préoccupé d'accessibilité et a permis à des personnes à besoins spécifiques de bénéficier de l'aspect solidaire de cet événement et d'un accueil spécialement pensé. Belle illustration d'un événement à la fois solidaire, accessible à tous et fort de sens.

Application Myeasy Access. C'est la première application de mobilité urbaine développée par le groupe Michelin en partenariat avec l'association Tourisme & Handicap. Aux côtés de la Ville de Marseille, site pilote pour cette initiative, et de nombreux partenaires comme la Métropole Aix-Marseille-Provence (pour les données transports et voirie), Provence Tourisme a accompagné ses partenaires associatifs et participé à la construction de cet outil de communication, qui a pour ambition de devenir un véritable "couteau suisse".

Taxe de séjour et classement des meublés

Dans le cadre de sa mission d'accompagnement des professionnels, Provence Tourisme assure le classement des meublés de tourisme depuis 2007. Le classement est une démarche volontaire, dont la validité est de cinq ans. Allant de 1 à 5 étoiles, le classement comporte 112 critères concernant notamment les équipements, le confort, et l'environnement. Il permet de bénéficier de certains avantages fiscaux. 341 meublés ont été visités, dont près de 42% en reclassement sur l'ensemble du territoire départemental. Les meublés classés en 2024 se situent principalement dans le secteur des Alpilles et de la Camargue, et ce sont les villes d'Arles, La Ciotat et Aix-en-Provence qui présentent le plus de meublés classés.

En parallèle, depuis 2016, le Conseil départemental des Bouches-du-Rhône, à travers un plan d'optimisation et de sécurisation de la taxe de séjour, a confié à Provence Tourisme la mission d'accompagner les communes et les EPCI sur toutes les questions liées à cette taxe. Cet accompagnement est mené en collaboration avec l'opérateur Nouveaux Territoires, expert du sujet. En 2024, Provence Tourisme a continué à informer les

341
meublés visités
et classés

communes des évolutions juridiques sur la question de la location saisonnière, la fiscalité et la taxe de séjour. Les hébergeurs ont également pu assister à 6 réunions (Pays d'Aubagne, Istres, Carry, Eyguières, Fuveau, Cassis) avec pour ordre du jour les changements et les impacts de la nouvelle loi sur leur activité.

Provence Tourisme met à disposition de l'ensemble des communes du département un outils mutualisé de téléservice de déclaration préalable des locations saisonnières : DeclaLoc' qui permet d'obtenir en ligne le CERFA de meublés de tourisme, le CERFA de chambres d'hôtes, la déclaration et l'obtention d'un numéro d'enregistrement à 13 chiffres pour les communes ayant délibéré en ce sens. En 2024, 75 communes utilisent cet outil.

VOYAGER AUTREMENT

Voguer sur le Rhône

La valorisation de la filière tourisme fluvial poursuit sa navigation, avec la mise en œuvre d'un éducteur à destination de 5 opérateurs de croisière fluviale. Ce projet a vu le jour grâce au soutien des partenaires du Plan Rhône, et à la subvention d'État obtenue. Ainsi en octobre 2024, cet éducteur a embarqué les opérateurs sélectionnés pour un itinéraire au départ de Marseille à destination des quatre escales fluviales du département des Bouches-du-Rhône :

Tarascon, Arles, Port-Saint-Louis-du-Rhône et Martigues. À cette occasion, les cinq agences de croisières fluviales, s'adressant à des clientèles européennes et internationales, ont été invitées à découvrir le territoire et ses nouvelles offres dans le but de programmer des excursions destinées aux croisiéristes.



© Provence Tourisme

Plan Rhône-Saône

Le Contrat de Plan Interrégional État-Régions 2021-2027 (CPIER) permet de contribuer à une valorisation de l'axe Rhône-Saône et de ses territoires environnants. Il prévoit un engagement de 38 M€ de la part des partenaires pour financer les projets du volet Tourisme. Provence Tourisme bénéficie du financement des partenaires du CPIER : la CNR et la Préfecture Auvergne-Rhône-Alpes via le Fonds National d'Aménagement et de Développement du Territoire (FNADT). Cette subvention permet de mener à bien des projets de promotion de la destination Provence Fluviale pour 2024 et 2025.

1,5 million

 d'emails culture
 envoyés

Les prestataires locaux ainsi que les offices de tourisme se sont pleinement mobilisés pour assurer un accueil de qualité. Bilan très positif, avec des retours enthousiastes de la part des participants. Fort de ce succès, une nouvelle édition est d'ores et déjà prévue au second semestre 2025, afin d'accueillir de nouveaux opérateurs et poursuivre la dynamique engagée.

Filière culture, faire savoir

Provence Tourisme poursuit son travail de communication à destination du grand public avec la mise en lumière de la dimension culturelle de la destination et la diffusion de la programmation de chaque musée à travers son écosystème (site web, newsletters, podcasts, événements, supports...). La rubrique Agenda du site myprovence.fr reste l'une des rubriques les plus visitées. Plus de 50 news ont valorisé la forte actualité culturelle et événementielle de la destination, soit plus 1,5 million d'emails envoyés, avec un taux d'ouverture de 35%, confirmant l'intérêt des destinataires pour ce type d'informations.

La culture s'inscrit en filigrane dans de nombreuses actions menées par Provence Tourisme telles que le Culture Store ou le Pass MyProvence. Alors que le Culture Store s'étoffe chaque année de nouveaux sites culturels, en 2024, le dispositif intègre les Festivals avec la création du Festival Store. Cette nouvelle mission est la concrétisation d'un accompagnement initié depuis plusieurs années. Provence Tourisme s'attèle ainsi à créer un collectif, un véritable réseau d'acteurs culturels engagés.

Rando et vélo, l'année des grands itinéraires !

Parce que la randonnée pédestre et le vélo sont au cœur des pratiques durables et de notre projet, Provence Tourisme poursuit la structuration, l'accompagnement et la communication des projets de ces filières.

Honneur aux JO2024, avec un projet conduit avec le Comité Départemental de la Randonnée Pédestre : la Grande Randonnée vers Paris. Le principe : traverser la France par les chemins de randonnée, au départ de Nice et pour arriver à Paris en même temps que la flamme olympique. Un itinéraire qui traversait les Bouches-du-Rhône : un joli éclairage des quelques 2 700 kilomètres de sentiers inscrits

au Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnées.

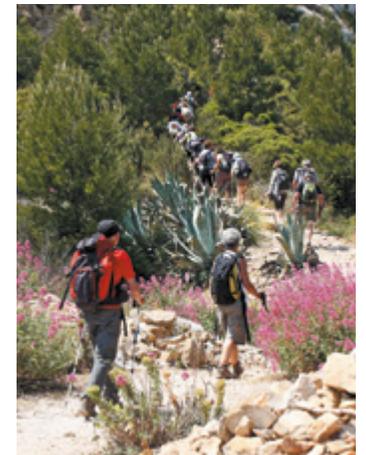
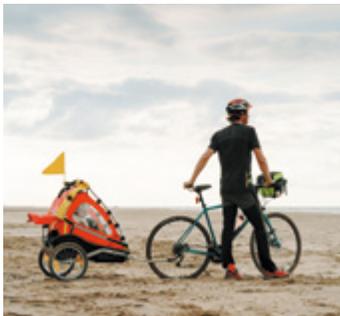
Grands itinéraires encore, 2024 a vu se poursuivre le travail sur le GR de Pays Sentier de l'eau, en pays d'Aix ou encore celui du Pays d'Arles, et bien sûr la mise à jour des topo-guides FFRP (Fédération Française de Randonnée Pédestre) Bouches-du-Rhône à pied et Calanques à pied.

Côté vélo, de grands itinéraires encore, ViaRhôna, Méditerranée à Vélo et Durance à vélo, pour lesquels Provence Tourisme s'implique auprès des instances de gouvernance et dans la labellisation des établissements à proximité. Les demandes de label sont déposées sur le site national www.francevelotourisme.com, Provence Tourisme assure visites et contractualisation de l'engagement des prestataires. Le contrôle pour renouvellement du label est également réalisé par les équipes.

À fin 2024, près de 60 structures sont labellisées Accueil Vélo, dont la moitié en hébergements.

Envie de balade

Entre le 1^{er} juin et le 30 septembre, l'accès aux massifs forestiers est réglementé par arrêté préfectoral et peut l'être par un arrêté municipal, plus restrictif. Le dispositif Envie de balade est activé chaque été pour ajuster la pratique de la randonnée pédestre à la situation quotidienne des massifs en termes de risque incendie. L'information centralisée est diffusée via un serveur vocal (8 800 appels en 2024), une brochure papier tirée à 50 000 exemplaires, notamment distribuée via les offices de tourisme. Depuis 2024, et afin de ne pas encombrer les boîtes mails des usagers, le mail d'information n'a plus été diffusé quotidiennement. Enfin, toutes les informations sont disponibles en temps réel sur myprovence.fr. En 2024, 50 000 visiteurs ont consulté la page. Et, pour les accros à la balade à pied qui ne renoncent pas, une sélection de sentiers accessibles tout l'été sans restriction est mise en avant sur myprovence.fr.





OSER L'HOSPITALITÉ

Expérience Provence pour un tourisme engagé, local et inclusif

En 2024, le dispositif Expérience Provence continue à déployer ses ailes et s'engage fortement pour promouvoir la destination "autrement" et porter la voix d'un tourisme local, engagé, inclusif. Avec pour maîtres mots : hospitalité, qualité, identité et personnalisation.

Côté accompagnement, le soutien à la labellisation Tourisme & Handicap, Clef Verte et Écotable se poursuit et un accompagnement plus personnalisé se met en place en partenariat avec le service Tourisme Durable. En 2024, un premier diagnostic et une feuille de route ont été rendus pour le Gîte du Loubatas qui souhaite mieux sensibiliser à leur démarche environnementale leur clientèle touristique.

En termes de valorisation, côté BtoC, Provence Tourisme a rassemblé sous la bannière Expérience Provence, 6 offices de tourisme lors des salons d'ID Week-end à Marseille et à Nice, les invitant à valoriser auprès du grand public leurs offres identitaires, différenciantes et expérientielles. Sur le Salon International de l'Agriculture à Paris, les visiteurs de l'espace Bouches-du-Rhône ont découvert les séjours "Expérience Provence" enrichis de 2 nouveaux parcours sur les communes d'Aubagne et Carry-le-Rouet.

Enfin côté BtoB, un travail de fond amorcé dès la fin d'année 2023, vise à se rapprocher des agences de voyages spécialisées dans le tourisme responsable, comprendre leurs attentes et leurs besoins. Ainsi Provence Tourisme a intégré le comité de pilotage du projet "Très France" mené par ATR, Agir pour un Tourisme Responsable, en faveur du développement et de la promotion des offres de séjours bas carbone en France. Aux côtés de la startup Détour Odysée, agence de voyage en devenir, Provence Tourisme a co-créé un séjour à partir des offres identifiées Expérience Provence, le tout relié par des modes de transport bas carbone.

Le Pass MyProvence, vers une réinvention

Depuis plusieurs années, le Pass MyProvence a permis aux habitants des Bouches-du-Rhône de redécouvrir leur territoire en duo, en profitant d'un accès privilégié à une sélection de sites culturels. En facilitant l'accès à l'offre touristique locale, le dispositif a soutenu une logique de proximité, tout en valorisant les partenaires culturels engagés.

En 2024, le Pass a poursuivi cette dynamique, avec une cinquantaine de partenaires actifs, une base de plus de 11 000 détenteurs et un usage régulier, notamment le week-end. Grâce à son format 100 % digital et à une stratégie de diffusion appuyée, il s'est imposé comme un outil reconnu et apprécié des habitants.

VOIR PLUS LOIN

Parler aux prescripteurs et aux prospects

En 2024, Provence Tourisme a poursuivi une stratégie active de promotion de la destination auprès des prescripteurs et des clientèles potentielles. Guidée par le fil conducteur d'un tourisme responsable, l'équipe a valorisé à la fois les modes de transport durables, les offres locales engagées et les expériences écoresponsables. À travers une série d'opérations ciblées à Marseille, Nice et Paris, l'objectif était clair : renforcer la visibilité de la destination auprès des clientèles cibles, en mettant en avant un tourisme engagé et attractif.

D'abord parler excursions et micro-aventures aux locaux et régionaux à l'occasion du salon ID Week-End à Marseille en février, avec le soutien actif des offices de tourisme partenaires Aix-en-Provence, Aubagne, La Ciotat, Martigues et Miramas. Puis direction Paris pour une nouvelle édition du Salon International de l'Agriculture. Sur le stand du Département des Bouches-du-Rhône et de la Métropole Aix-Marseille-Provence, avec les offices partenaires : Martigues, Fuveau, Istres, Miramas, Pays d'Aubagne et de l'Étoile et Carry-le-Rouet, mise en avant de la richesse du territoire : bons plans nature, art de vivre et gastronomie.



Ensuite, s'adresser aux prescripteurs, avec des opérations BtoB bien choisies. En septembre, Provence Tourisme a participé au Workshop France-Allemagne, organisé à Marseille par Atout France et l'office de tourisme, des loisirs et des Congrès de Marseille. Trois objectifs : renforcer les liens avec les prescripteurs allemands, présenter les offres et nouveautés 2024, et valoriser les parcours thématiques du territoire (vélo, randonnée, gastronomie). 33 partenaires français et 33 prescripteurs allemands se sont retrouvés autour de rendez-vous professionnels, d'activités de découverte et de moments conviviaux. Puis en décembre, Provence Tourisme a participé au salon Travel Meet, organisé par le Comité Régional du Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur. L'événement a rassemblé une centaine de tour-opérateurs internationaux à Avignon et Antibes, avec au programme 13 prêtours, un workshop au Palais des Papes le 10 décembre, ainsi qu'un post-tour. Dans ce cadre, Provence Tourisme a piloté un prêtour sur les communes de Cassis, Salon-de-Provence et Les Baux-de-Provence, accueillant 7 agences et tours opérateurs internationaux. Et, parce que la promotion touristique se travaille au long cours, et alors que Provence Tourisme avait participé à la Foire de Milan en 2023, un éductour a convié professionnels et journalistes italiens à découvrir Aix-en-Provence et la Ciotat en juin.

Le Contrat de Destination boucle sa v3

2024 aura été une année riche en actions pour le Contrat de Destination. Parmi celles-ci, afin d'améliorer l'accueil des touristes étrangers : une nouvelle carte touristique qui met en valeur 40 lieux iconiques du territoire, une réflexion sur le bureau d'information touristique de l'aéroport Marseille Provence en cohérence avec le nouvel terminal et l'étude sur une implantation sur l'aire d'autoroute de Rousset.

L'observation touristique continue avec l'outil Flux Vision Tourisme pour la mesure des fréquentations et des flux, et la livraison très attendue de la nouvelle étude de clientèle menée avec les partenaires territoriaux.

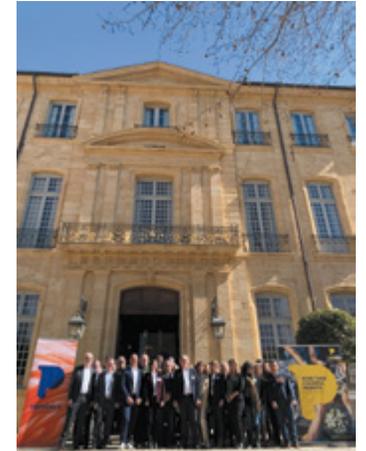
Le développement de la marque a été soutenu par une refonte du site BtoB afin de valoriser au mieux la collection de produits sous licence. La sélection s'est élargie en 2024, les points de vente se sont diversifiés et la gamme a profité d'une belle exposition au Salon Côté Sud en juin.

Plusieurs campagnes marketing ont promu la marque Provence sur les marchés européens avec de l'affichage et américains par le biais d'une collaboration avec Expedia.

2024 a été l'occasion d'enrichir les contenus disponibles : reportages photos et vidéos, articles pour le site provence-tourism.com, production de micro-aventures...

L'animation du réseau a suivi son cours avec la tenue de réunions, l'information aux adhérents et le renouvellement des signatures en vue de la V4 qui débute en 2025.

Depuis sa signature en 2015, le Contrat de Destination, sous la marque ombrelle "Provence Enjoy the Unexpected", regroupe plus de 30 partenaires. Mutualisant leurs moyens, ils financent des campagnes et actions de promotion en direction des clientèles internationales. Afin de jouer collectif pour une meilleure visibilité à l'international, le contrat de Destination Provence étend ses actions au-delà des frontières administratives, réunissant ainsi 5 départements : Bouches-du-Rhône, Vaucluse et les parties provençales des Alpes-de-Haute-Provence, du Var et du Gard.



La force du collectif

Le Contrat de Destination Provence est copiloté par Provence Tourisme et le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur. À leurs côtés, une trentaine de partenaires finance les actions menées pour promouvoir la marque Provence et ses valeurs à l'international et stimuler l'économie touristique sur tout le territoire provençal.

Initiés par l'état en 2014, les contrats de destination visent à rendre plus lisible la destination France à l'international et à donner une nouvelle impulsion à la promotion de destinations "phare" dont la Provence fait partie.

Les contrats de destination constituent une réponse concrète à la nécessité d'agir ensemble pour atteindre un même objectif de développement, autour d'une stratégie partagée et coordonnée, d'une marque à notoriété internationale et d'un plan d'actions mutualisé réunissant les acteurs clés d'une destination.

Ils sont des outils innovants et très opérationnels pour accélérer le développement international, renforcer l'attractivité des territoires et fédérer acteurs publics et privés autour d'objectifs communs en matière d'observation, d'ingénierie et de promotion sur les marchés internationaux.





FAIRE COMMUNAUTÉ

Animer le réseau

Provence Tourisme poursuit son animation du réseau d'offices de tourisme à travers plusieurs initiatives, à la fois sous la forme d'un accompagnement individuel et de rendez-vous collectifs. En 2024, 25 rendez-vous individuels ont été menés, complétés par des réunions thématiques collectives. Ce maillage permet d'apporter une réponse et un accompagnement au plus proche des offices de tourisme. Initiative née pendant le covid, les cafés virtuels gardent le rythme en 2024. Les directeurs d'offices du tourisme se retrouvent ainsi régulièrement en visio-conférence pour échanger et s'informer des actualités du secteur. Ils permettent de garder le lien, en exposant une thématique, suivi d'un temps d'échange libre : lancement et bilan de saison, les chiffres du tourisme sur le territoire... Les réunions thématiques collectives ont, quant à elles, abordé les thèmes de la qualité et l'hospitalité ; le nouveau label Destination d'Excellence ; les clubs dédiés Apidae ; et une journée des community managers en fin d'année. En 2024, zoom sur Martigues, son nouvel office et Provence Studios à l'occasion d'un éductour.

Schéma métropolitain

Provence Tourisme intervient auprès de la Métropole Aix-Marseille Provence, pour mener une concertation des 92 communes du territoire sur le sujet d'une organisation touristique. Cette organisation est nécessaire afin de suivre les textes des lois régissant la compétence tourisme sur les différentes échelles du territoire (Loi Notre, 3DS...). Cela s'inscrit également dans l'adoption de l'agenda économique métropolitain, et du 6^e schéma départemental de développement du tourisme et des loisirs. En 2024, l'année a été dense avec la tenue de 5 ateliers thématiques (emploi, événementiel, innovations, parcours touristique et hébergement), 17 rendez-vous individuels menés conjointement avec la Métropole et une réunion en avril avec la présentation des orientations du schéma métropolitain en présence des maires à Marseille.

La classe tourisme

Autre sujet, le classement en catégorie des offices de tourisme pour lequel Provence Tourisme propose un accompagnement de longue date, sur un sujet en perpétuel changement. Face aux nouveaux critères de classements établis en 2019 et à l'évolution des pratiques d'information touristique, Provence Tourisme s'engage avec force auprès de ses partenaires dans leur démarche de classement en catégorie. Provence Tourisme aide au montage des dossiers avant l'instruction réalisée par la préfecture des Bouches-du-Rhône. 6 offices ont été accompagnés en 2024 sur le montage de leur dossier visant un classement en catégorie II ou catégorie I.

Provence Tourisme s'implique aussi fortement dans le classement des communes pour l'obtention des classements "commune touristique" et "station de tourisme". 6 communes ont été suivies pour l'obtention ou le renouvellement de leur classement. Ces distinctions permettent aux communes de conserver leur autonomie en matière de tourisme.

Accompagner l'excellence

Du changement du côté du label "Qualité Tourisme" en 2024 : la migration vers le nouveau label Destination d'Excellence. Il vise au renforcement de la qualité sur tout le champ de l'offre touristique : hébergements, restauration, lieux de visites ou de loisirs, lieux d'information touristiques (offices de tourisme notamment), transports. En complément de l'enjeu de qualité de l'accueil et des services, qui anime le secteur, ce label renforcera en particulier le niveau d'exigence en matière d'écoresponsabilité. Une réunion en visio spécifique a été organisée par Provence Tourisme pour les offices de tourisme concernés afin de présenter cette évolution. Provence Tourisme poursuit donc son accompagnement soutenu des offices de tourisme souhaitant engager une démarche qualité (Qualité Tourisme / Destination d'Excellence), et un dispositif continu d'animation pour les offices de tourisme déjà labellisés. La journée annuelle qualité régionale des offices de tourisme, en collaboration avec la FROT a eu lieu à Venelles pour une journée consacrée aux échanges et partages d'expériences sur le thème de l'hospitalité. Le programme d'audits mystères croisés s'est poursuivi à l'échelle de la région toujours en collaboration avec la FROT.

L'accompagnement se concrétise par la présentation de la marque, l'auto-évaluation avec l'office de tourisme suivi d'un ou



plusieurs rendez-vous sur site avec toute l'équipe ou seulement la personne référente qualité. Compte-tenu du contexte spécifique de cette année, seuls 2 offices de tourisme ont bénéficié de l'accompagnement complet.

SmartContact le bien nommé

En 2024, Provence Tourisme a amorcé une évolution importante en matière de gestion de la relation visiteurs avec la mise en place de SmartContact, un outil CRM mis à disposition des offices de tourisme du département, en remplacement de l'ancien système GAIA. Pensé pour répondre aux besoins concrets du terrain, SmartContact offre une interface intuitive, un suivi plus fin des interactions avec les visiteurs, et une meilleure valorisation des données collectées. Déployé en fin d'année 2024, le nouvel outil permet à chaque office de tourisme de disposer d'une base de contacts segmentable et exploitable, facilitant l'envoi de newsletters ciblées, la relance des prospects ou la mesure des retombées d'actions locales. Ainsi, la relation aux visiteurs gagne en précision, en pertinence et en agilité, au service d'un tourisme toujours plus connecté, coordonné et durable. Cette transition vers SmartContact est facilitée par un programme d'accompagnement proposé par Provence Tourisme pour une prise en main rapide et efficace de l'outil.

Gérer et structurer la donnée aux côtés d'Apidae

Mission centrale de Provence Tourisme, la question de la qualité de l'information fournie au visiteur est cruciale. Ainsi, en 2024, Provence Tourisme poursuit son rôle et engagement dans la gestion et la structuration de la donnée touristique au sein du réseau APIDAE, la plateforme collaborative d'informations utilisée par les offices de tourisme et les acteurs du territoire. L'agence accompagne les professionnels dans la qualification, la mise à jour et la fiabilité des données (hébergements, sites, événements, services...), qui alimentent ensuite plusieurs dizaines de sites web touristiques, à l'échelle locale, régionale et nationale, selon le principe "une seule saisie, X diffusions". Ces données sont également intégrées dans le portail open data Datatourisme porté par ADN Tourisme, assurant une large visibilité et une cohérence de l'information sur tous les canaux.



La parenthèse gastronomique

Donner du sens à son alimentation sans oublier que manger est une fête !

EFFERVESCENTE GASTRONOMIE

Le mouvement né de Marseille Provence Gastronomie 2019 continue sa route, amplifie son écho et imagine de nouvelles pistes d'action chaque année. Pour sa 6^e édition, MPG 2024 se met aux couleurs des Jeux Olympiques. L'alchimie opère et l'esprit olympique insuffle un vent d'allégresse au cœur du patrimoine culturel et gastronomique du territoire. Avec l'hospitalité comme fil conducteur, la programmation 2024 encense les cuisines du monde et du pourtour méditerranéen dans une ode à la convivialité et à la sincérité, des notions essentielles en Provence. Retour sur les temps forts de 2024, entre "jeunes" classiques et nouveautés.

Les Diners Préhistoriques surprennent

En 2023, Provence Tourisme a surpris les curieux, les audacieux, les amateurs de découvertes avec un voyage aux origines de l'humanité. En 2024, retour dans le passé avec la complicité de Gabriel Béraha, archéologue préhistorien et responsable de la médiation culturelle de Cosquer Méditerranée et d'Emmanuel Perrodin le chef et directeur artistique de ces dîners. 3 dates, 3 menus pour retracer ce goût originel. "Bords de Mer" avec arapèdes, crustacés cuits sous la braise, crus et fermentés ; "Sentes Culinaires" au menu : escargot, cynorhodon, nombril de Vénus et aussi bouillon de moelle, chêne et lichen... "Néandertal" pour découvrir du renne séché, ou encore de la chair battue, langue, et camomille... Pari réussi pour une opération originale qui a réuni et satisfait 300 convives.

Tout feu tout flamme, le Banquet Solidaire à Notre-Dame de la Garde

Sur le principe des "dîners suspendus", Provence Tourisme et la Basilique Notre-Dame de la Garde ont organisé un Banquet Solidaire pour l'arrivée de la flamme olympique en France et à Marseille plus précisément. 150 billets mis en vente pour 150 billets offerts à destination de bénéficiaires d'associations caritatives. Ainsi ce sont plus de 300 personnes qui ont



© A. Marion

partagé ce banquet, avec une vue privilégiée sur l'arrivée du Belem dans le Vieux-Port et l'embrasement du chaudron. Aux manettes de ce dîner, le restaurant Notre-Dame de la Garde avec un menu mêlant saveurs familiales et méditerranéennes.

Carton plein pour le Street Food Festival

Cette 4^e édition, placée sous le signe des JO a convié toutes les cuisines du monde : Congo, Écosse, Inde, Indonésie, Italie, Japon, Maroc, Mexique, Portugal, Syrie, Venezuela, Vietnam et cuisine méditerranéenne bien sûr... 45 restaurateurs, artisans de bouche, vigneron et brasseurs ont investi les 6000 m² de l'Esplanade de la Major. L'événement a été rythmé par trois soirées exceptionnelles sonorisées par le collectif Borderline et des DJ sets programmés par Radio Star. En 2024, le Street Food Festival, est allé encore plus loin dans ses efforts de réduction des déchets en bannissant la vaisselle à usage unique. Plus de plastique, mais de la finger food à déguster du bout des doigts, servie dans un emballage réduit au minimum et de la vaisselle réutilisable pour les boissons. Carton plein cette année encore avec 45 000 festivaliers réunis pour fêter la cuisine, toutes les cuisines.



© J. Vandal

L'Appel du Large, en version augmentée JO

C'est sur la Digue Sainte-Marie, plus communément connue sous le nom de Digue du large, que résidents comme voyageurs de tous horizons ont goûté aux joies de la 2^e édition de L'Appel du Large. Semblable à un balcon sur la mer, la Digue du large a accueilli comme en 2023, 2 types d'événements : les Apéros et les Escales. Le fil rouge événementiel conjugue les usages et traditions de l'histoire d'un port méditerranéen. Les Apéros de la Digue convient la gastronomie et la mise en lumière des produits locaux ; quant aux Escales de la Digue ce sont des traversées en bateau qui invitent à venir pique-niquer, "chiller" et regarder au loin. Près de 40 dates et 6 000 heureux visiteurs au compteur en 2024.

Et année de Jeux Olympiques oblige, l'offre sur la Digue du large a été agrémentée des Déjeuners de la Flamme, sous la direction artistique d'Emmanuel Perrodin, et des Apéros AMI (Appel à Manifestation d'Intérêt), pour une douzaine de dates, mettant chaque soir à l'honneur un pays du pourtour méditerranéen.

Incontournables, les Dîners Insolites

Devenus incontournables et surtout, attendus de pied ferme par les gourmets et gourmands, les Dîners Insolites n'ont pas déçu pour cette 5^e édition. Ces dîners, expériences singulières, transportent les heureux élus dans des décors étonnants : paysages naturels, châteaux, domaines agricoles et viticoles, même un oppidum, des carrières et des marais salants... En juillet, à raison d'une vingtaine de dates, chaque soir c'est une nouvelle partition qui se joue : un chef différent, reconnu ou jeune talent, engage toutes ses ressources pour faire naître l'émotion dans un menu unique. Cette édition 2024 a mis à l'honneur les plats de tradition en donnant carte blanche aux chefs pour réinventer les recettes incontournables de la cuisine provençale, avec une attention particulière au vin, à l'huile et au pain. Sans oublier la touche finale d'un pastis insolite à la manière d'un digestif !



Mpgastronomie.fr met la scène gastronomique en action

Le site s'impose comme la plateforme événementielle de référence pour vivre la gastronomie en Provence. Vitrine du programme Marseille Provence Gastronomie, il permet de : réserver en ligne les grands temps forts, découvrir la programmation des événements et explorer plus largement les univers des chefs, producteurs, artisans et lieux engagés dans une gastronomie locale, accessible et responsable. En 2024, c'est l'ensemble de l'écosystème digital de MPG qui continue de performer. Si la fréquentation du site dédié est stable, MPG a consolidé sa stratégie digitale avec des résultats probants, notamment sur les réseaux sociaux. Les opérations d'influence ont permis d'élargir significativement l'audience et de générer une forte visibilité autour des événements majeurs tels que les Apéros de la Digue ou le Street Food Festival. Plus précisément 81 % des consultations du site se font sur mobile, traduisant des usages ancrés dans le quotidien et un tiers du trafic provient d'accès directs, signe d'une notoriété installée et d'un réflexe

de consultation du site chez les utilisateurs. 16 newsletters ont permis d'informer le public sur la programmation, avec plus de 110 000 envois et un taux d'ouverture performant de 51 %, signe d'un fort engagement.

Faire, s'améliorer, recommencer

Une vaste démarche d'enquête a été menée en 2024 pour mesurer la satisfaction des publics participant aux événements MPG. Il en ressort globalement une grande satisfaction. Plus précisément une satisfaction globale de 90 %, avec en tête de pont le Banquet Solidaire, le Street Food Festival, les Dîners Insolites et les Déjeuners de la Flamme. Côté restauration la palme revient au Street Food Festival et au Banquet Solidaire. Quant au contenu, récit-expérience, le taux de satisfaction s'envole à 95 %, mention spéciale pour le Banquet Solidaire, les Déjeuners de la Flamme et les Dîners Insolites. Des événements bien menés, qui résonnent et emballent les participants. Objectif, maintenir et progresser !



ISO 20121 : certifiés !

Le 6 septembre 2024, Provence Tourisme a reçu la certification [ISO 20121 : 2012] pour l'ensemble de ses événements organisés à destination du grand public ou des partenaires professionnels dans les Bouches-du-Rhône. ISO 20121 est une norme internationale qui permet l'organisation durable d'un événement, et ce dans les 3 piliers du développement durable, afin de maîtriser ses impacts, sociaux, économiques et environnementaux. Depuis plus de 2 ans déjà, l'ensemble de l'équipe de Provence Tourisme est mobilisé autour de cette démarche volontaire et progressive, basée sur le principe de l'amélioration continue. Du management à la gestion des ressources humaines, en passant par la logistique, les achats et jusqu'à la communication... tout a été collectivement repensé, évalué, amélioré. Cela se traduit par le choix d'une alimentation vertueuse, des événements accessibles au plus grand nombre, et une gestion performante des déchets. Le bilan est plus qu'encourageant : entre 2022 et 2023, les déchets ont diminué de moitié (3,511 kg produits, soit 80 g par visiteur), entre 2023 et 2024, encore -43% avec seulement 2 000 kg et 50 g par visiteur ! 73 % des déchets ont été revalorisés (-77 % de déchets ménagers). Une brigade éco-responsable a été déployée, notamment sur le Street Food Festival, permettant de dialoguer avec les exposants et le public.





© C. Dutrey

ÉTAPE DANS LES VIGNES

L'œnotourisme, une filière majeure et coordonnée

L'œnotourisme en Provence est caractérisé par la variété et la beauté des paysages des territoires viticoles. Le département est un véritable archipel de sites remarquables. Provence Tourisme a pour vocation de coordonner la filière œnotourisme dans les Bouches-du-Rhône. L'institution peut ainsi s'appuyer sur les deux destinations labellisées "Vignobles et découvertes", portées par les offices de tourisme d'Aix-en-Provence et plus récemment de Salon-de-Provence, comme figure de proue de la filière. La grande qualité des offres œnotouristiques proposées dans les Alpilles, à Cassis, en Camargue et autour de l'étang de Berre, complètent les atouts du territoire.

2024 a vu, à la fois la continuité des opérations au long cours déjà engagées, et le démarrage de plusieurs actions qui aboutiront début 2025. Parmi celles-ci, la participation à l'opération A bite of Provence édition 2025, qui se tiendra à Londres, la création d'un espace dédié à la filière sur myprovence.fr, et un travail sur la labellisation "Vignobles et découvertes".

Carnet de voyage En terres olympiques

Accueillir, fêter et laisser une trace

LA PROVENCE A ACCUEILLI LE MONDE

2024 est une année à marquer d'une pierre blanche. La France a accueilli les Jeux Olympiques, et la flamme olympique a fait son entrée sur le territoire français par Marseille. Son arrivée dans le Vieux-Port, à bord du Belem, est une image que les Marseillais et visiteurs ne sont pas près d'oublier. Cette image a donné à voir au monde entier le territoire, et l'une des plus belles baies au monde. Impliqué dès la 1^{re} heure et conscient de l'enjeu du moment, Provence Tourisme aux côtés du Département des Bouches-du-Rhône et de la Métropole Aix-Marseille-Provence s'est mis en ordre de marche bien en amont de l'événement. Sur l'année 2024, ce sont deux temps forts : l'arrivée de la flamme olympique en mai et la tenue des épreuves de voile dans la nouvelle marina olympique et certains matchs de football à l'Orange Vélodrome en été.

Cette année olympique aura entraîné dans son sillage tout le territoire et ses acteurs. Provence Tourisme, aux côtés de ses partenaires, aura pris sa part dans cette formidable aventure avec un engagement fort sur la qualité de l'expérience Provence, l'hospitalité et la question de l'héritage de l'événement.

Les étapes

BIENVENUE PROVENCE 2024, LA CHARTE D'HOSPITALITÉ

Provence Tourisme aux côtés de la Chambre de Commerce et d'Industrie métropolitaine Aix-Marseille-Provence a souhaité impliquer, sous l'impulsion du Département des Bouches-du-Rhône et de la Métropole Aix-Marseille-Provence, tous les professionnels du tourisme et de l'accueil (équipements culturels, commerces, hébergements, restauration, fédérations sportives...) dans un projet ambitieux. Bienvenue Provence 2024, la Charte d'hospitalité des Jeux Olympiques et Paralympiques, visait à garantir que les professionnels du tourisme soient engagés à offrir un accueil chaleureux et respectueux, des renseignements précis et un service de qualité, tout en prônant des valeurs environnementales durables et en respectant les valeurs de l'Olympisme. Les professionnels du tourisme signataires de la Charte d'hospitalité ont ainsi répondu à 4 engagements : accueil et hospitalité, informations, qualité et satisfaction client, environnement. Provence Tourisme a mis à leur disposition des services exclusifs : la possibilité d'intégrer un widget personnalisable aux couleurs de chaque établissement, diffusant en particulier l'agenda des événements sportifs mais aussi culturels, gastronomiques... pendant les Jeux ; un dossier de presse spécifique ; une série de vidéos et de contenus libres de droit pour les espaces d'accueil grand public afin d'insuffler l'esprit des Jeux.



MIA, LA CONCIERGERIE NUMÉRIQUE DE L'HOSPITALITÉ TERRITORIALE

Dès 2023, Provence Tourisme anticipe, fédère et innove en créant une conciergerie numérique alimentée par un outil conversationnel basé sur l'Intelligence Artificielle. L'outil est déployé en 2024 pour accueillir le monde.

Cette IA experte sur le tourisme en Provence, MIA, est accessible via myprovence.fr en 7 langues (français, anglais, italien, espagnol, portugais, allemand, chinois) et apporte des réponses précises aux questions liées à l'information touristique (hébergements, restauration, balades, loisirs...), aux événements JO, à l'agenda événementiel, sports, culture, fêtes, marchés... et aux informations pratiques telles que la mobilité, la sécurité, la santé...

MIA repose sur une intelligence artificielle générative, via un usage dédié de ChatGPT, couplée à une base de données privée et qualifiée. Cette technologie permet d'offrir une expérience conversationnelle fluide, avec des réponses contextualisées, synthétiques et évolutives. Les sources de données intégrées sont : la base DATAtourisme pour l'offre touristique géolocalisée et les données pratiques fournies par les partenaires institutionnels (collectivités, consulats, ...). Une moyenne de 1 000 conversations par mois a été relevées, pour un fort taux de satisfaction des utilisateurs (90%). MIA fait partie de l'héritage des JO et sera amenée à évoluer prochainement. L'outil MIA vient ainsi compléter l'expérience digitale offerte par le média MyProvence, en proposant un canal conversationnel accessible en autonomie, sans téléchargement ni inscription.



MYPROVENCE.FR À L'HEURE DES JEUX : INFORMER, INSPIRER, ACCUEILLIR

À l'occasion des Jeux Olympiques et Paralympiques 2024, myprovence.fr s'est affirmée comme une plateforme éditoriale essentielle au service de l'hospitalité territoriale. En plus des informations pratiques et des temps forts culturels liés à l'événement, le site a offert une approche humaine et inspirante pour accompagner l'expérience des visiteurs comme des habitants. Interviews de professionnels du tourisme, portraits de sportifs locaux, témoignages d'acteurs engagés : autant de formats éditoriaux qui ont donné à voir une Provence vivante, accessible et fière de ses talents. À travers son "Hub des événements", le site a également valorisé les rendez-vous olympiques et les festivités locales, dans un esprit de partage et de découverte. MyProvence a également contribué à la commercialisation des événements MPG dédiés aux JO. Pour les visiteurs internationaux, MIA, directement intégré au site, a proposé une conciergerie numérique multilingue, accessible 24h/24. Une innovation discrète mais décisive, qui fait de MyProvence un véritable compagnon de séjour pendant toute la durée des Jeux.

MESURER LA FRÉQUENTATION ET LES FLUX

Deux périodes ont été observées, l'arrivée de la flamme olympique en mai puis la période estivale intégrant les dates des épreuves des JO.

8 mai, l'arrivée de la flamme. Afin d'évaluer la fréquentation liée à l'événement, Provence Tourisme et le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur ont mis en œuvre un dispositif Flux Vision Tourisme Événement centré sur le Vieux-Port. Les personnes considérées dans ce dispositif sont celles qui ont été observées toute la journée, y compris les résidents du périmètre. L'engouement pour cet événement a généré en cumulé, sur l'ensemble de la journée, la présence de 225 000 personnes, résidents, touristes ou excursionnistes, français et internationaux. L'arrivée du Belem dans le Vieux-Port avec la flamme olympique à son bord, a été vécu en direct par 164 000 spectateurs entre 18h et 20h, dont 43 % de Marseillais, 20% de résidents des Bouches-du-Rhône (hors Marseille), 26 % de touristes français et 11 % de touristes internationaux. Lors des concerts qui ont suivi l'allumage de la flamme, 85 000 personnes ont été comptabilisées sur l'ensemble du périmètre d'étude du Vieux-Port entre 22h et minuit.

TOURISME & HANDICAP À L'HEURE DES JO

L'équipe missionnée sur les questions de l'accessibilité et de l'inclusivité a été de toutes les réunions et des accompagnements conseils pour la mise en accessibilité des événements. Une attention particulière a été portée aux événements labellisés MPG dédiés aux Jeux Olympiques, tels que le Banquet Solidaire ou le Street Food Festival.

Du 24 juillet au 8 août, périodes des épreuves olympiques, observation du stade et de la marina.

Les personnes considérées dans ce dispositif sont celles qui ont été observées après 18h les soirs de match et la journée sur la marina. Les résidents de la zone sont exclus de l'observation pour l'analyse touristique. Les Jeux Olympiques à Marseille ont généré sur la période du 24 juillet au 8 août la présence de 336 000 visiteurs, touristes ou excursionnistes, français et internationaux au stade et/ou à la marina. 62 % d'entre eux sont des visiteurs internationaux. 43 % de ces internationaux sont venus des États-Unis, d'Allemagne et du Royaume-Uni. 38 % des visiteurs sont Français venus d'Ile-de-France, de Provence-Alpes-Côte d'Azur, d'Auvergne Rhône-Alpes et d'Occitanie.

Fréquentation touristique & nuitées du 24 juillet au 9 août.

Si la fréquentation globale est stable, les clientèles internationales ont été plus nombreuses et les français en retrait. Sur la période du 24 juillet au 9 août, le département des Bouches-du-Rhône enregistre 3,5 millions de nuitées touristiques. Dans les territoires infra-départementaux, les situations sont différentes avec à Marseille une hausse des nuitées globales extra-départementales de 10 % par rapport à l'an passé (+95 000 nuitées) et une baisse du même ordre pour l'ensemble des autres territoires (-13 %). Derrière cette stabilité globale, il apparaît que la clientèle internationale a été plus nombreuse, enregistrant une hausse des nuitées de +5 % à l'échelle régionale, +10 % à l'échelle départementale, portée fortement par Marseille (+28 % vs +4 % sur le reste du département). La clientèle française a en revanche été un peu moins présente comme ça a été le cas dans l'ensemble des destinations françaises à l'exception de Paris et de l'Ile-de-France. Elle est en retrait de 3 % en Région Sud et de 4 % dans les Bouches-du-Rhône (stable à Marseille, -19 % sur le reste du département). La clientèle internationale a cette année représenté 35 % des nuitées totales vs 31 % l'année dernière. Plus globalement durant l'été (6 juillet - 24 août) la clientèle internationale est en hausse de +7 % et la clientèle française quasi stable (-2 %). Cette dernière aura été en retrait jusqu'au week-end du 15 août et davantage présente ensuite (+7 % du 10 au 24 août).



© J. Vandal

En quelques chiffres, sur la période du 24 juillet au 8 août 2024

Plus de 580 000 touristes français dans les Bouches-du-Rhône (-1 %)
 Plus de 178 000 touristes français à Marseille (+8 %)
 -5 % de nuitées touristiques françaises dans les Bouches-du-Rhône
 +2 % à Marseille vs -7 % sur le reste du département
 +11 % de nuitées internationales dans les Bouches-du-Rhône
 +30 % de nuitées internationales à Marseille vs +4 % sur le reste du département

MPG S'ENFLAMME POUR LES JO

Pour sa 6^e édition, MPG s'est mis aux couleurs des Jeux Olympiques. L'esprit olympique a insufflé un vent d'allégresse au cœur du patrimoine culturel et gastronomique du territoire. Avec l'hospitalité comme fil conducteur, la programmation MPG 2024 a encensé les cuisines du monde et du pourtour méditerranéen dans une ode à la convivialité et à la sincérité, des notions essentielles en Provence. Le Street Food Festival a pour l'occasion mis à l'honneur les cuisines de Méditerranée et un grand Banquet Solidaire sur le principe du dîner suspendu a permis d'organiser une belle et grande tablée au restaurant de Notre-Dame-de-la-Garde pour profiter du spectacle de l'arrivée du Belem dans le Vieux-Port. Grâce au dispositif AMI (Appel à Manifestation d'Intérêt financé par Atout France), plusieurs opérations ont pu être menées : les Déjeuners de la Flamme et les Apéros méditerranéens. Pendant près de 35 séances sur 12 dates, les apéros AMIS ont pris place sur la Digue du large, mettant à l'honneur chaque soir un pays des bords de Méditerranée, autour de recettes partagées d'une rive à l'autre. Un peu plus tôt dans l'année, en mai, juste après l'arrivée du Belem, 3 Déjeuners de la Flamme orchestrés par le chef et directeur artistique Emmanuel Perrodin ont convié des chefs turc, marocain, italien et marseillais, à imaginer des déjeuners d'exception.

AMI

L'Appel à Manifestation d'Intérêt (AMI), lancé par Atout France en 2023, visait à soutenir des initiatives locales novatrices, promouvant l'excellence gastronomique et culinaire française à travers des événements accessibles à tous. Ce projet s'inscrivait dans la stratégie nationale en faveur du rayonnement de la haute gastronomie française lors des JOP 2024. Provence Tourisme a été lauréat, le seul en région sud, pour ses deux projets : les Déjeuners de la Flamme et les Apéros Méditerranéens sur la Digue du large.

LES OLYMPIADES CULTURELLES, UNE AUTRE MANIÈRE DE PARTICIPER AUX JO

À l'occasion des Jeux Olympiques et Paralympiques 2024, 10 lieux culturels des Bouches-du-Rhône ont créé l'inattendu en invitant tous les publics à plonger dans une expérience inédite, sportive & culturelle. Cette olympiade culturelle d'un nouveau genre a mélangé les genres ! Déambulation artistique, exposition, énigme... Le sport a rencontré la culture pour le plus grand bonheur des participants de tout âge. L'événement a rencontré un grand succès sur les réseaux diffusant une image étonnante et réjouissante de ce grand mix sport & culture.

Les 10 structures impliquées dans cette "course à la culture" : Archives départementales des Bouches-du-Rhône, Bibliothèque départementale des Bouches-du-Rhône, Cosquer Méditerranée, Frac, Luma, Mucem, Musée départemental Arles antique, Musée Regards de Provence, Museon Arlaten, Musée de la Camargue.

EN AVANT POUR LA GRANDE RANDONNÉE VERS PARIS

À l'occasion des Jeux Olympiques 2024, la Fédération Française de Randonnée Pédestre - labellisée "Terre de Jeux 2024" par le Comité d'Organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques français – soutenue par Provence Tourisme, a organisé dans le département (FFRP13), une randonnée hors du commun du 3 au 10 février. Ce grand défi s'est inscrit dans l'événement national "La Grande Randonnée vers Paris" partant des six coins de l'hexagone et convergeant vers la capitale. Chacune des itinérances dans les Bouches-du-Rhône a été accompagnée par des ambassadeurs de la Fédération Française de la Randonnée Pédestre et les marcheurs volontaires. La traversée du département s'est effectuée en 7 étapes sur 8 journées, soit 129 km au total et 2704 m de dénivelé. La FFRP13 est venue prêter main forte dans les offices de tourisme pour renseigner et accueillir les randonneurs.



FAIRE SAVOIR

Le service communication de Provence Tourisme a pleinement joué son rôle d'amplificateur auprès des professionnels, des visiteurs et des habitants. En amont, avec la tenue d'un voyage de presse accueillant 10 journalistes en provenance du monde entier (Allemagne, Canada, Japon, Espagne, Australie, UK). Un dossier de presse "Jetez-vous à l'eau" a alimenté les relations presse tout au long de l'année, rappelant pourquoi le CIO avait choisi le territoire et la rade de Marseille comme site olympique. 2024, ce fut aussi la rédaction de contenus dédiés pour le web, l'édition de supports tels que les livrets des Déjeuners de la Flamme, la conception d'un kit de communication pour les professionnels, la médiatisation des événements MPG dédié à l'événement (Déjeuners de la Flamme, le Grand Banquet..).



Les rendez-vous

Montrer les coulisses du métier, accompagner les esprits innovants et prioriser notre cadre de vie



Provence Travel Innovation, nouvelle promo, nouvelles innos

Imaginé en 2017 par Provence Tourisme et l'ESCAET, Provence Travel Innovation a pour mission d'identifier et d'accompagner les solutions innovantes qui feront le tourisme de demain. En détectant les jeunes start-ups et en les invitant à s'implanter en Provence, le dispositif œuvre au renforcement de l'économie touristique du territoire. Chaque année, après un appel à candidatures orchestré par Travel Camp Sud, une 1^{re} sélection de startups s'engage dans une période d'échanges et de coaching pour peaufiner leur projet. À l'issue de cette période, les candidats pitchent leur solution devant un jury d'experts composé des partenaires de l'incubateur qui sélectionne la nouvelle promotion PTI. Devant eux, 9 mois pour développer leur idée. Un parcours de formation riche et complet leur est prodigué par les partenaires. Il s'articule autour de 3 grands axes : structuration et accompagnement personnalisé, mise en réseau et visibilité & accès aux ressources. Ainsi les porteurs de projet auront bénéficié d'ateliers sur la finance, le juridique, le digital, les relations presse, etc. Dispositif complété par des coachings individuels sur les métiers et les solutions par l'ESCAET et Provence Tourisme. Ils auront également bénéficié d'une mise en réseau fournie : networking, participation à des salons nationaux et régionaux, échanges avec les offices de tourisme du territoire, mise en relation avec les socio-pros. Enfin, l'accès à de nombreux outils tels que des études de marché, des kits de communication et d'autres outils partagés avec les membres du réseau France Tourisme Lab complètent leur formation accélérée.

Parmi les 10 heureux projets retenus pour suivre le cursus PTI en 2024, Gowwiz qui cherche à limiter les effets du décalage horaire, Walter une plateforme d'hébergement solidaire dont les revenus locatifs luttent contre le mal logement, ou encore Collectif Be qui met en relation professionnels de l'accueil et prestataires de bien-être.

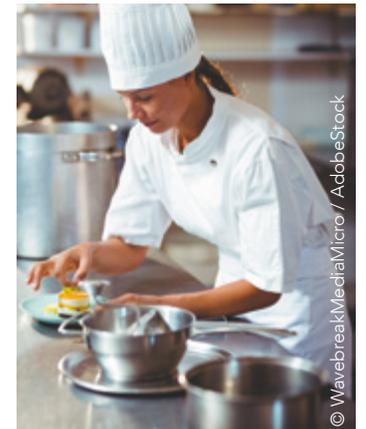
Susciter des vocations

Les Journées Jeunesse Emploi Tourisme continuent leur opération séduction en 2024, avec une 7^e édition.

Depuis 2017, les JET de Provence Tourisme permettent de sensibiliser la jeune génération aux métiers, carrières et opportunités de la filière de l'hôtellerie-restauration. Alors que le secteur peine à recruter, susciter des vocations auprès des jeunes et créer des relations fortes entre le monde éducatif et le monde économique est urgent. En partenariat avec la Direction de l'Éducation du Conseil Départemental des Bouches-du-Rhône, et durant trois jours, les collégiens découvrent le fonctionnement d'un établissement hôtelier au cours d'ateliers immersifs et ludiques. Tour à tour, dans la peau d'un réceptionniste, chef cuisinier, employé du service d'étage ou du service en salle, les collégiens explorent les arcanes de ces métiers en tension. Un atelier tourisme responsable complète le dispositif. Et, pour la 1^{re} fois cette année, les élèves de Bac Pro CRS du Lycée Polyvalent Montmajour ont encadré les collégiens et animé un atelier "Garçon, s'il vous plaît".

Le dispositif mobilise chaque année de nombreux jeunes et professionnels. Ainsi 200 jeunes issus de 17 collèges ont été accueillis au sein de 3 hôtels prestigieux du territoire : le Sofitel Marseille Vieux-Port Hôtel, l'hôtel Renaissance d'Aix-en-Provence et l'hôtel Jules César à Arles. Depuis 7 ans, près de 900 collégiens de 4^e et 3^e et 80 membres des équipes pédagogiques ont participé à l'initiative.

Une réussite à laquelle contribuent des partenaires fidèles : La Direction de l'Éducation du Conseil départemental des Bouches-du-Rhône, le Rectorat Aix-Marseille, l'UMIH 13, les Lycées hôteliers Jean-Paul Passédat, La Cadenelle, Charles Péguy, LPO Montmajour et leurs étudiants des formations BTS Tourisme et Bac Pro CSR, et enfin les hôtels participants.



Le Culture Store accueille les festivals



En 2024, le Culture Store confirme sa vocation de trait d'union entre culture et tourisme, réunissant désormais 32 structures partenaires. Fort de son succès et de son modèle, il inspire la création d'un nouveau dispositif autonome : le Festival Store. Pensé dans le même esprit, ce nouveau store est dédié aux festivals du territoire, venant élargir la démarche initiée par le Culture Store.

Cette nouvelle mission est la concrétisation d'un accompagnement initié depuis plusieurs années. Le 12 mars 2024, un temps fort a été organisé réunissant les festivals partenaires, dans l'objectif de créer un collectif : un véritable réseau d'acteurs culturels engagés. L'idée était de rassembler les festivals du département afin de mieux cerner leurs besoins en matière d'accompagnement et de poser les bases d'un futur réseau structuré. Quinze festivals ont répondu présents à cette première rencontre. Ce rendez-vous a permis aux équipes de Provence Tourisme de partager les résultats d'une étude sur la fréquentation culturelle des festivals dans les Bouches-du-Rhône. Cette rencontre a surtout été l'occasion d'écouter les besoins des acteurs présents, afin d'identifier les leviers d'accompagnement possibles. Les questions d'accessibilité et de durabilité seront au centre des futurs travaux. Parallèlement, Provence Tourisme poursuit tout au long de l'année son accompagnement des festivals en matière de communication et de promotion touristique, avec pour objectif de renforcer leur visibilité au sein de l'écosystème touristique local.

Année olympique oblige, l'événement "La Course à la culture" a mobilisé une dizaine de structures pour donner à voir une course arty et hors stade en amont des JOP. Du 17 au 19 mai, s'est tenu un parcours explorant le duo art & sport à travers les émotions qu'il suscite, les valeurs sociales et humaines qu'il véhicule, ainsi que son enracinement dans le territoire local. De Marseille à la Camargue, chaque étape de ce marathon inédit interrogeait le rapport entre culture et sport dans sa relation avec le corps, les émotions et l'esthétique à la fois dans l'art contemporain et dans l'exercice sportif. L'événement bien relayé et suivi sur les réseaux, a eu pour résultat une fréquentation satisfaisante.

La question et la facilitation de la mise en l'accessibilité poursuit son chemin, avec la tenue d'ateliers. L'atelier "Mon musée accessible" a permis la certification de 15 personnes et 8 structures. L'atelier RPA - Registre Public Accessibilité - a quant à lui permis de rassembler une quinzaine de structures.



Nouveauté 2024, l'organisation d'un workshop et la création d'une brochure B to B diffusée à cette occasion. Près d'une centaine d'invités se sont réunis aux Archives départementales à Marseille en fin d'année. Associations, guides, CE, agences de voyages, offices de tourisme et tour-opérateurs venus des Bouches-du-Rhône, de PACA, et une poignée de l'étranger. La nouvelle brochure de valorisation de l'offre culturelle en BtoB a été distribuée à cette occasion et a également servi de support au Travel Meet de décembre.

Adapter le cadre de vie au changement climatique

Aux côtés du Département, et dans le cadre de l'animation du label Villes et Villages Fleuris, Provence Tourisme mène une mission globale d'amélioration durable du cadre de vie : la place accordée au végétal dans l'aménagement des espaces publics, la protection de l'environnement, la préservation des ressources naturelles et la biodiversité, la valorisation du patrimoine botanique, la reconquête des cœurs de ville, l'attractivité touristique ou encore l'implication des citoyens. L'édition 2024, appuie la démarche en organisant des ateliers sur le thème : "l'eau, une ressource à préserver".

Le Département a célébré les 50 ans d'animation du label Villes et Villages Fleuris sur son territoire. 2024, c'est aussi pour Provence Tourisme et le Département des Bouches-du-Rhône, le renouvellement du label "Département fleuri" pour le territoire. Un label décerné pour les cinq années à venir et dont le département arbore les couleurs depuis 10 ans. Cette distinction attribuée par un jury expert est l'occasion de démontrer comment le territoire se mobilise pour protéger ses paysages et aménager les espaces publics et privés afin d'améliorer de façon durable le cadre de vie des résidents et l'accueil de ses visiteurs. Pour les Bouches-du-Rhône, département fortement peuplé mais également doté d'une richesse naturelle indéniable, soumis à de multiples contraintes liées aux activités humaines, la qualité du cadre de vie et la préservation des ressources environnementales et paysagères sont logiquement des préoccupations prises en compte dans les grandes politiques départementales : environnement, agriculture, mobilité, habitat et tourisme.

Palmarès 2024 - Dans les Bouches-du-Rhône, 6 communes sont récompensées en 2024 et 53 communes portent fièrement le label Villes et Villages fleuris. Au palmarès, Éguilles



remporte les encouragements du jury pour la réalisation d'aménagements paysagers dans les espaces publics et la valorisation de son patrimoine lié à l'eau. Cabriès est saluée du prix "aménagement d'un espace naturel en ville", pour son soutien à une agriculture périurbaine et la mise en place de jardins partagés. Le prix "aménagement en faveur de la biodiversité" revient à Trets pour son parc paysager qui met en valeur une zone humide, la plantation d'arbres de haute tige et la diversification des essences. Quant au coup de cœur du jury, il est décerné à Gignac pour son ambition d'intégrer la nature en ville avec notamment l'initiative Garden Lab avec ses potagers collectifs et ses parcelles agricoles. Et enfin, les communes Allauch et de La Roque d'Anthéron, lauréates, vont être présentées en 2025 au jury régional pour la 1^{ère} fleur.

Initié en 2022, le concours "Environnement" relève les efforts des communes sur les questions d'adaptation et de lutte contre le dérèglement climatique en remettant 7 distinctions. L'ensemble de ces récompenses sont attribuées par un jury composé de professionnels de l'aménagement du territoire, des espaces verts, du paysage, de l'urbanisme, de l'environnement et du tourisme. Au tableau d'honneur en 2024, on retrouve : Alleins pour la gestion de l'eau et des canaux ; Auriol et la question de la prévention du risque inondation ; Jouques et l'étude de la ripisylve (espace d'échanges entre les milieux terrestres et le milieu aquatique) ; Istres et ses animations pour sensibiliser les usagers aux enjeux de l'eau ; la future réhabilitation de l'Impluvium de La Ciotat ; Marseille, la renaturation du Parc des Sœurs Franciscaines Missionnaires de Marie ; et le prix global est décerné à Miramas pour sa démarche globale exemplaire, parmi lesquelles la préservation des zones humides autour de l'étang de Berre et les bassins de rétention et d'infiltration avec des plantes phytoépurations.

En parallèle, le concours des Collèges Fleuris initié par le Département encourage les jeunes à prendre en main leur environnement quotidien, cour et autres espaces communs de leur établissement. Ce concours permet d'aborder de nombreux sujets en lien avec l'environnement et la gestion des ressources en eau. En 2024, 22 établissements ont relevé le challenge sur le thème de la gestion de l'eau. Les lauréats 2024 : 2 fleurs pour le Collège Fernand Léger à Berre l'Étang, 3 fleurs pour le collège Henri Wallon à Martigues, 4 fleurs pour les collèges Auguste Renoir et Édouard Manet à Marseille et Font d'Aurumy à Fuveau.

Palmarès complets et détaillés sur myprovence.pro



Panorama

Des chiffres et des lettres pour faire savoir le travail accompli



La Provence, à feuilleter et à scroller !

En ligne, ou en main, rien de tel qu'une édition pour approfondir un sujet, prendre le temps de comprendre une problématique et garder une trace.

Livrets, brochures, communiqués, dossiers de presse... plus d'une trentaine d'éditions ont suivi l'actualité de l'agence l'année passée. Reconnaisables au 1^{er} coup d'œil, pimpés par la charte graphique de Provence Tourisme, adaptés à leur lectorat, institutionnel ou grand public, voilà quelques incontournables, certains éphémères et d'autres pérennes pour mieux comprendre la destination.

Parmi les productions les plus importantes, on retrouve les supports MPG destinés au grand public : livrets des Dîners Préhistoriques, des Déjeuners de la Flamme, du Banquet Solidaire ...

Grande nouveauté en 2024 : la refonte de la carte touristique. Entièrement repensée en collaboration avec les offices de tourisme, elle adopte désormais un format pocket. Tirée à 15 000 exemplaires, on la retrouve dans de nombreux points d'accueil du territoire.

Pour la presse, une vingtaine de communiqués de presse, les dossiers de presse des Dîners Insolites, de Provence Travel Innovation et le bien nommé "Jetez-vous à l'eau" pour les JO. Quant aux professionnels qui veulent approfondir leur connaissance du marché et des tendances, 2024 a été auscultée sous toutes les coutures. De nombreuses études ont été publiées en ligne tout au long de l'année : profil de clientèle, fréquentation par typologie d'établissement, étude d'impact des JO, etc. Une mine d'or toujours disponible sur myprovence.pro.

Myprovence.pro un outil au service d'un tourisme plus vertueux

En 2024, myprovence.pro s'est affirmé comme une plateforme essentielle pour accompagner les professionnels du tourisme des Bouches-du-Rhône. Conçu comme un espace d'informations et de ressources, le site propose des outils pratiques, des actualités sectorielles, ainsi que des informations sur les services proposés. En facilitant l'accès aux données touristiques, aux campagnes de communication de Provence

Tourisme et aux dispositifs d'accompagnement, myprovence.pro renforce l'attractivité du territoire et soutient activement l'innovation et la compétitivité des acteurs locaux. Des contenus inspirants, originaux, sélectifs et réguliers qui ont attiré plus de 15 000 visiteurs l'année écoulée, avec plus de 130 nouveaux articles publiés en 2024 (soit 30% de plus que l'année précédente).

Pour compléter cet outil, une newsletter pro, envoyée tous les 15 jours à 7 000 abonnés, se fait le relais de l'actualité. Quant aux réseaux sociaux professionnels, avec son compte LinkedIn, myprovence.pro se fait expert dans son domaine et s'adresse à plus de 10 000 abonnés (en progression de près de 18%).

En 2024, myprovence.fr est plus visible, plus ciblé et plus mobile

Myprovence.fr, le média de destination édité par Provence Tourisme, est au cœur de l'écosystème digital de promotion touristique des Bouches-du-Rhône. Il s'inscrit dans une logique éditoriale et expérientielle, en lien avec les grands enjeux de visibilité, de durabilité et d'innovation. La recette du succès : un écosystème digital en synergie, un site riche en contenus éditoriaux, actualités, inspirations (...), une stratégie SEO optimisée par thématique et saisonnalité, une présence multicanale : réseaux sociaux (Instagram, Facebook, TikTok), newsletters thématiques, campagnes publicitaires (SEA et SMA) & une articulation forte avec les dispositifs MPGastronomie et Pass MyProvence.

2024, a vu l'aboutissement de grands chantiers. Tout d'abord la mise en conformité RGAA (accessibilité numérique) pour garantir une navigation inclusive à tous les publics, avec un déploiement prévu au 1^{er} trimestre 2025. Autre sujet évoqué depuis longtemps, la monétisation des espaces publicitaires, avec la création et l'intégration d'un outil publicitaire interne pour permettre la commercialisation d'espaces partenaires dans une logique affinitaire et maîtrisée. 2024 a aussi été le point de départ d'un partenariat avec une nouvelle agence digitale afin d'optimiser la visibilité de l'écosystème MyProvence. Cette nouvelle mission s'appuie sur un travail global sur les données de performance, les campagnes d'acquisition SEA/SMA, la stratégie de contenu SEO, la stratégie Social Media et la refonte des newsletters.

130
articles publiés
en 2024



Côté éditorial, c'est la naissance d'une nouvelle rubrique dédiée au tourisme écoresponsable : "En Mode Éco". Elle valorise les initiatives locales engagées, les bonnes pratiques de voyage et les professionnels du territoire investis dans une démarche durable.

2024 en chiffres

Myprovence.fr poursuit sa montée en puissance en tant que média de référence pour la découverte du territoire. Avec une audience cumulée (site, RS, newsletters) en constante évolution, l'écosystème Digital confirme son rôle de carrefour d'inspiration et d'information touristique tout en renforçant son positionnement toujours local, jamais banal. L'audience reste majoritairement composée de nouveaux visiteurs (85%), signe d'un fort pouvoir d'attraction, tandis que plus de 7 internautes sur 10 naviguent depuis un mobile, confortant l'orientation mobile-first du site. Le trafic organique (référencement naturel) demeure la principale porte d'entrée, représentant plus des deux tiers des visites. Cette performance est renforcée par la montée en puissance des newsletters, qui génèrent à elles seules 9% des visites. En 2024, l'audience de myprovence.fr reste très majoritairement féminine (près de 64%), avec un cœur de cible constitué des 18-54 ans. Le site reste solidement ancré en France, avec près de 88% des visiteurs issus du territoire national, mais continue d'attirer des internautes internationaux, notamment des États-Unis, de Belgique et d'Allemagne, en tête des connexions étrangères. Sans surprise, les grandes métropoles dominent l'audience urbaine : Paris, Marseille et Lyon.

Parallèlement, Provence Tourisme renforce sa présence sur les réseaux sociaux. En 2024, ils ont cumulé plus de 60 000 abonnés sur Instagram et plus de 215 000 fans sur Facebook. Le jeune compte TikTok est en développement, avec une stratégie ciblée sur les jeunes publics. Globalement en 2024, la communauté s'engage de plus en plus, notamment autour des formats vidéo, réels, stories et contenus immersifs.

Une stratégie newsletters performante et bien ciblée. La newsletter Agenda, envoyée chaque semaine (50 envois), reste le pilier du dispositif, avec plus de 1,5 million d'emails envoyés, un taux d'ouverture de 34,26%. Les newsletters thématiques plus ciblées affichent des performances remarquables : les news Food et les news Plein Air dépassent les 38% d'ouverture ; les news Culture et les news Zap affichent aussi de très bons résultats avec plus de 11% et 15% de taux de clics.

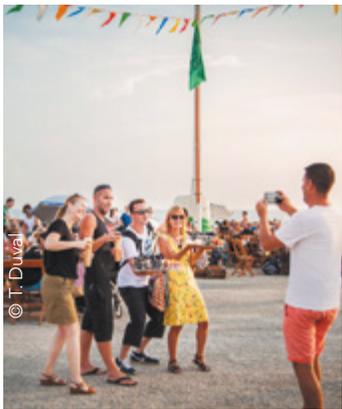
La Provence inspire les médias

En 2024, une trentaine de reportages/accueils ont été organisés, permettant à près de 50 journalistes de découvrir la destination. À chaque fois les angles et sujets sont travaillés avec les partenaires en amont pour donner à voir le meilleur du territoire. L'année a été marquée par l'accueil de 3 voyages de presse internationaux dont un très beau programme en janvier conviant des journalistes canadiens, japonais, espagnols, australiens, britanniques et allemands pour découvrir les infrastructures des JO en avant-première. Puis 2 voyages de presse, l'un auprès des médias italiens pour mettre en lumière comme chaque année "Archéologie et Patrimoine" pendant les Journées Européennes de l'Archéologie, puis un programme pour la presse allemande sur le thème Mémoire et Littérature.

Comme chaque année, Provence Tourisme peut se targuer d'avoir accueilli les médias les plus reconnus et les plus puissants sur leurs marchés et auprès de lectorats cibles. Pour n'en citer que quelques-uns qui ont posé leur œil et leur objectif sur la Provence en 2024 : Le Figaro, Le Routard, Ouest France, Détours en France, Cuisine Actuelle, Terre Sauvage, Avantages, Femme Actuelle, MAXI, DNA...

Côté retombées, plus d'une centaine de sujets ont été publiés dans la presse nationale. Aussi bien dans des quotidiens nationaux à forte audience tels que Les Echos, Le Figaro, que dans des quotidiens régionaux parmi les plus diffusés tel que Ouest France. Radios et télévisions ont fait résonner les pépites du territoire, de la matinale Bonjour de TF1, à la chronique Balades en France sur Europe 1, en passant par RTL Petit Matin Week-end. De très belles visibilité également en presse internationale, notamment en lien avec les JO et les voyages de presse organisés en début d'année. Extraits : Madame Figaro Japon, The Irish News, The Australian financial Review, Marca (Espagne), BBC History Italia, Emotions Magazine ou Medioevo. Provence Tourisme communique également sur ses initiatives pour amplifier leur écho et leur public à chaque édition. Plus de 660 articles ont illustré les actions de Provence Tourisme à destination de ses différents publics, représentant 544 pages publiées dans 137 médias, et touchant 605 000 millions de lecteurs (ODV = occasions de voir).

Plus de **100**
sujets "destination"
dans la presse nationale



Perspectives

Faire ensemble le tourisme de demain au plus près du local



© C. Duranti

Changer de modèle pour un tourisme régénératif

Le Département des Bouches-du-Rhône a confié à Provence Tourisme la mission d'élaborer, à travers une large concertation auprès des élus, des professionnels, des acteurs associatifs mais aussi des habitants du département, le 7^e Schéma Départemental de Développement du Tourisme et des Loisirs.

Ce besoin émerge dans un contexte marqué par des crises successives, notamment la crise sanitaire et des bouleversements géopolitiques, qui ont eu un impact profond sur les équilibres économiques et politiques. De plus, le réchauffement climatique, qui s'accélère, pose des questions sur notre intégration du tourisme dans notre territoire et des enjeux de cette filière.

La feuille de route qui nous est confiée est claire et exigeante : développer le tourisme tout en préservant l'environnement et le cadre de vie des résidents ; renforcer l'attractivité de la destination tout en respectant l'identité du territoire ; intégrer les nouvelles attentes des voyageurs et leurs besoins (usage numérique, etc.) ; faire des résidents des ambassadeurs de leur territoire.

En 2025, nous entamons une démarche innovante, un cheminement, une "caravane", pour interroger et récolter les idées au plus près du territoire. Cette méthodologie unique intègre à la fois la création d'une dynamique collective positive et constructive tout en réalisant ce document cadre nécessaire qu'est le Schéma de Développement Touristique Durable. Chaque journée est conçue pour stimuler la réflexion, entre découvertes sur le terrain et temps de travail en intelligence collective. Au programme : des visites immersives, des ateliers participatifs "fresque du tourisme", des cheminements et balades immersifs aux côtés de guides, des temps collaboratifs, des ateliers d'intelligence collective, etc.

À chaque étape, un sujet est abordé, l'environnement, le social, les enjeux territoriaux, le futur... La pluralité des temps de travail et des rencontres donnera matière à construire un schéma au plus près des territoires, au plus près des acteurs de l'économie locale et des habitants.

Nous sommes plus convaincus que jamais que nous devons embarquer tout un écosystème pour tendre vers un tourisme régénératif, responsable et inclusif. Nous avons toujours travaillé sur le durable, mais jamais aussi près du territoire. Et c'est cette dynamique que nous voulons poursuivre et amplifier en 2025.

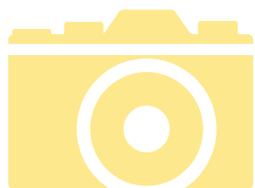
Ce travail s'accompagne d'une montée en puissance de nos actions et de nos engagements. En 2025, nous montons d'un cran, nous nous engageons fortement avec une politique de plaidoyers ou encore en renonçant à la promotion sur les marchés lointains. En 2025, nous passons de la recommandation à l'action avec un discours de vérité. En 2025, nous faisons ensemble, au plus près du local, avec les habitants, les élus, les acteurs du tourisme et les entrepreneurs.



© Eileen Kumpf / AdobeStock

L'essentiel

REFAIRE LE TOUR DES BOUCHES-DU-RHÔNE



9,2 millions de touristes

3^e département le plus peuplé de France

74 % de clientèle française

26 % de clientèle étrangère : Allemagne, États-Unis, Royaume-Uni, Italie, Suisse

53 % des séjours réalisés au printemps et durant l'arrière-saison

5 jours de durée moyenne des séjours

74 € de dépense moyenne par personne et par jour

3,4 milliards d'€ de consommation touristique

46 millions de nuitées touristiques

368 000 lits touristiques

1^{er} mode d'hébergement marchand : l'hôtellerie

32 300 emplois salariés

4^e employeur de France

50 % du département en espace naturel préservé

850 km² de réserves et Parcs naturels

100 000 hectares d'espaces boisés

3 parcs naturels régionaux :
Camargue, Alpilles, Sainte-Baume

1 grand site de France : Sainte-Victoire

1^{er} parc périurbain d'Europe :
Parc National des Calanques

1^{er} Musée National en région : le Mucem

1 ville et **1** site inscrits au Patrimoine Mondial de l'UNESCO :
Arles et La Cité Radieuse

92 musées

1^{er} département de France pour la production
de tomates, salades, courgettes, riz, olives

1^{er} département arboricole de la région
avec 11 663 hectares consacrés à l'arboriculture

1 grande ferme à ciel ouvert avec 226 000 ovins,
18 000 bovins et 14 200 ruches

Une appétence pour le bio : **36,7 %** des surfaces agricoles biologiques
dans le département, 2^e rang régional

- ⁽¹⁾ Salon ID Week-end : La 4^e édition du salon ID Week-end s'est tenue pour la première fois au parc Chanut à Marseille. Un rendez-vous du tourisme et des loisirs qui permet au public de trouver et préparer son séjour. Offices de tourisme, hébergeurs, professionnels du sport, du loisir ou encore de la culture sont présents pour faire découvrir leurs offres.
- ⁽²⁾ Travel Camp Sud : Dispositif de sélection régional, Travel Camp Sud est devenu incontournable pour tous les porteurs de projets innovants en région Sud, ce challenge financé par la région Provence-Alpes-Côte d'Azur offre l'opportunité unique de remporter un programme d'incubation au sein de Provence Travel Innovation ou LINKEUS Incubation.
- ⁽³⁾ PTI : Provence Travel Innovation est un Incubateur qui propose un programme d'incubation de projets touristiques innovants. Ses membres fondateurs sont l'ESCAET et Provence Tourisme.
- ⁽⁴⁾ Festival Store & Culture Store : Ces deux projets sont un laboratoire de services, d'actions et d'échanges entre les acteurs de la culture et le secteur du tourisme au travers de Provence Tourisme. L'objectif est d'impulser une dynamique culturelle et touristique pour valoriser le patrimoine et la vivacité culturelle de la Provence et la faire reconnaître comme une destination culturelle majeure.
- ⁽⁵⁾ MIA : Pour "Mon Intelligence Artificielle". Provence Tourisme créé une conciergerie numérique alimentée par un outil conversationnel basé sur l'Intelligence Artificielle. Cette IA experte sur le tourisme en Provence est accessible via myprovence.fr en 7 langues (français, anglais, italien, espagnol, portugais, allemand, chinois) et apporte des réponses précises aux questions liées à l'information touristique.
- ⁽⁶⁾ Club AMP24 : Lancé le 30 novembre 2022, le Club AMP2024 initie une dynamique collective pour rassembler le monde économique autour des Jeux Olympiques de 2024.
- ⁽⁷⁾ MPG Média Club : Créé en 2022 par Provence Tourisme, ce club propose d'entrer dans les coulisses de la nouvelle génération de cheffes et chefs qui dessinent une Provence originale et où la gastronomie poursuit sa mue. Journalistes et influenceurs mais également nombreux représentants des métiers de l'écosystème collaboratif de la gastronomie répondent présents à l'initiative, et aiment se retrouver plusieurs fois dans l'année.
- ⁽⁸⁾ ISO 20121/2012 : Créée lors des Jeux Olympiques de Londres en 2012, la norme ISO 20121/2012 propose un cadre formalisé, une marche à suivre pour mettre en œuvre les 3 piliers du développement durable dans l'organisation d'un événement, afin de maîtriser son impact social, économique et environnemental. Accessible à tout organisateur d'événements, il s'agit d'une démarche volontaire et progressive, selon le principe de l'amélioration continue.
- ⁽⁹⁾ Grand Opening de Médinsoft : Le #GO24 est la plus grande soirée économique du territoire avec près de 2 500 décideurs et chefs d'entreprises réunis autour de l'innovation, du digital et de la RSE.
- ⁽¹⁰⁾ Convention des Entreprises pour le Climat : Créée en décembre 2020, la CEC est une association d'intérêt général dont la vocation est d'organiser des parcours de prise de conscience et de transformation pour décideurs économiques.
- ⁽¹¹⁾ Smartcontact : Outil CRM mis à disposition des offices de tourisme du département, en remplacement de l'ancien système GAIA. Pensé pour répondre aux besoins concrets du terrain, SmartContact offre une interface intuitive, un suivi plus fin des interactions avec les visiteurs, et une meilleure valorisation des données collectées.
- ⁽¹²⁾ Travel Meet : Le Travel Meet 2024 est un salon B2B, organisé par le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur, où les acteurs du tourisme se rencontrent, échangent et discutent des évolutions du secteur. L'événement attire chaque année des centaines de professionnels, qu'il s'agisse d'agences de voyages, de tour-opérateurs, de responsables de destinations, ou encore de fournisseurs de services touristiques.

Missionné par le Département des Bouches-du-Rhône,
Provence Tourisme agit en faveur de la coordination
des acteurs et de l'attractivité de la destination.

À retrouver sur www.myprovence.pro

PROVENCE TOURISME

13 rue Roux de Brignoles
13006 Marseille

Tél. +33 (0)4 91 13 84 13

e-mail info@myprovence.fr

web www.myprovence.fr