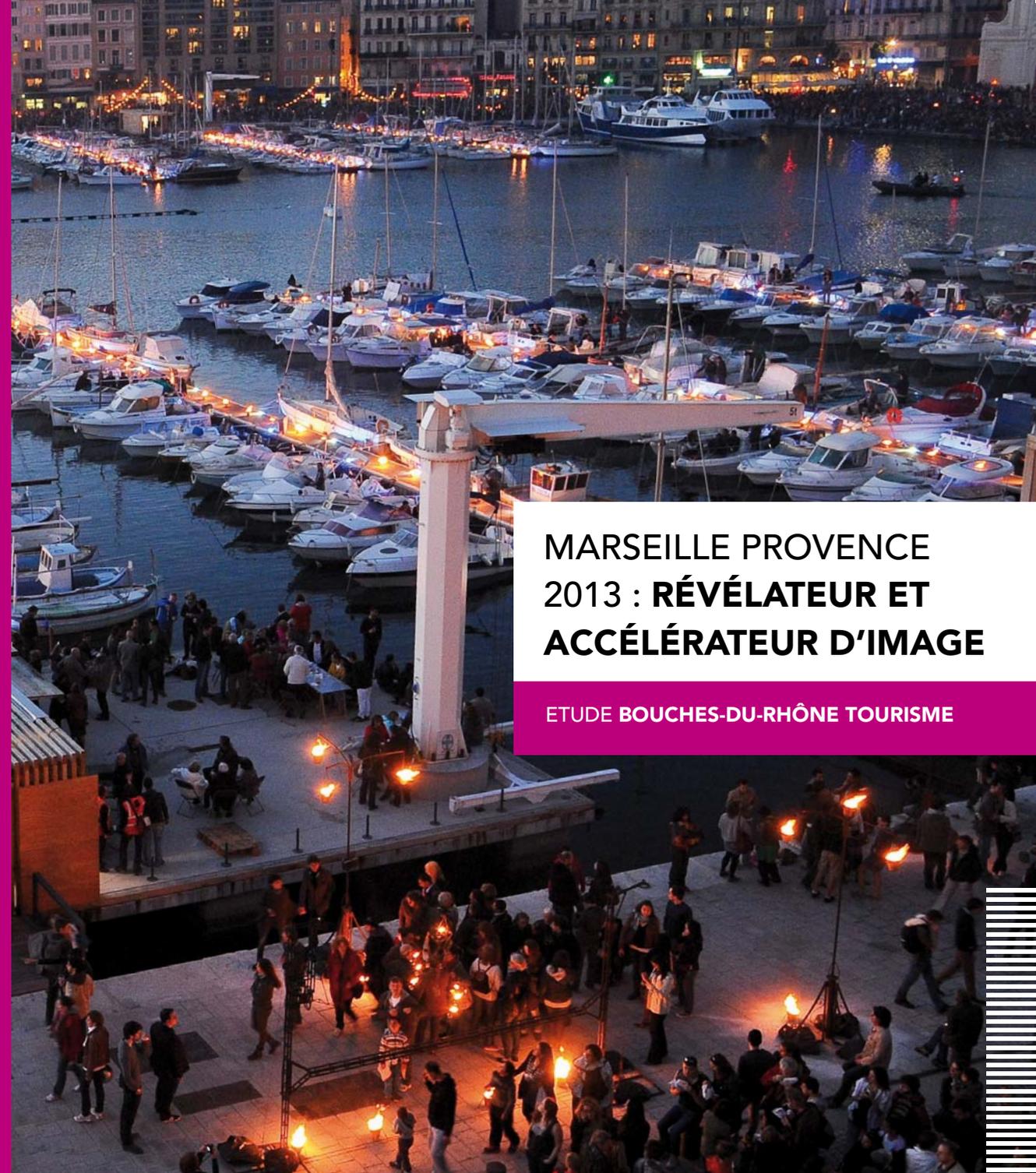


**Bouches-du-Rhône Tourisme** agit en faveur du dynamisme touristique du département. Il contribue à des actions nationales pour l'évolution du tourisme et assure la promotion de la destination "Provence-Marseille-Camargue" en France et à l'étranger.

RESPONSABLE PRESSE  
**Marie Lansonneur**  
mlansonneur@visitprovence.com  
04 91 13 84 06

RESPONSABLE ETUDES  
**Anne Péron**  
aperon@visitprovence.com  
04 91 13 84 31

Photo © G. Clément



## MARSEILLE PROVENCE 2013 : RÉVÉLATEUR ET ACCÉLÉRATEUR D'IMAGE

ETUDE BOUCHES-DU-RHÔNE TOURISME



## MARSEILLE PROVENCE 2013 : RÉVÉLATEUR ET ACCÉLÉRATEUR D'IMAGE

L'image touristique du département, au cœur de l'attention de Bouches-du-Rhône Tourisme depuis de nombreuses années, a progressivement évolué vers la mise en exergue de 3 territoires touristiques : Marseille, la Provence, la Camargue. En 2013, le territoire est devenu Marseille Provence, Capitale Européenne de la Culture. Autant dire une fantastique opportunité pour le développement culturel, économique et touristique de la destination. Qu'en est-il après cette année capitale ? Quelles en sont les retombées en termes d'image, de notoriété et d'attractivité ? L'étude d'image réalisée début 2014 apporte des éléments de réponse. En voici une courte synthèse :

### MARSEILLE PROVENCE 2013 : UN TOURNANT POUR L'IMAGE DU TERRITOIRE...

Marseille Provence 2013 a constitué un tournant pour la destination Bouches-du-Rhône en ce qui concerne son attractivité et son rayonnement.

- à court terme sûrement : 85 % des répondants considèrent que MP2013 a renforcé la dimension culturelle du département et renforcé la fréquentation touristique.

- et probablement à long terme : ce qui s'est passé avec MP2013 impacte l'image du territoire et révèle une part méconnue de la personnalité de la destination. 8 à 9 répondants sur 10 affirment que MP 2013 a permis de parler du territoire sur un domaine inattendu, un nouveau registre et 8 sur 10 que l'évènement a diffusé une image positive du territoire.

Cet évènement a produit un effet conjoint sur la population et les acteurs : reprise de confiance et de moral, adhésion du public aux manifestations "populaires", gain de fierté.

C'est un évènement bénéfique pour l'image de

### .... PORTEUR D'ÉVOLUTIONS FORTES

#### L'équilibre affirmé du couple nature/urbain

L'image de la destination est aujourd'hui associée à une dimension culturelle incontestée et dans le même temps, à travers notamment la création du tout jeune Parc National des Calanques, à la matérialisation de la naturalité dans l'urbain. Ici, la nature entre en ville imprimant un caractère résolument singulier au territoire.

L'image touristique de la destination devient ainsi plus « juste »

#### Le rajeunissement de l'image

Le caractère cosmopolite de la destination est renforcé par les transformations et évènements récents liés à MP2013. Une image de renouvellement, d'innovation et de créativité s'installe et dépasse peu à peu les traditionnels « clichés » nostalgiques modernisant ainsi la destination

La destination gagne en dynamisme et devient contemporaine.

#### La prégnance de la Méditerranée

La mer Méditerranée est aujourd'hui omniprésente lorsqu'on évoque la destination. Sa dimension balnéaire est désormais forte au travers du littoral et de ses plages mais aussi au travers d'évènements nautiques festifs.

Le département des Bouches-du-Rhône est résolument tourné vers la Méditerranée

la destination qui parvient même à dépasser les écueils en termes :

- d'image et de communication
- d'organisation des acteurs du territoire en étant révélateur d'un savoir-faire, d'une attractivité : la réussite des évènements a permis de lutter contre l'image d'un "sud désorganisé".

Au-delà de l'effet direct sur la valorisation de l'image du territoire, MP2013 a eu des incidences notables sur la vie économique de la destination :

- fort développement du tourisme grâce à MP2013
- conscientisation du rôle indéniable du tourisme dans l'économie et des impacts positifs de l'investissement dans ce secteur
- émergence de projets structurants, investissements en équipements, organisation d'évènementiels qui valorisent les villes et globalement la destination

### Le caractère populaire

La destination est qualifiée de « populaire ». Si ce terme, attribué essentiellement à Marseille, n'élude pas les appréciations négatives, il se dote à présent de valeurs positives :

- la culture accessible au plus grand nombre avec les manifestations des spectacles vivants comme Transhumance ou la Folle Histoire des Arts de la rue
- la simplicité typique des habitants
- l'authenticité : une destination qui se démarque de l'élitisme des concurrents voisins.

Le caractère populaire de la destination est réhabilité

### Le regain de fierté des résidents

MP2013 a joué le rôle de révélateur du territoire et de ses capacités auprès de ses résidents, renforçant leur fierté d'appartenance et de reconnaissance.

Les résidents semblent maintenant prêts à devenir ambassadeurs de la destination.

### UNE IMAGE ANCRÉE

#### AUTOUR DE MARSEILLE, LA PROVENCE, LA CAMARGUE

Les trois territoires touristiques de Marseille, la Provence, la Camargue forgent depuis 2004 la personnalité des Bouches-du-Rhône et apparaissent aujourd'hui définitivement légitimes tant du point de vue du public que des acteurs du département. Avec un rôle spécifique assigné à chacun d'eux :

- la Provence figure la clé d'entrée du territoire, produit d'appel évocateur de l'art de vivre agréable, et dotée d'une forte visibilité à l'extérieur. La Provence cultive le côté secret qui ne profite pas explicitement à l'ensemble du département. Elle fait office de passeur entre les deux autres pôles
- la Camargue véhicule l'ancrage dans la naturalité, illustre le côté sauvage de la destination
- enfin, Marseille ville de front de mer, urbaine, économique, architecturale, chef de file par

son rayonnement, capitale régionale. On lui attribue plus spécifiquement l'innovativité, l'innovation. Elle donne l'impulsion dans la contemporanéité, restitue la culture urbaine et festive.

"Les Bouches-du-Rhône c'est un triangle... trois produits complémentaires : Aix en Provence / Marseille / Camargue... 3 beaux symboles du département"- Paroles d'experts

Sous l'effet de l'accélération imprimé par MP2013, les images associées aux 3 territoires de Marseille, la Provence, la Camargue, se sont mutuellement enrichies. Aujourd'hui, les traits de personnalité associés à ces 3 territoires - surprenant / intemporel / libre / passionné / atypique/ singulier/ secret / attractif - se propagent de l'un à l'autre par capillarité et deviennent transversaux.

La destination a gagné en maturité. Elle propose une image plus cohérente et plus forte, avec UN LIEN DEVENU EVIDENT ENTRE TOURISME, CULTURE, NATURE ET ECONOMIE.

"Marseille Provence 2013 a permis une prise de conscience collective"

"on est actuellement dans une spirale vertueuse, une volonté commune" - Paroles d'experts

**Méthodologie :** Cette étude d'image a été confiée au cabinet BVA, José-Pierre Cholvy Consultant et Qassiopé. Elle a nécessité la mise en œuvre de trois outils complémentaires au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2014 :

- web sémantique : analyse structurale et sémiotique des discours personnels circulant sur le web via les réseaux sociaux entre les années 2009 et 2014 : 109 000 documents collectés et analysés
- entretiens auprès de 16 leaders d'opinion du département
- enquête auprès de 1600 Français âgés de 18 ans et plus dont 600 résidents du département des Bouches-du-Rhône pour un zoom résidents du 13.