



LANCEMENT DE SAISON 2023

 BOUCHES-DU-RHÔNE

"Aujourd'hui le tourisme est face à de nouveaux défis de préservation, de saisonnalité, d'innovation. Le Tourisme en Provence, change, évolue et passe du "encore plus" au "toujours mieux". Provence Tourisme se réinvente sans cesse pour faire de la Provence la destination n°1 d'un autre tourisme : un tourisme créatif, un tourisme local, un tourisme engagé, un tourisme inclusif. Et cela en stimulant la rencontre, la découverte, l'échange ; en défendant nos savoir-faire, nos spécificités, notre identité et en accompagnant les professionnels du tourisme. Nous serons toujours ensemble pour construire un autre tourisme !"

Danielle Milon, Présidente de Provence Tourisme.

L'ÉCONOMIE PRÉSENTIELLE SUR LE TERRITOIRE

La bonne fréquentation de ce début d'année atteste de l'attractivité de la destination Provence. Grâce au travail collectif des acteurs institutionnels et des professionnels du secteur, le tourisme en Provence se conjugue aux 4 saisons. Réguler les flux touristiques, c'est allier bienfaits du tourisme et préservation du territoire, enjeu majeur dans le département, fortement touristique et riche d'une population résidente elle aussi très importante.

Le département des Bouches-du-Rhône enregistre chaque année en moyenne 41 millions* de nuitées touristiques, ce qui représente quelques 8 millions de touristes.

AUJOURD'HUI - Les perspectives de fréquentation pour le printemps. Le printemps représente dans les Bouches-du-Rhône **29% des arrivées, soit près de 3 arrivées sur 10 et 23% des nuitées toutes origines confondues.** À cette période, la clientèle française est majoritaire (9 touristes sur 10).

¼ des nuitées touristiques françaises sont réalisées au printemps.

La clientèle est originaire de Provence-Alpes-Côte d'Azur (30%), d'Ile-de-France (20%), d'Occitanie (14%) et d'Auvergne-Rhône - Alpes (14%).

La clientèle étrangère est quant à elle originaire d'Allemagne, des États-Unis, des Pays-Bas et du Royaume-Uni.

Cette année en France, les vacances de Pâques s'étalent du samedi 8 avril au lundi 8 mai. Ces vacances génèrent en moyenne **9% des nuitées touristiques françaises dans le département.**

Le week-end de Pâques constitue le 1^{er} pic de l'année.

Suivent ensuite les ponts du mois de mai. Cette année, le calendrier est plus propice aux déplacements. Le 1^{er} et 8 mai étant un lundi, contre un dimanche en 2022.

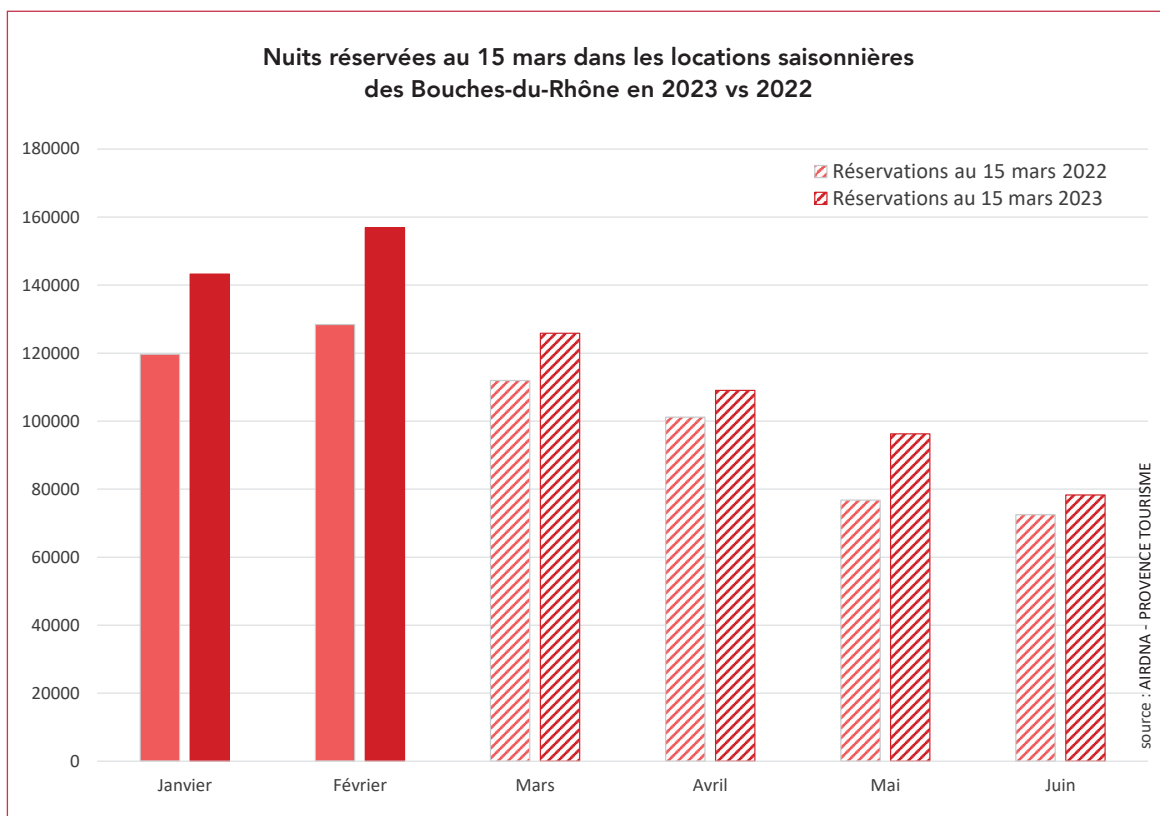
Les week-ends prolongés sont au nombre de 4 cette année, contre 2 en 2022. Cela présage une hausse de la fréquentation, si la conjoncture le permet, notamment en mai par rapport à l'année dernière.

* Source : BET F. Marchand / CRT PACA

Côté locations saisonnières. La location saisonnière affiche au 15 mars pour les 3 mois du printemps **une avance sur les réservations** notamment pour le mois de mai par rapport à l'année dernière à la même date.

Des pics de fréquentation se dessinent déjà pour les week-ends de Pâques, du 1^{er}, 8 mai, de l'Ascension et de la Pentecôte.

En l'état actuel des réservations, la fréquentation des vacances de Pâques devrait être au minimum comparable à celle de l'année dernière. L'accélération des réservations devraient se faire dans les jours à venir, la moyenne des réservations se faisant 36 jours avant le séjour.

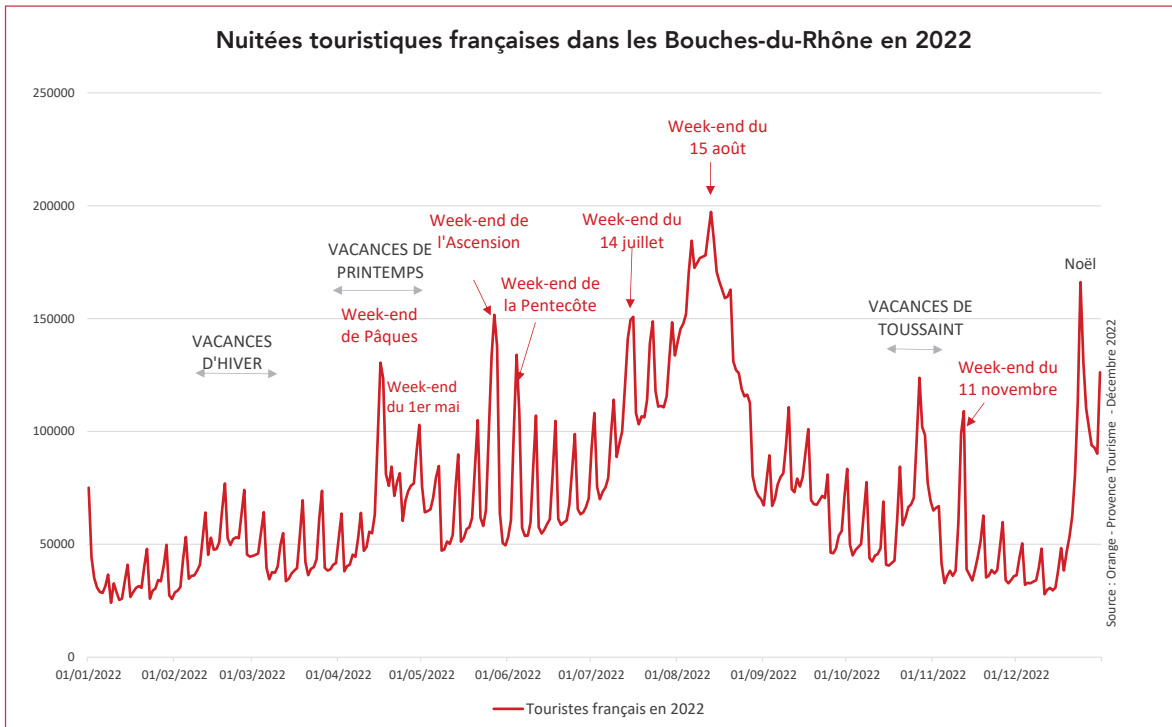


ET POUR L'ÉTÉ - Le tourisme durable au sein des préoccupations. L'été 2022 a été marqué par des épisodes de canicule et de sécheresse importants à l'échelle nationale. Ces événements sont amenés à se reproduire dans les années à venir. Des impacts pourront se répercuter sur le tourisme comme des réservations tardives, des modifications de destinations, des reports de clientèles...

L'été représente dans les Bouches-du-Rhône 38% des arrivées et 48% des nuitées toutes origines confondues.

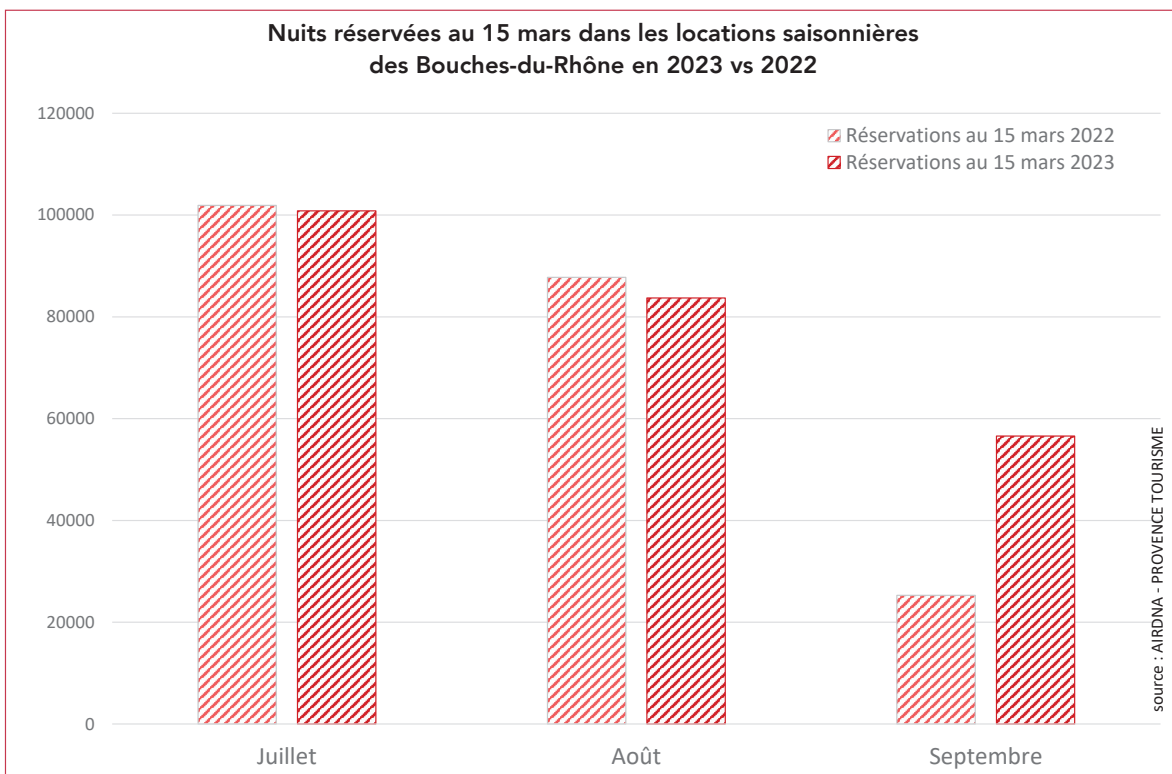
La clientèle française représente à cette période 85% des nuitées touristiques enregistrées.

L'été représente 39% des nuitées touristiques françaises. Les clientèles sont originaires d'Ile-de-France (31%), de Rhône-Alpes (16%) et de Provence-Alpes-Côte d'Azur (10%). La courbe connaît un pic de fréquentation autour du 14 juillet et du 15 août.



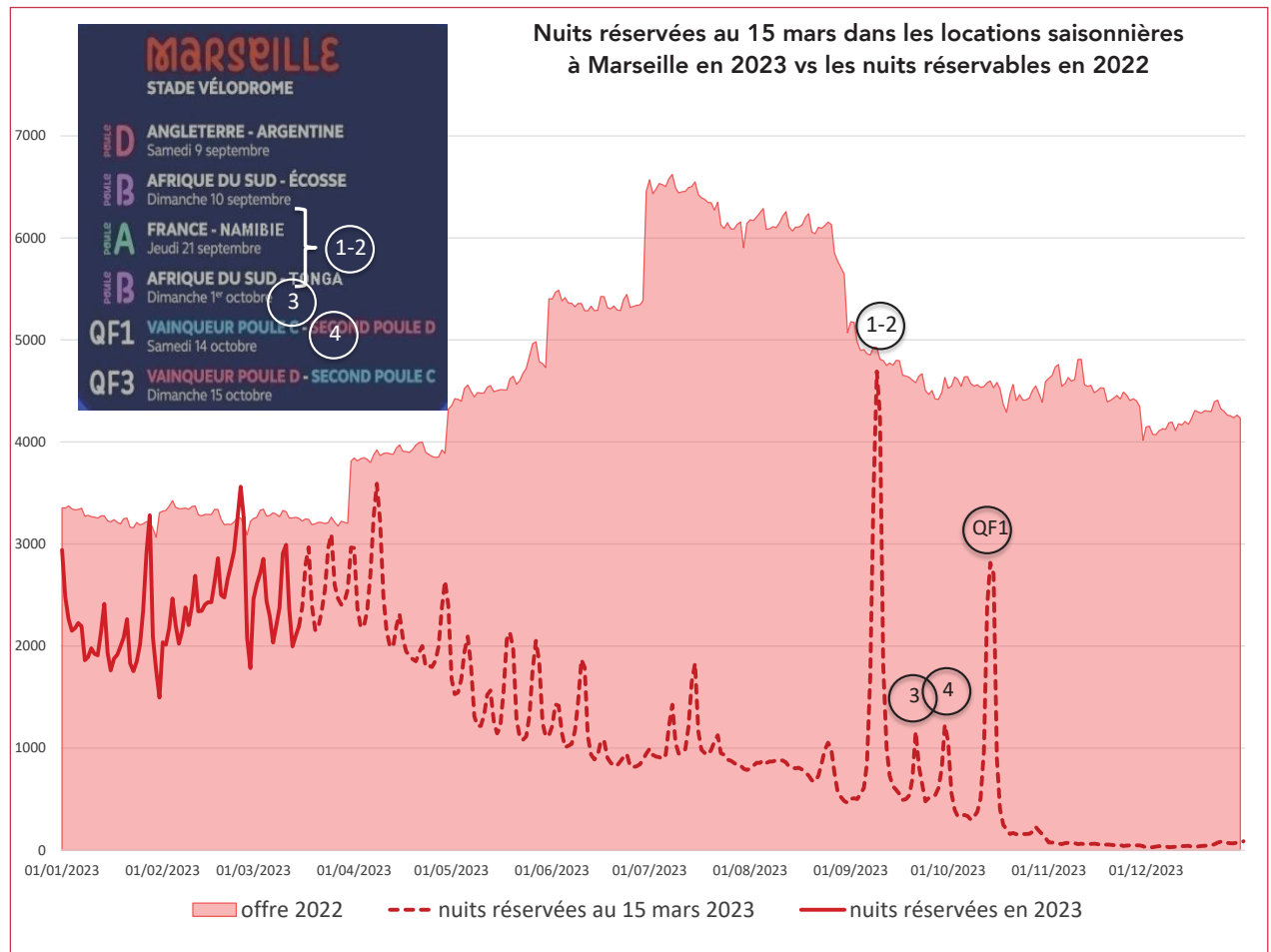
Cette année le 14 juillet étant un vendredi et le 15 août un mardi (contre un jeudi et un lundi respectivement en 2022), cela génère potentiellement des ponts en plus des vacances. Une très bonne fréquentation est attendue sur ces deux dates (comme l'an dernier).

Côté locations saisonnières. Au 15 mars, le niveau de réservation est comparable à celui de 2022 pour les séjours ayant lieu en juillet-août. Pour cette période, les réservations se font en moyenne 56 nuits avant la date du séjour. Les réservations pour l'été devraient se renforcer au printemps.



EN SEPTEMBRE - Les locations saisonnières, des chiffres prometteurs. Il est observé une avance sur les réservations, **+14 % de nuits réservées entre avril et décembre 2023 vs 2022** à la même date.

Cette avance est en grande partie attribuable aux mois de septembre et octobre, durant lesquels se déroulera de la Coupe du Monde de Rugby avec 6 matchs sur le territoire.



Il faut déjà souligner de **très fortes réservations à ce jour pour les 2 premières finales à Marseille** (95 % et 89 % de nuits offertes de 2022 ces 2 jours de matchs) **ainsi que pour la 1^{ère} qualification** (61 %). Sur les deux premières dates, le niveau de réservation de 2022 est déjà dépassé (+2 % et +4 % le 9 et 10 septembre par rapport aux nuits réservées en 2022).

Pour septembre et octobre 2023 :

+ 47 000 nuits prévues dans les Bouches-du-Rhône vs 2022 au 15 mars.

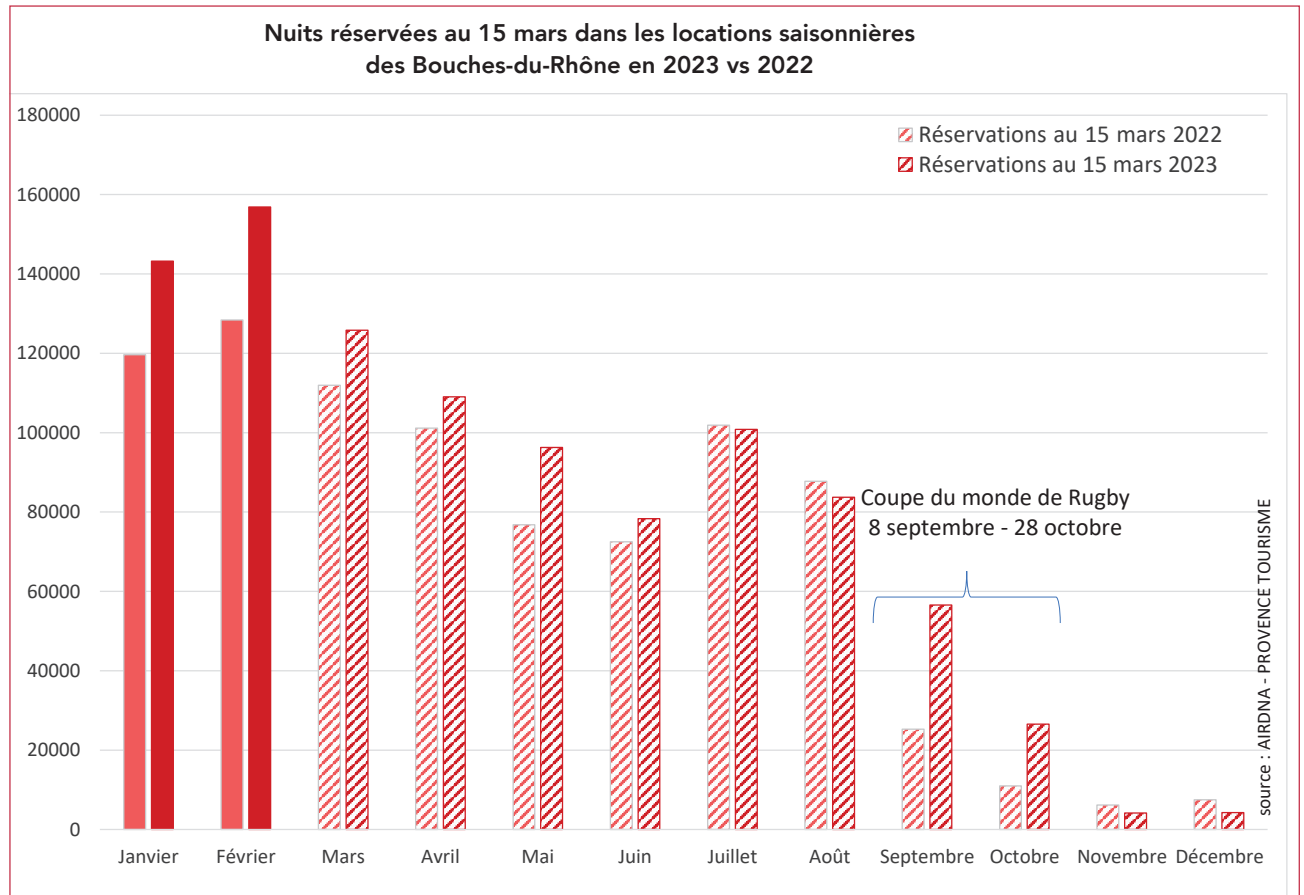
Au 15 mars, les réservations de septembre / octobre 2023 à Marseille **sont 7 fois supérieures** à celles de l'année dernière à la même date

Les $\frac{3}{4}$ de la progression des nuits réservées en septembre-octobre (au 15 mars par rapport à la même date en 2022) sont attribuables à **Marseille, qui affiche plus de 35 000 nuits supplémentaires pour cette période.**

Aubagne et ses collines, les voisines Cassis et La Ciotat (9 % des nuits supplémentaires) ainsi que le Pays d'Aix (9 %) contribuent également à l'avance des réservations mais dans une moindre mesure.

En 2022, les réservations pour les mois de septembre et d'octobre avaient été réalisées en moyenne respectivement 45 jours et 32 jours avant le séjour. Les matchs ont permis une anticipation des réservations sur ces dates.

Si à certaines dates, la fréquentation avoisine l'offre de 2022, il est fort à parier qu'à ces dates l'offre proposée par les particuliers augmente, permettant l'accueil de nouvelles clientèles.



DANS LE RÉTRO - L'attractivité des vacances d'hiver. Entre le 4 février et le 4 mars 2023, la fréquentation de la clientèle française s'est accrue de 18% par rapport à 2019*. Pour la 3^e année consécutive, la fréquentation est plus marquée pendant les vacances d'hiver, signe de nouvelles aspirations des clientèles.

Les vacances d'hiver représentent environ 5% des nuitées départementales annuelles avec une très forte présence des clientèles françaises, soit 9 clients sur 10, venues pour des motifs de vacances-loisirs et visites à la famille.

La progression de la fréquentation durant les vacances d'hiver est à attribuer essentiellement aux trois premières clientèles (+ 60% de nuitées supplémentaires) originaires d'Ile-de-France (30%), de Provence-Alpes-Côte d'Azur (14%) et d'Auvergne-Rhône-Alpes (16%).

Les clientèles étrangères sont quant à elles européennes venant prioritairement d'Allemagne, de Belgique ou d'Italie.

70% des nuitées effectuées dans le département durant les vacances d'hiver sont réalisées à Marseille (35%), dans le Pays d'Aix (19%) et sur la Côte bleue – Étang-de-Berre (16%).

Côté locations saisonnières. En 2023, les nuitées touristiques dans les locations saisonnières ont progressé durant les vacances d'hiver +14%.

*année de référence en termes de fréquentation

Source : Flux Vision Tourisme – Orange Business / Provence Tourisme

PRINTEMPS 2023 : LES INTENTIONS DE SÉJOURS EN FRANCE

LA MOITIÉ DES FRANÇAIS EXPRIMENT L'ENVIE DE PARTIR CE PRINTEMPS, DONT 87% EN FRANCE - 49% des Français ont l'intention de partir en week-end et/ou en vacances d'ici fin juin, soit une proportion légèrement supérieure à la période pré-pandémie (43% d'intentions de départ en avril 2019 par exemple). Les intentions de voyage totales apparaissent cependant en retrait par rapport à l'an dernier, période marquée par une forte volonté de voyager en sortie de période de restrictions. La France est toujours la destination privilégiée (par 87% des clientèles domestiques), en léger retrait par rapport à l'an dernier (89%).

Les intentions sont concentrées sur le week-end de Pâques et les vacances de Printemps et, comme l'an dernier, 90% des répondants souhaitant partir à cette période ont ciblé la France comme destination.

Comme en 2022, les prévisions de séjour sont plutôt orientées vers le littoral et la campagne (respectivement 33% et 31%) et dans des hébergements marchands (y compris locatif) pour 64% des répondants.

Les comportements en termes de mobilité restent stables par rapport à l'an dernier : la voiture reste de loin le moyen de transport privilégié pour se rendre à destination (63% en 2023, même proportion qu'en 2022), avec une légère augmentation de la part du train (15% contre 14%).

Malgré le contexte économique, les répondants ne déclarent pas de réduction de la durée prévisionnelle de séjour (toujours 5 jours). 70% des répondants envisagent des réductions de leur budget vacances, avec notamment des arbitrages sur la gamme des hébergements.

DES INTENTIONS DE DÉPARTS DES CLIENTÈLES INTERNATIONALES, TOUTES DESTINATIONS

CONFONDUES, À UN BON NIVEAU - Pour les 6 mois à venir, les intentions de départs des clientèles internationales affichent une grande stabilité par rapport à celles observées en mars 2022, selon l'étude Atout France et TCI Research. Cette étude se focalise sur les populations actives en termes de voyage lors des dernières années.

Ainsi, ces intentions de voyage s'élèvent à 91% pour les Britanniques, à 87% pour les Allemands, à 80% pour les Néerlandais, à 93% pour les Italiens, à 95% pour les Espagnols et à 87% pour les Américains.

Point notable : les concrétisations de ces intentions, donc les réservations, sont à la hausse (+ 5 points) pour la majorité des marchés, montrant la confiance en l'avenir et également l'envie de réserver à l'avance pour profiter des meilleurs prix.

LES INTENTIONS DE DÉPARTS VERS LA FRANCE TOUJOURS FORTES - Les intentions de séjours vers la France sont stables en comparaison avec mars 2022 sur les marchés britanniques (9% des voyageurs actifs déclarent souhaiter se rendre en France), allemand (8%) ou suisse (14%).

Les États-Unis confirment la belle tendance observée l'an dernier, en France (6%).

Les intentions progressent par ailleurs sur les marchés asiatiques, notamment chinois et japonais. 31% des clientèles chinoises ayant l'intention de voyager à l'international souhaitent se rendre en France, intention attisée par la fin des restrictions. La France est de loin la première destination européenne privilégiée.

En termes de destinations pour leur prochain séjour en France, le littoral est le plus fréquemment envisagé et les destinations urbaines confirment leur retour en force, notamment pour les touristes sud-européens (47%, contre 48% pour le littoral), ainsi que les marchés lointains (48% pour les destinations urbaines, en particulier Paris, porté par les intentions du marché chinois, et littorales).

Les clientèles internationales confirment leur rôle fortement contributeur en termes de dépenses, avec un budget moyen journalier par personne de 212€/jour pour les clientèles lointaines (244€/jour pour les États-Unis notamment), 166€/jour pour l'Europe du Sud et 161€/jour pour l'Europe de l'Ouest.

Méthodologie :

Pour les intentions de départ des Français : interviews réalisées par OpinionWay du 27 au 30 mars 2023 sur un échantillon de 3013 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Enquête coordonnée par ADN Tourisme, Atout France avec 11 Comités régionaux de tourisme métropolitains. Pour les clientèles internationales : enquête réalisée par TCI Research pour Atout France du 3 au 15 mars 2023, auprès de 4000 voyageurs actifs (ayant réalisé au moins un séjour de loisir en hébergement marchand à l'étranger depuis 2019), issus de 10 marchés : Royaume-Uni, Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Suisse, Italie, Espagne, États-Unis, Japon et Chine.

"IL N'Y A PLUS DE SAISONS", LES FACTEURS D'ÉTALEMENT DE LA SAISON TOURISTIQUE

DIVERSITÉ DE L'OFFRE TOURISTIQUE ENTRE CULTURE URBAINE, ESPACES NATURELS ET ART DE VIVRE -

Les Bouches-du-Rhône se distinguent à de nombreux égards. Avec une population de près de deux millions de personnes, le département constitue l'un des territoires les plus peuplés de France. La ville de Marseille, la deuxième du pays, est avec l'ensemble du territoire métropolitain, un pôle urbain et économique majeur, ainsi qu'un carrefour portuaire entre l'Europe du Nord et du Sud. Cependant la nature n'est jamais loin, avec 50 % de la surface du territoire en zone verte, 850 km² de réserves et parcs naturels, 100 000 hectares d'espaces boisés et bien sûr une côte bordée par la Méditerranée.

"Le département peut s'appuyer sur de nombreux avantages concurrentiels liés à sa diversité géographique, aux savoir-faire de ses habitants et à son tissu économique "

Son environnement exceptionnel abrite 1 parc national, 3 parcs naturels régionaux, 1 Grand Site de France et 1 parc marin, faisant de lui un terrain idéal pour la pratique de nombreuses activités de loisirs de pleine nature (randonnée pédestre, cyclo ou équestre, VTT, escalade, plongée, voile...).

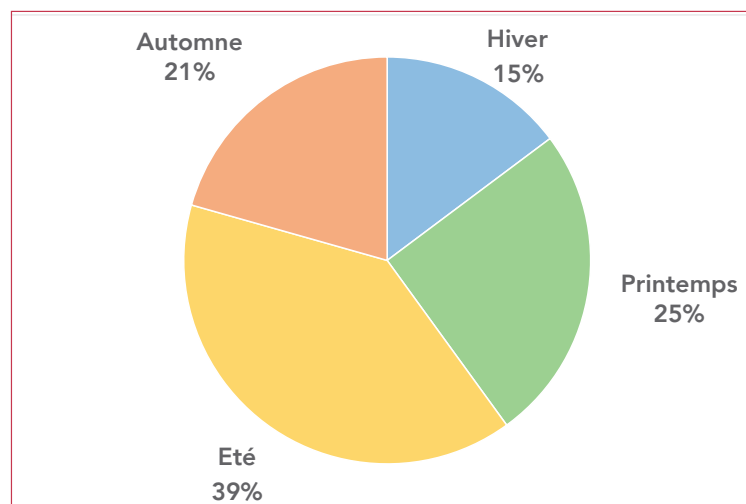
C'est l'un des leaders de la gastronomie française et, à ce titre, l'un des piliers de la Vallée de la Gastronomie-France®. Il compte 3 000 restaurants (dont 25 étoilés et plus de 300 possédant au moins un label), près de 600 producteurs et artisans de bouche (fruits et légumes, viandes, confiseries, huile d'olive...) et plus de 180 viticulteurs en AOP ou IGP.

Il propose une **offre culturelle reconnue**, particulièrement médiatisée à l'occasion de "Marseille-Provence 2013, capitale européenne de la culture". Deux sites, Arles et la Cité radieuse à Marseille, sont inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco. Plus de 1 000 sites et monuments accueillent 3,4 millions de visiteurs, et quelque 160 musées sont visités par plus de 3,1 millions de personnes. Quant aux festivals, dont certains sont de renommée internationale, ils accueillent 800 000 spectateurs en moyenne chaque année.

Grâce à son **tissu économique et ses infrastructures**, portuaires comme urbaines, le territoire est aussi celui de la croisière et du tourisme d'affaires.

LES TENDANCES SUR LE TERRITOIRE - Les Bouches-du-Rhône sont un territoire urbain et littoral. Il dispose d'une saisonnalité moins marquée que les départements du pourtour méditerranéen. L'activité touristique est ainsi mieux répartie sur l'année, ce qui permet de désaisonnaliser les emplois.

RÉPARTITION DES NUITÉES TOURISTIQUES FRANÇAISES EN 2022



LES NOUVELLES ASPIRATIONS TOURISTIQUES DES FRANÇAIS

De nouvelles aspirations des clientèles voient le jour en matière de séjours depuis la crise sanitaire. Le contexte géopolitique international actuel ainsi que le changement climatique confirment cette tendance.

Pour la clientèle française certains pré-requis indispensables persistent:

- la détente et la relaxation, 62% des Français souhaitent prendre leur temps pendant leurs vacances pour se reposer et se ressourcer au calme (61%) ;
- le dépaysement, la déconnexion, la découverte et l'enrichissement : 78% des Français souhaitent découvrir des paysages et 68% de nouveaux endroits. Une forte demande aussi pour les découvertes patrimoniale (69%) et gastronomique (54%). Ils confirment être en recherche de dépaysement pour trancher avec leur quotidien (63%). 54% des Français ressentent le besoin de s'affranchir des contraintes horaires.

D'autres tendances émergent et devraient s'intensifier à l'avenir. En effet, les français aspirent à :

- **vivre une expérience particulière voire unique 71 %**
- **voyager de manière plus responsable 70 %**
- **vivre comme un local 69 %**

En résumé, des vacances plurielles et des envies de séjours mémorables en France.

Ces tendances font écho à **un intérêt grandissant pour un tourisme plus responsable**. Plus de 4 vacanciers sur 5 y prêtent une attention particulière en préservant les sites qu'ils fréquentent, en consommant des produits locaux, en ramassant les déchets ou encore en mettant en place des actions pour les réduire.

"80% des français sont attentifs à un tourisme responsable"

Les vacanciers inscrivent leur séjour dans leur histoire de vie.

Toutefois, de nombreux freins sont encore à lever pour déclencher un réel passage à l'acte, les Français souhaitent :

- être assurés de ne pas payer plus cher (46%),
- être certains que ce soit bénéfique pour les territoires (45%),
- ne pas perdre en confort (35%)...

La notion de plaisir doit aussi être davantage valorisée (40%) à l'instar de la facilité à réaliser ce type de vacances (33%).

*Source : Etude CRT Bretagne décembre 2022 & mars 2023
Les nouvelles aspirations touristiques des Français*

LA PROVENCE TERRE DES POSSIBLES

AGIR DURABLEMENT POUR LE TERRITOIRE - Dans les Bouches-du-Rhône, le tourisme durable s'appuie sur une démarche élargie de tourisme responsable qui entend un fort engagement de Provence Tourisme et de ses partenaires.

Une politique engagée visant à l'étalement de la fréquentation touristique dans le temps et dans l'espace, notamment par une qualification d'offres "4 saisons" réparties sur l'ensemble du territoire concerné.

La connaissance approfondie de la fréquentation touristique infra départementale et le travail partenarial avec les gestionnaires de sites, notamment naturels, permet d'accompagner des politiques de rééquilibrage des flux afin de délester les sites les plus fragiles. Différents outils sont mis en place depuis la communication sélective jusqu'aux contingentements, en passant par le report sur des sites moins fréquentés (avec l'outil Flux vision tourisme et des actions telles que le soutien au délestage des "hotspots").

Des politiques de management environnemental et social qui incluent les populations locales et privilégient leur bien-être durable et qui œuvrent à garantir aux générations futures la jouissance pleine et entière des patrimoines du territoire. Cela se traduit par une stratégie de développement qui est réalisée au bénéfice des populations résidentes notamment à travers un programme d'hospitalité qui est défini avec la participation active des habitants. Les premiers porteurs de l'hospitalité sont les offices de tourisme du territoire accompagnés dans leur démarche par Provence Tourisme.

"Passer de l'accueil à l'hospitalité, c'est stimuler la rencontre, la découverte, l'échange"

Le développement d'activités touristiques écoresponsables, minimisant leurs impacts négatifs sur l'environnement pris dans son sens le plus large. Cela se traduit par le choix d'accompagner les porteurs de projet exclusivement vers des démarches écoresponsables et d'accompagner les activités existantes vers des démarches de progrès (avec les offres "territoires insoupçonnés" et "Expérience Provence" ou encore les labels Clé verte et Ecotable ou l'accompagnement des professionnels avec Ecotema).

+ d'infos : myprovence.pro

ÉVÉNEMENTS À FORTE VALEUR AJOUTÉE - Les Bouches-du-Rhône bénéficient depuis quelques années d'une image d'authenticité, de dépaysement et de promesses expérientielles. Son caractère populaire se voit réhabilité et la destination se pare de nouveaux qualificatifs autour de l'innovation, de l'événementiel et de la contemporanéité. **Provence Tourisme contribue à cette image positive à travers sa programmation événementielle.**

Destination zéro déchet. Initié par Provence Tourisme, le Département des Bouches-du-Rhône et le chef 3* Glenn Viel de l'Oustau Baumanière, le challenge consiste en un appel au plus grand nombre pour une matinée de ramassage de déchets sauvages. Ce temps festif et durable grand public est programmé **le dimanche 4 juin au plateau de l'Arbois** pour sa 3^e édition avec la participation d'une association locale protectrice de l'environnement. Ce défi est porté au niveau national par Provence Tourisme au sein de la commission d'ADN Tourisme. L'objectif est de faire des émules et de proposer à tous les territoires de participer au futur de destinations plus propres.

Marseille Provence Gastronomie 2023. Le Département a fait de la gastronomie un axe fort de son programme de développement durable : expression de l'identité du territoire, celle-ci permet de soutenir la production agricole et le maintien du foncier, de renforcer l'attractivité et d'étayer, à travers ses filières d'excellence, le développement économique et la création d'emplois. Marseille Provence Gastronomie en est la concrétisation imaginée par Provence Tourisme depuis 2019.

"MPG poursuit à nouveau son odyssee à travers le territoire avec un appétit de découverte et de partage"

Pour sa 5^e édition, MPG jette son ancre en Méditerranée et se place au cœur de ce patrimoine culturel et gastronomique façonné d'inspirations venues des deux rives. Avec l'hospitalité comme fil conducteur, la programmation MPG 2023 encense le régime méditerranéen fait de simplicité, de convivialité et de sincérité, des notions essentielles sur le territoire.

L'entame de cette traversée au long au cours a permis à plus de 300 convives de voyager aux origines de l'humanité en "mangeant la préhistoire" grâce aux trois **Dîners Préhistoriques** qui ont pris place au sein de Cosquer Méditerranée.

Tout au long de 2023, **le Food Truck MPG** part à la conquête des Bouches-du-Rhône. À son volant vont se succéder des personnalités emblématiques de la gastronomie provençale. Leur but ? Faire (re)découvrir les grands classiques et incontournables de la cuisine provençale. "Fais monter l'aioli", "Mets de l'huile", "La bande à pistou", "C'est pas de la daube", "Y'a du rab"... sont autant de propositions alléchantes à découvrir au fil des différentes étapes dans les communes du département.



En juin, place à la 3^e édition du **Street-Food Festival** sur l'Esplanade de la Major, les 15,16 & 17 juin en soirée. Fort du succès des précédentes éditions avec 25 000 festivaliers en 2022, le SFF#3 promet une sélection d'artisans et de restaurateurs ad hoc autour de la street-food méditerranéenne sans oublier la musique avec DJ et autres surprises locales.

MPG fait une escale les 23 et 24 juin au **Château d'Avignon** avec **deux banquets exceptionnels**. 250 convives par soirée vont goûter "à la vie de château" autour d'un banquet imaginé par les chefs locaux en partenariat avec le Conservatoire des cuisines de Camargue. Une scénographie inspirée par les lieux, des interventions musicales et artistiques originales vont participer à une mise en lumière unique du patrimoine historique départemental.

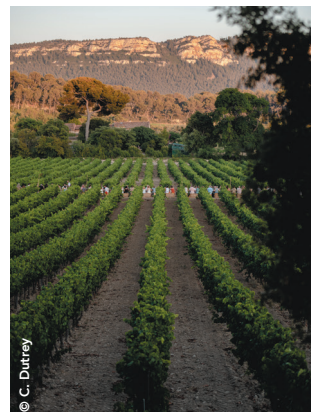
En juillet, les **Dîners insolites** vont essaimer à nouveau leurs pastilles gourmandes aux quatre coins du département. 20 dîners qui vont transporter les participants dans des décors à couper le souffle, dans des lieux détournés de leur vocation première. Chaque soir, un chef différent jouera de toutes les ressources pour faire naître l'émotion dans un menu unique. Cette année encore, MPG souhaite mettre à l'honneur des chefs engagés, des hommes et des femmes qui portent fièrement leur vision d'une alimentation responsable.

MPG organise un événement inédit en octobre et novembre : **les Dîners olfactifs** où tous les sens seront en éveil pour une expérience unique. 2 thèmes, 2 lieux d'exception et 2 chefs pour des alliances palpitantes.

Enfin, pour la 3^e année consécutive, l'événement national **le Grand Repas** se déclinera dans les Bouches-du-Rhône pour un menu unique qui sera proposé en octobre prochain dans différents lieux : de la brasserie aux collèges, des établissements de soin aux lycées hôteliers en passant par les restaurants jusqu'aux cuisines des particuliers. Une marraine ou un parrain provençal(e) créera le menu, en respectant la vision originelle de cet événement, à savoir manger sainement, en se faisant plaisir et à moindre coût.



©J. Carrière



© C. Dutrey



©J. Carrière

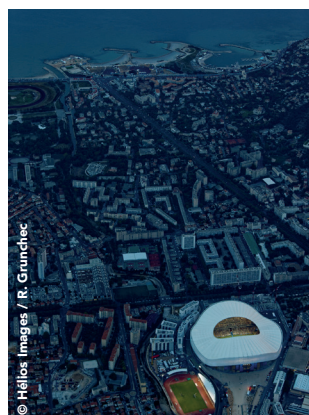
SANS OUBLIER... LES BOUCHES-DU-RHÔNE, LE PLUS BEAU DES TERRAINS DE JEUX - Marseille sera l'une des villes hôtes de la **Coupe du Monde de Rugby** qui se déroulera en France du 8 septembre au 21 octobre 2023. Le stade Vélodrome accueillera 6 matchs sur 15 jours, avec plusieurs équipes déjà connues : Angleterre, Argentine, Afrique du Sud, Écosse, France, Afrique et Asie / Pacifique. **Près de 450 000 visiteurs étrangers sont attendus en France et 2,6 milliards de téléspectateurs devraient suivre les matchs à distance.**

"Marseille ville hôte de la Coupe du Monde de rugby 2023 et des JO2024"

En 2024, la planète sport a rendez-vous en France. Très engagé pour la réussite des épreuves **des jeux olympiques et paralympiques** qui se dérouleront sur son territoire, le département des Bouches-du-Rhône dispose de tous les atouts pour accueillir dans les meilleures conditions les délégations nationales et internationales en vue de la préparation du plus grand événement sportif au monde.

Ainsi, **quelque 100 000 spectateurs et 300 athlètes** sont attendus pour les 10 épreuves de voile et les 8 matchs de football qui auront lieu à Marseille.

Du 26 juillet au 11 août 2024, la Provence va vivre un événement majeur, de l'ordre de ceux qui peuvent changer un territoire. Comme pour MP2013, l'enjeu est de laisser un héritage. Comme pour MP2013, le succès de l'événement dépendra de notre capacité à le mettre en tourisme pour développer les retombées économiques sur le territoire.



Le Pass My Provence se teinte de sport . À l’occasion des JO2024, le Pass My Provence se met en jambe et propose aux prestataires de loisirs sportifs de bénéficier d’une visibilité accrue sur toute l’année. Paris2024 l’a affirmé, l’héritage laissé par ces jeux est un objectif central et ici on ne parle pas uniquement d’infrastructures mais d’humain : mettre plus de sport dans la vie des Français pour toutes les valeurs qu’il porte (levier de santé et de bien-être, outil d’éducation, de transmission ; moyen d’inclure et de faire avancer l’égalité entre les femmes et les hommes...).

Le sport est un moyen de porter un tout autre regard sur le territoire. Pour participer pleinement à cet élan, faire connaître cette offre aux résidents, le Pass My Provence s’ouvre aux prestataires de loisirs sportifs.

Le Culture Store et les Olympiades culturelles : quand la culture rencontre le sport .

Au sein du Culture Store animé par Provence Tourisme, une dizaine de structures muséales situées entre Marseille et Arles programmeront des expositions en lien avec le sport à l’occasion des JO2024.

Des événements seront créés en amont de ces expositions pour que le sport entre au musée en proposant une ou plusieurs performances artistiques.

My Provence et sa rubrique "Mouillez le maillot" se met aux couleurs des JO. Dès 2023, My Provence, le média de Provence Tourisme, toujours local jamais banal se met au sport : en augmentant progressivement le volume d’articles sur les événements sportifs 2023 (WRC) et JO 2024,

- en adaptant les formats existants, en relayant l’actualité de ces événements (billetterie, ...) par la mise en place d’un espace dédié ;
- en lançant depuis le mois de mars 2023 une newsletter dédiée aux pratiques sportives en Provence (newsletters sport). + d’infos : myprovence.fr

Évaluation de l’impact de l’événement. Un travail d’évaluation des clientèles touristiques présentes sur le territoire pendant les JO sera réalisé grâce au dispositif Flux vision Tourisme.

"Voyager, ce n'est pas aller quelque part, c'est revenir différent"

Dominique Hummel, Revue Espaces 369

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.fr

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

