

BILAN DE SAISON 2023

L'ATTRAIT DU TERRITOIRE

SE CONJUGUE AUX QUATRE SAISONS

© J. Carrière / Provence Tourisme

"Ce bilan de saison témoigne de l'attrait toujours vivace de notre destination Provence. Malgré une baisse constatée dans notre département, comme au niveau national, due notamment au contexte inflationniste actuel, nous pouvons nous réjouir d'une fréquentation touristique qui s'étale dans le temps et dans l'espace. La saison estivale se prolonge pour les voyageurs dans notre territoire bien au-delà des mois de juillet et août, pour privilégier l'été indien. Et cela, sans omettre d'autres périodes de l'année durant lesquelles nous enregistrons de très bons résultats. Ce constat est bien celui d'une réussite, à savoir œuvrer chaque instant et dans chacune de nos missions pour un tourisme responsable, respectueux de la richesse environnementale de nos terres, de ses habitants et de ses voyageurs. Un seul objectif, le tourisme des 4 saisons".

Danielle Milon, Présidente de Provence Tourisme.

BILAN DU CŒUR DE SAISON 2023

L'ESSENTIEL EN BREF

Après une année 2022 record en termes de fréquentation, cette saison touristique semble mitigée pour certains professionnels malgré de bons résultats.

-4% des nuitées en juillet-août du côté de la clientèle française vs 2022 / +4% vs 2019.

Cette légère baisse serait due à différents facteurs :

- **"Revenge travel"** ou le retour aux habitudes de voyage pré-covid avec des départs à l'étranger en hausse
- **Un niveau de fréquentation record des Français en 2022** sous l'effet de la crise sanitaire
- **Le contexte inflationniste** et par conséquent une baisse du pouvoir d'achat qui a probablement freiné le départ de certains ou réduit leurs déplacements dans le temps
- **Un budget vacances qui n'est pas extensible** affectant en premier lieu le "poste restauration" et la recherche d'hébergements moins coûteux

Pour autant, le territoire des Bouches-du-Rhône est le théâtre d'**un meilleur rééquilibrage de la fréquentation touristique sur l'année.**

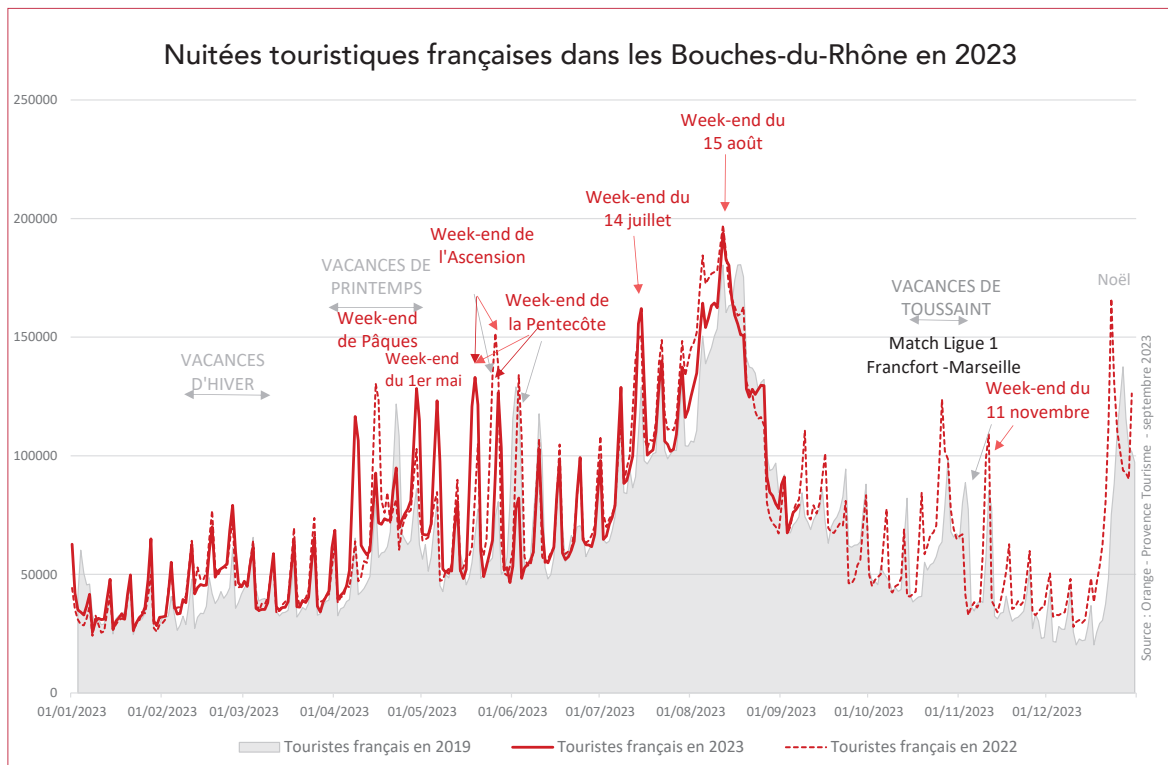
Il est important de noter que **depuis le début de l'année la fréquentation touristique française est globalement stable par rapport à 2022 (-1%), en hausse par rapport à 2019 (+8%)** grâce à de très bons résultats au printemps. Les conditions de cette période où la météo est très agréable mais sans chaleur excessive, où la fréquentation est moindre et les prix plus attractifs ont cette année attirées davantage de touristes.

L'arrière-saison bénéficie de ce même engouement. Les chiffres attestent qu'avant même le début de la Coupe du monde de rugby 2023 le niveau de fréquentation est comparable à celui de 2022.

Concernant **la clientèle étrangère**, des situations différentes s'observent selon les clientèles :

- Celles qui avaient été très présentes les 2 dernières années – Belgique et Suisse – le sont un peu moins (respectivement -1% et -9% en juillet-août).
- En revanche, celles qui avaient fait défaut sur cette période – **Royaume-Uni et Italie** – sont très présentes avec une hausse de 6% sur ce cœur de saison.

À noter la clientèle allemande qui reste très fidèle au territoire avec une légère hausse de 7% sur la période ainsi que les Etats-Unis qui affiche une hausse de 18% en juillet - août.



LE CHIFFRE : **-4%** vs 2022

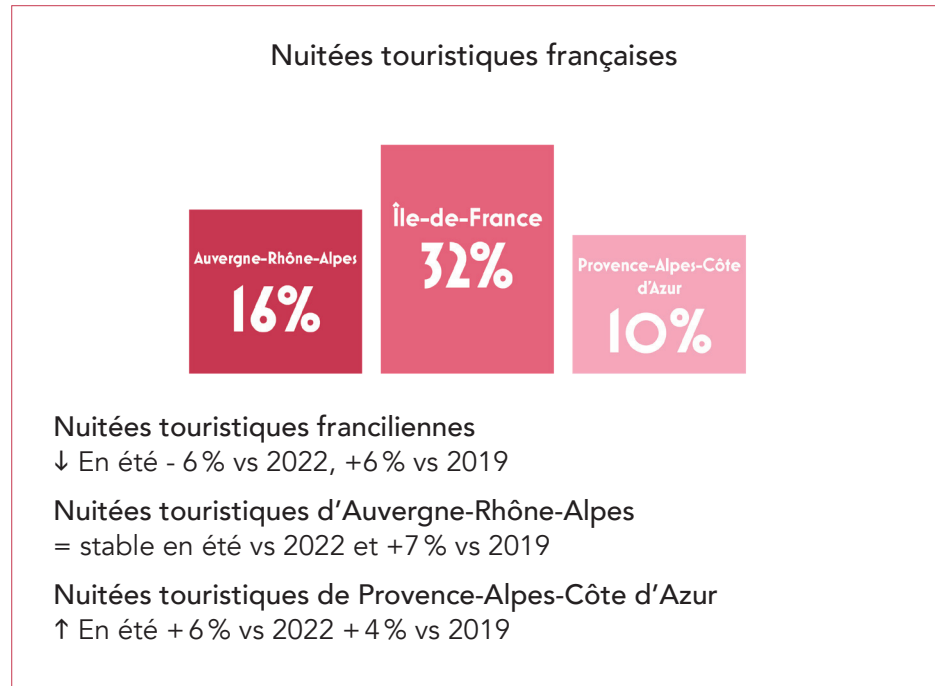
La fréquentation touristique française est en léger retrait cet été par suite d'une baisse de la fréquentation à compter de la 3^e semaine de juillet.

- ↓ Semaine du 31 juillet au 6 août -12% vs 2022, +15% vs 2019
- ↓ Semaine du 7 au 13 août - 6% vs 2022
- <=> Semaine du 14 au 20 août -2% vs 2022
- ↑ Semaine du 21 au 28 août +8% vs 2022

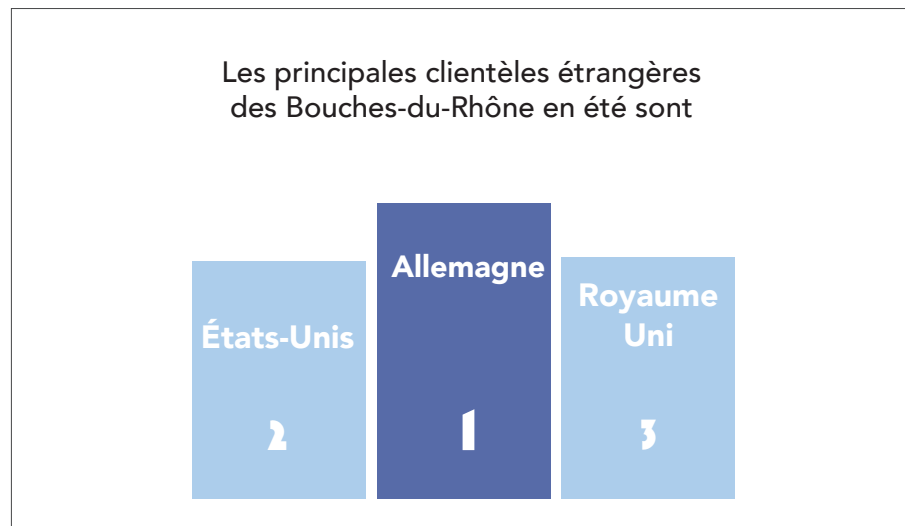
À noter :

- <=> La période autour du 14 juillet (du jeudi au dimanche pour avoir des périodes comparables entre 2022 et 2023) est identique sur les deux années.
- <=> La période autour du 15 août (du samedi au mardi pour avoir des périodes comparables entre 2022 et 2023) est également identique sur les deux années.

LA CLIENTÈLE FRANÇAISE



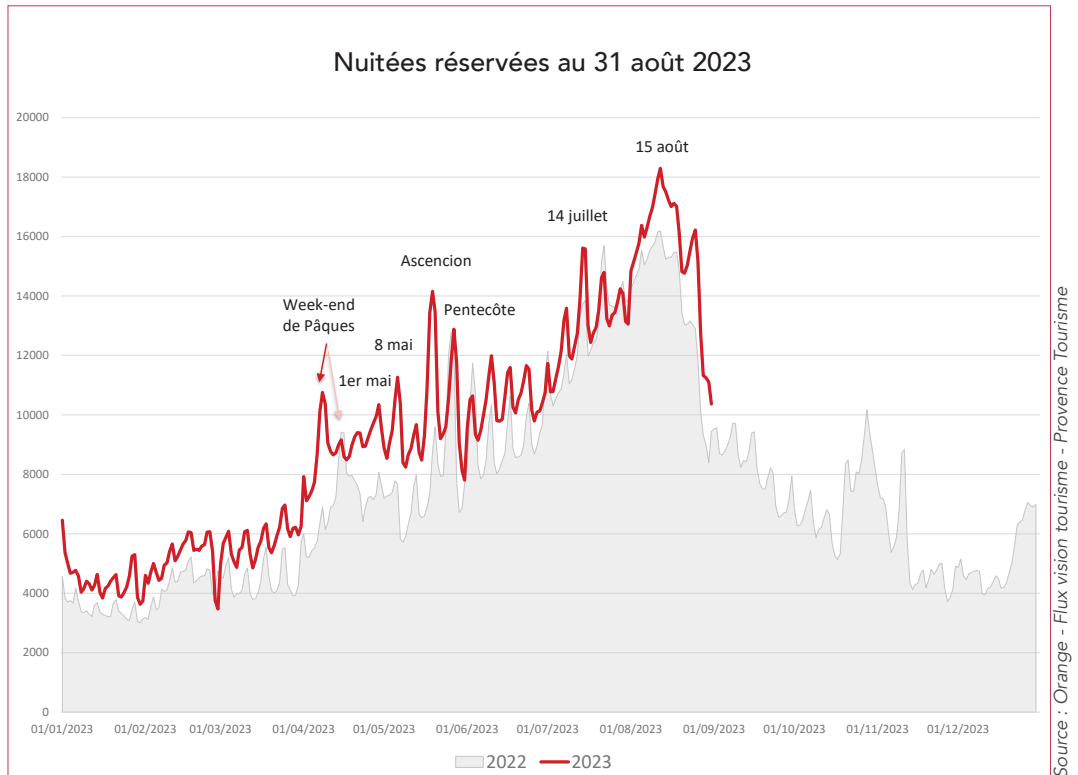
LA CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE



Une clientèle étrangère en légère augmentation cet été : **+ 4%**

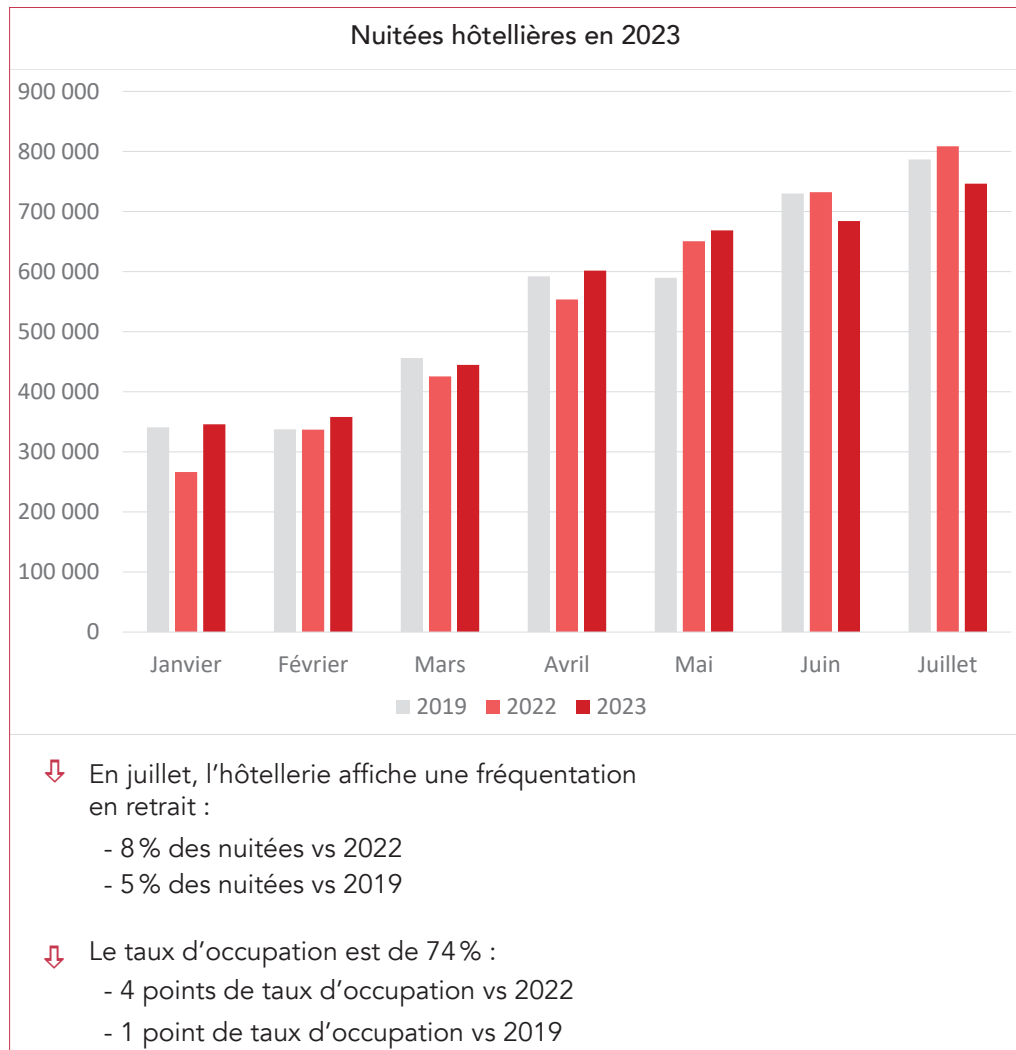
Allemagne : + 7 %	} vs 2022
Belgique : - 9 %	
Suisse : - 1 %	
Royaume-Uni : + 6 %	
Italie : + 6 %	
États-Unis : + 6 %	

CÔTÉ HÉBERGEMENTS - LOCATIONS SAISONNIÈRES

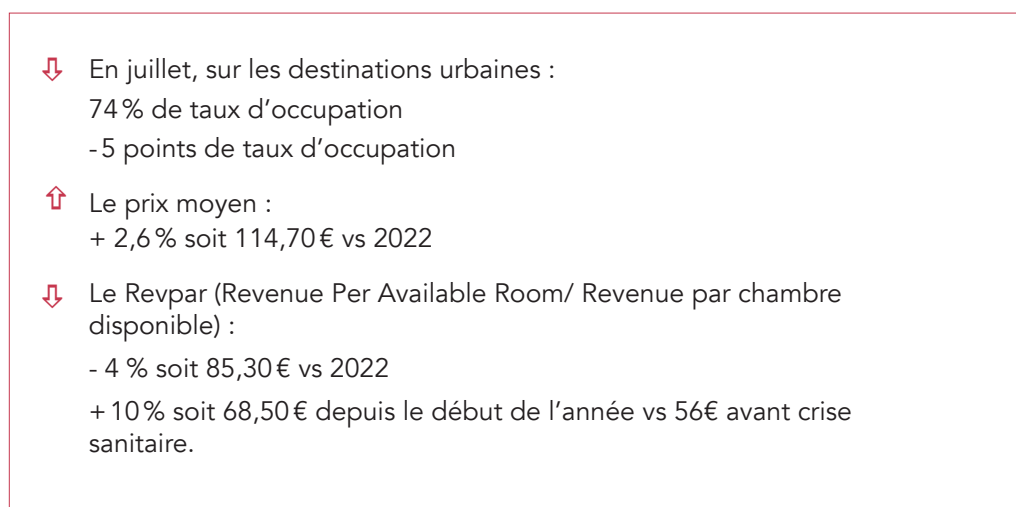


- ↑ En été, +10% de fréquentation en location saisonnière
- <=> En juillet, la fréquentation est stable vs 2022, avec un pic observé durant le week-end du 14 juillet (un vendredi vs un jeudi en 2022).
- ↑ En août, la fréquentation est supérieure vs 2022, avec un pic atteint autour du week-end du 15 août.

CÔTÉ HÉBERGEMENTS - L'HÔTELLERIE



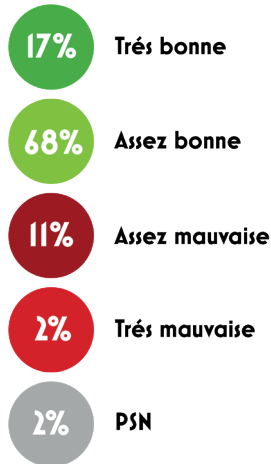
Source : INSEE / Provence Tourisme – juillet 2023



Source : MKG / Destinations - Provence Tourisme

L'AVIS DES PROFESSIONNELS

Toute clientèle confondue,
la fréquentation de cet été 2023 (juillet-août) a été :



Après un début de saison qui avait donné satisfaction à près de 9 professionnels sur 10, ce cœur de saison est plus mitigé.

Ainsi **85% des professionnels interrogés estiment avoir enregistré une bonne fréquentation sur la période juillet-août dont 17% la jugent très bonne vs 28% en début de saison.**

Source :
Novamétrie – CRT PACA / Provence Tourisme – Août 2023

Les professionnels situés sur le balnéaire-littoral sont moins satisfaits que les autres. Le mois d'août notamment n'a pas tenu ses promesses avec seuls 76% des professionnels satisfaits de l'activité réalisée sur cette période.

Les restaurateurs semblent avoir réalisés une plus mauvaise saison que les autres activités touristiques. Ainsi seuls 54% des restaurateurs interrogés estiment avoir fait une bonne saison, c'est-à-dire que 46% d'entre eux estiment leur saison mauvaise. Ils sont en 1^{re} ligne des ajustements budgétaires que les touristes sont obligés de faire cette année compte-tenu de la baisse du pouvoir d'achat/inflation qui pèse sur les ménages.

La météo, quant à elle, est le plus souvent un facteur d'attractivité mais elle joue aussi contre les professionnels quand les chaleurs deviennent excessives comme en cette 3^e semaine d'août.

81% des professionnels sont confiants quant à la suite de la saison.

16% sont peu confiants. Là encore ce sont surtout les restaurateurs qui s'inquiètent ainsi que les gestionnaires de campings et propriétaires de chambres d'hôte et notamment sur le littoral.

L'ÉTÉ INDIEN ET SES PERSPECTIVES

Notre département bénéficie cette année d'une belle attractivité en septembre grâce à l'accueil de la Coupe du monde de rugby 2023 et la venue du Pape à Marseille.

Le département enregistre ainsi une fréquentation en légère augmentation de la clientèle touristique française + 4% pour cette rentrée.

Alors qu'habituellement la fréquentation baisse progressivement au fil des semaines en septembre puis en octobre, le match France – Namibie (21 septembre) et la venue du Pape (22-23 septembre) ont permis de conserver un niveau de fréquentation comparable à la semaine qui a précédée. Le département affiche donc durant ces 3 jours **une hausse de 27% des nuitées touristiques françaises** par rapport à 2022.

Nos principales clientèles étrangères affichent une hausse de fréquentation de + de 39%.

LA CLIENTÈLE FRANÇAISE

- ↑ **+4 %** Une clientèle française en légère augmentation en septembre avec une hausse particulière de la fréquentation française de **+27 %** entre le 21 et le 23 septembre (sur ces trois jours la clientèle venait essentiellement : 22 % Ile-de-France, 17 % Auvergne-Rhône-Alpes, 16 % Provence-Alpes-Côte d'Azur

Ile-de-France

↑ +5% vs 2022 suite à une importante progression durant la semaine du 21 au 23 septembre (+26% de nuitées)

↑ +11% vs 2019

Auvergne-Rhône-Alpes

↑ +4% vs 2022 suite à une forte hausse des nuitées du 21 au 23 septembre (+25%)

↑ +10% vs 2019

Provence-Alpes-Côte d'Azur

↑ +9% vs 2022, une hausse observée tout au long du mois

↑ +7% vs 2019

LA CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE

- ↑ **+39 %** Les principales clientèles étrangères affichent globalement une hausse de la fréquentation en septembre vs 2022.

Cet accroissement de la fréquentation est en grande partie attribuable aux clientèles **britanniques et américaines**, grandes amatrices de rencontres de rugby.

- ⊗ **6.5** la clientèle britannique pour le week-end du 9 et 10 septembre (matchs Argentine-Angleterre et Afrique du Sud -Ecosse) vs 2022 à la même période
- ⊗ **1.3** entre le 21 et le 23 septembre.
- ⊗ **2** la clientèle originaire des Etats-Unis lors du week-end du 9 et 10 septembre
- ⊗ **1.4** entre le 21 et le 23 septembre.

Les autres clientèles semblent moins sensibles à l'évènement sur le territoire et poursuivent la tendance observée les mois précédents.

↑ + 8 % Allemagne

↓ - 8 % Belgique

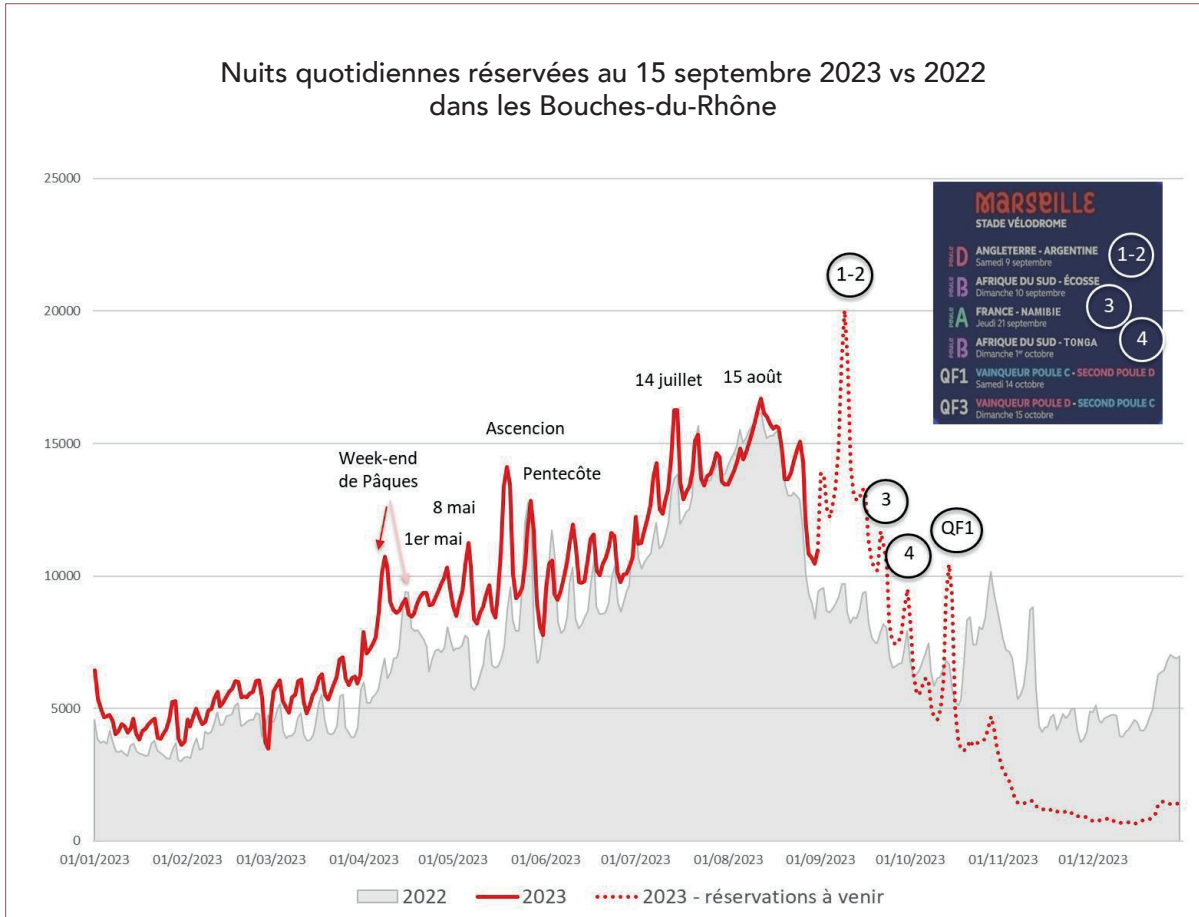
<=> + 2 % Suisse

À l'exception de :

<=> +2 % Italie qui conserve le niveau de fréquentation de 2022 alors qu'elle affichait une forte progression cet été.

↑ +17 % Suisse qui affiche une progression de sa fréquentation du 21 au 23 septembre.

CÔTE HÉBERGEMENTS - LOCATIONS SAISONNIÈRES



Les locations saisonnières affichent un niveau de fréquentation exceptionnel les 9 et 10 septembre, week-end durant lequel se déroulaient 2 matchs de la Coupe du Monde de Rugby (Angleterre – Argentine, Afrique du Sud – Écosse).

Le week-end du 8 au 10 septembre, ce sont plus de 28 000 nuits supplémentaires enregistrées dans les locations saisonnières du département, à Marseille mais également dans les territoires de proximité. Au pic, la fréquentation dépasse celle du 13 août de 20% d’après les premiers résultats.

Alors que les matchs se déroulent à Marseille, **l’attractivité est départementale.**

Ainsi, si 50% des nuits réservées durant ce week-end sont réalisées à Marseille, les autres territoires et notamment ceux du Pays d’Aix et d’Aubagne et collines - Cassis - La Ciotat profitent également de l’effet Coupe du Monde.

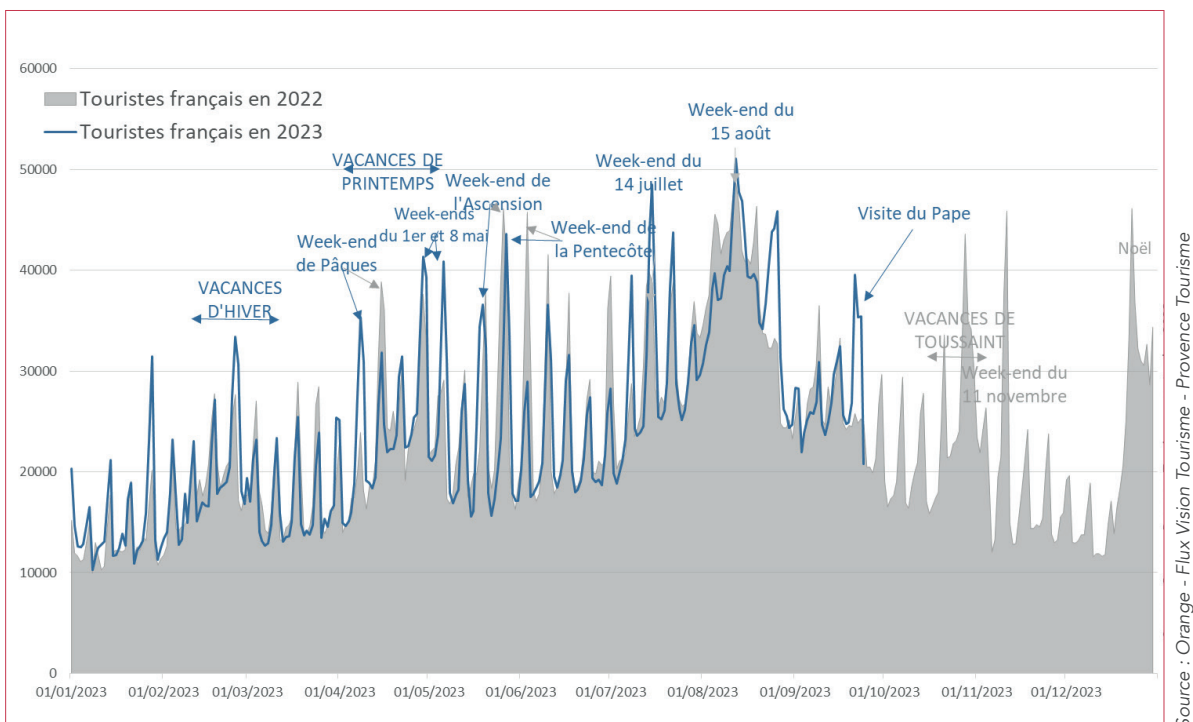
FOCUS : VISITE DU PAPE À MARSEILLE

Le Pape François s'est rendu à Marseille les vendredi 22 et samedi 23 septembre 2023 à l'occasion des Rencontres méditerranéennes. Le programme a amené le Pape François à se rendre à la basilique Notre-Dame de la Garde, au Palais du Pharo et au Stade Vélodrome où il a célébré une messe.

Il est à noter que cette visite a été concomitante avec le match de la Coupe du Monde de Rugby France – Namibie (21/09) et l'ouverture de la Foire de Marseille (22/09 – 2/10).

NUITÉES TOURISTIQUES FRANÇAISES À MARSEILLE LE 22 ET 23 SEPTEMBRE

Nuitées touristiques françaises à Marseille en 2023 VS 2022



Les Rencontres méditerranéennes clôturées par la visite du Pape François à Marseille, la Coupe du monde de Rugby, l'ouverture de la foire de Marseille ainsi que l'attractivité naturelle de la destination ont généré une activité touristique importante ces quelques jours. On observe ainsi les **22 et 23 septembre un accroissement** important des nuitées touristiques françaises de **+41 % par rapport à la même date l'année dernière et affiche ainsi un niveau de fréquentation comparable à celui du week-end de Pâques.**

Les nuitées étrangères sur cette même période augmentent quant à elles de 16%. Ces clientèles étrangères présentes à Marseille à cette période viennent notamment d'Allemagne, du Royaume-Uni, des Etats-Unis et d'Italie.

Dans les locations saisonnières on enregistre un accroissement de 65% des nuits réservées les 22 et 23 septembre par rapport à 2022 à la même période.

La visite du pape profite également au département puisque les Bouches-du-Rhône affichent un pic de fréquentation de la clientèle française les 22 et 23 septembre (+27% de nuitées). Les nuitées supplémentaires générées à Marseille représentent 50% des nuitées supplémentaires dans le département.

FOCUS : VISITE DU PAPE À MARSEILLE

ZOOM SUR LE STADE VÉLODROME

Le Pape François a célébré une messe au stade Vélodrome le samedi 23 septembre à 16h15.

FRÉQUENTATION DIURNE SUR LE STADE ORANGE VELODROME LE 23 SEPTEMBRE VS LE 16 SEPTEMBRE

Cet après-midi du 23 septembre, ce sont quelques **70 000 personnes qui ont été comptabilisées au stade Vélodrome et alentours proches, 52 000 uniquement sur le créneau concerné**. À noter ce jour, l'ouverture de la foire de Marseille qui est pour partie dans le périmètre observé.

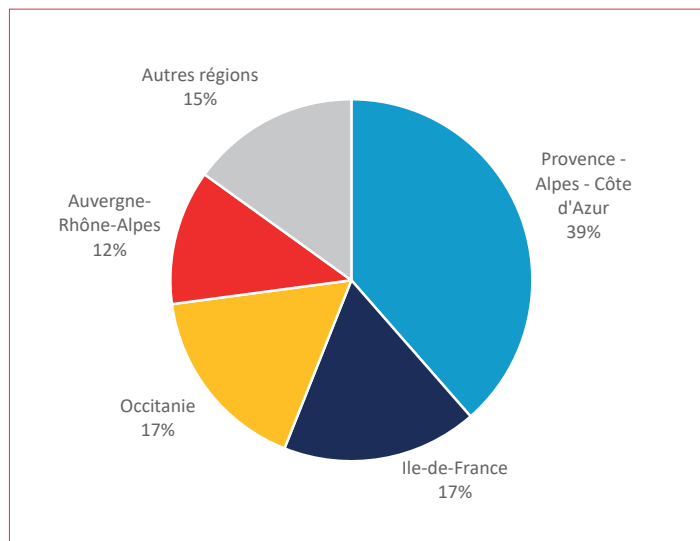
Origine géographique des visiteurs

Répartition de la fréquentation diurne sur le stade Orange Vélodrome le 23 septembre après-midi.

95% des personnes présentes sur le périmètre du stade vélodrome sont Français.

Les 2/3 sont domiciliées dans les Bouches-du-Rhône.

Les visiteurs français (touristes + excursionnistes) représentent quant à eux 1/3 des personnes observées, essentiellement originaires de Provence-Alpes-Côte d'Azur, notamment du Var (45% de personnes de Provence-Alpes-Côte d'Azur), du Vaucluse (25%) et des Alpes-Maritimes (19%).



Où ont-ils dormi ?

Lieux de nuitées des visiteurs français

Près de 4 visiteurs français sur 10 ont dormi dans les Bouches-du-Rhône, essentiellement à Marseille (79% des nuitées dans les Bouches-du-Rhône). Ils sont logés dans l'ensemble des arrondissements de Marseille.

On estime que ces visiteurs français présents sur le périmètre observé ont généré 14% des nuitées françaises observées ce soir-là sur la commune.

LES TERRITOIRES ONT LA PAROLE

"Un été excellent boosté par les Rencontres économiques, le Festival d'Art Lyrique dont la fréquentation a atteint 75 000 spectateurs en juillet 2023 (vs 62.000 en 2022) et le Festival de Piano de la Roque-d'Anthéron, avec le grand retour des clientèles internationales notamment américaines et anglaises. Certains hôtels ont frôlé des taux d'occupation à 100%. Avec le séjour de l'équipe d'Écosse et de l'équipe de France à Aix et la présence de nombreux supporters de toutes nationalités, le mois de septembre joue à l'été indien".

Michel Fraisset, office de tourisme - Aix-en-Provence

"Une bonne saison qui a commencé dès avril, malgré un fléchissement la deuxième quinzaine de juillet, avec une belle arrière-saison en perspective. Une hausse globale de la fréquentation culturelle et touristique estivale à Arles".

Jean-Pierre Bœuf, office de tourisme - Arles

La saison estivale 2023 est une excellente saison dans l'ensemble avec une nette hausse de la fréquentation par rapport à 2022, +59% de visiteurs dont 15% d'étrangers. Les professionnels du tourisme sont, dans l'ensemble, satisfaits de la saison et surtout du mois d'août. Les manifestations proposées par la ville ont rencontré un franc succès et une fréquentation stable par rapport aux années précédentes. À noter un réel déséquilibre entre la fréquentation de juillet et du mois d'août, +50% statistique qui se confirme depuis deux saisons".

Franck Devos, office de tourisme - Carry-le-Rouet

"Une saison estivale qui a débuté de manière prometteuse avec beaucoup de réservations anticipées sur le territoire. À noter que les chambres d'hôtes ont observé une tendance marquée vers les réservations de dernière minute, contrairement aux meublés de tourisme. En ce qui concerne la provenance des visiteurs : ce sont les Français avec majoritairement (81,7%) la clientèle du grand Sud Est. Concernant la clientèle étrangère : les Belges sont en tête, suivis de près par les Néerlandais et les Américains. Un bilan de la saison qui est très positif pour la majorité des hébergeurs sur le territoire de Terre de Provence".

Christine Bernard, office de tourisme - Terre de Provence

"L'été à Fos-sur-Mer a rempli toutes ses promesses autour d'un programme riche et varié d'activités touristiques et de festivités. Notamment avec le concert d'Orelsan et le village de restauration en plein air Les Cabanes du Port qui ont respectivement accueilli 12 000 et 30 000 personnes. En nouveauté, le plus grand escape game de France installé dans le Tunnel de l'Hauture qui affiché complet tout l'été. Un bilan estival positif avec un public local et des touristes venus en grand nombre à Fos-sur-Mer".

Yvan Gabelier, office de tourisme - Fos-sur-Mer

"Nous avons connu une belle augmentation de la fréquentation pendant juillet - août comparativement à l'été 2022 +15.6%. Accueil de 25 étrangers (Pays Bas 5 ; Espagne 6 ; Royaume Uni 4 et Italie 3). Français : Bouches-du-Rhône en tête, suivi par l'Île-de-France et la région nord. Thèmes les plus demandés : boutique ; manifestations ; patrimoine et loisirs. Documentation la plus distribuée : Voyagez chez nous ; plan de comptoir et guide touristique".

Fanny Nadeau, office de tourisme - Gardanne

"Une bonne saison à Salon-de-Provence dans la continuité de 2022, qui montre des changements de comportement chez les vacanciers liés au contexte général d'inflation, par une baisse du taux de remplissage dans l'hôtellerie traditionnelle (excepté dans les 4) et une forte hausse dans les hébergements locatifs".*

Céline Pauly, office de tourisme - Salon-de-Provence

"Istres, une saison 2023 réussie ! L'office de tourisme enregistre une hausse, notamment sur la pré-saison. On note une présence plus importante des touristes étrangers. La consommation des activités de loisirs proposée par l'office de tourisme est très satisfaisante comme la fréquentation des évènements qui pour certains ont connu des records d'affluence".

Carine Imbert, office de tourisme - Istres

"Une très bonne saison 2023 pour l'office de tourisme, avec +30% de fréquentation de l'accueil, dû à un accroissement du personnel à l'accueil et à la communication, et des travaux d'embellissement de l'accueil + proposition de 9 visites guidées, 4 chasses au trésor et 1 exposition thématique sur le village. Le public s'est montré friand d'expériences inédites et de qualité. À l'office de tourisme, une saison touristique en nette progression par rapport à la saison 2022 : +20% de visiteurs en plus en juillet et +30% en août, pour un total de plus de 3000 visiteurs accueillis sur juillet et août (contre environ 2000 en 2022)".

Bénédicte Roussy, office de tourisme - La Roque-d'Anthéron

"La saison estivale 2023 et les chiffres montrent une certaine hausse de la fréquentation touristique à Marignane par rapport à l'an passé. Hausse au niveau du nombre de personnes accueillies (+15%) mais aussi des demandes (+21%). Les chiffres sont d'autant plus encourageants car nous avons fait moins de visites qu'en 2022. Au niveau des régions présentes, principalement PACA puis Auvergne-Rhône-Alpes, Ile-de-France et Hauts-de-France. Les demandes concernent principalement les manifestations, infos pratiques et activités touristiques. Nous sommes contents et espérons encore mieux l'année prochaine.

Julie Pasqual, office de tourisme - Marignane

"L'office de tourisme de Port-Saint-Louis-du-Rhône a des chiffres de fréquentation quasiment identiques à ceux de l'an dernier. Mais nous avons constaté une légère baisse de fréquentation en juillet contrairement aux années précédentes, cependant la fréquentation, s'est accentuée au mois d'août. Généralement, nous avons plus de juilletistes que d'aoûtistes, mais cette année la tendance s'est inversée. Le taux d'occupation des hébergements de la ville est en moyenne de 77% pour la saison (M/J/J/A)."

Mandy Girard-Marin, office de tourisme - Port-Saint-Louis-du-Rhône

"On peut qualifier la saison estivale 2023 de l'office de tourisme et des loisirs de satisfaisante, tant en nombre de visiteurs et pour la fréquentation de nos outils numériques, que pour le succès de nos propositions touristiques et la couverture média. Nous observons un retour positif de la part des hébergeurs que sont les campings, les villages de vacances, les meublés de tourisme, les chambres d'hôtes et les hôtels (avec toutefois un petit creux en juillet pour ces derniers). Le retour est néanmoins plus mitigé pour les restaurateurs".

Didier Cerboni, office de tourisme - Martigues

"En 2023, la fréquentation de la saison touristique a augmenté de +5% par rapport à 2022. Juin a connu un début de saison estivale prometteur avec une augmentation de +8% de la fréquentation, tandis que juillet a enregistré une légère baisse due à des facteurs tels que la météo et les événements nationaux. En revanche, août a progressé de 4,7%, et septembre a enregistré une remarquable hausse de +21,6% grâce à l'attrait de l'arrière-saison, prolongeant ainsi la saison touristique."

Stepanka Barral, office de tourisme - Les Baux-de-Provence

"Une saison touristique satisfaisante à Pertuis ! Le retour d'une clientèle étrangère, la fréquentation des événements et activités proposés par l'office de tourisme à la hausse. Pertuis s'enregistre comme une ville incontournable de par sa position géographique et sa douceur d'y séjourner."

Pauline Leale, office de tourisme - Pertuis

MPG2023 : 1^{ER} BILAN

En 2023, MPG est allé plus loin dans la traduction symbolique des produits, des recettes, des événements et des traditions culinaires emblématiques sur les territoires de Provence. "Dis-moi ce que tu manges. Alors je comprendrai qui tu es, d'où tu viens et ce que nous pourrions partager". C'est cet adage qui a été proposé aux hôtes de MPG. Faire du voyage en Provence une expérience singulière qui garantisse au visiteur de rencontrer le territoire dans ce qu'il a de plus beau, de plus authentique, de plus essentiel.

En 2023, **MPG 2023** c'est :

288 menus servis pour les Dîners préhistoriques

Sous l'art pariétal de Cosquer Méditerranée, MPG a réalisé les 23, 24 février & 3 mars 2023, trois dîners préhistoriques pour 96 convives par date. Un voyage originel et immersif, en partenariat avec Kléber Roussillon, gestionnaire du site. Le chef et historien Emmanuel Perrodin a imaginé les menus avec le préhistorien Gabriel Beraha, responsable médiation Cosquer Méditerranée. Les Lycées hôteliers Pastré & La Cadenelle ont été partenaires des dîners pour la production en cuisine et le service.

44 articles de presse tous médias confondus

200 visiteurs sur mpggastronomie.fr



45 000 festivaliers au SFF#3 – Street Food Festival #3

C'est au diapason des précédentes éditions que le Street Food Festival a investi à nouveau les 6 000 m² de l'Esplanade de la Major, les 15, 16 & 17 juin 2023. Cette 3^e édition a fait vibrer les festivaliers au rythme des trois soirées, de 17h à 1h, dédiées à la cuisine de rue méditerranéenne et à la crème des DJ locaux. Fort du succès des précédentes éditions, avec 25 000 festivaliers en 2022, l'événement a tenu ses promesses grâce à une sélection qualitative de 34 producteurs et restaurateurs autour de la street-food méditerranéenne et locale.

24 articles de presse tous médias confondus

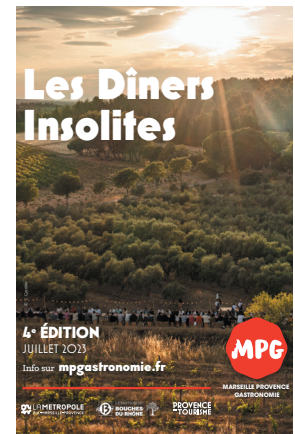
14 000 visiteurs sur mpggastronomie.fr

2 940 menus servis aux Dîners Insolites

Plus que de simples repas, les Dîners insolites sont des moments à part, hors du temps, des expériences singulières qui vous emmènent à la rencontre de la Provence dans ce qu'elle a de plus beau, de plus authentique, de plus essentiel. Ces dîners ont transporté les convives dans des décors étonnants, des lieux détournés de leur vocation première : espaces naturels, sites industriels, domaines viticoles, agricoles, oléicoles... Chaque soir, un chef différent a joué de toutes les ressources pour faire naître l'émotion dans un menu unique et inédit. 21 dîners tout au long du mois de juillet.

47 articles de presse tous médias confondus

14 000 visiteurs sur mpgastronomie.fr



Nombre de posts : 67 / +318,75 % vs 2022
Portée (mesure de la taille de l'audience qui a vu ces contenus) : 252.1K / +206,89 % vs 2022
Interactions (likes, commentaires, partages) : 8.7k / +393,06 % vs 2022
Évolution du nombre d'abonnés : 12.9 abonnés / + 2.6K vs 2022

MPGASTRONOMIE.FR

Audience - nombre de visiteurs : 28 000
Origine des visiteurs : Marseille, Paris, Lyon, Aix-en-Provence, Toulouse, Bordeaux, La Ciotat, Arles, Aubagne, Vitrolles, Martigues, Istres.
Sources de trafic du site - 51% via les réseaux sociaux, 21% en direct, 14% via email, 11% via des sites référents, 6% via Myprovence.fr et ses newsletters



Nombre de posts : 46 / +228,57 % vs 2022
Portée : 789,2 k / + 24,77% vs 2022
Interactions : 4.9k / +392.09% vs 2022
Évolution du nombre d'abonnés : 17k soit + 180

NEWSLETTERS MPG

Newsletters envoyées : 20
Emails cumulés : 140 000
Taux d'ouverture moyen : 45%
Taux de clics : 12%

À VENIR...

24 000 menus devraient être servis au Grand Repas

À l'initiative de cette journée, la Métropole Aix-Marseille-Provence, le Département des Bouches-du-Rhône et Provence Tourisme s'unissent à l'évènement national de l'association Le Grand Repas - née sous l'impulsion d'Emmanuel Hervé et de grands chefs tels que Thierry Marx ou Guillaume Gomez - pour créer une déclinaison locale et s'inscrire dans la valorisation et la transmission de notre patrimoine gastronomique. Le principe est de viser un large public quel que soit le lieu où il se restaure avec la participation de nombreux acteurs de la restauration. L'objectif est de sensibiliser par un évènement annuel à l'importance du bien manger mais également au vivre ensemble. L'utilisation de produits locaux, de saison, respectueux de l'environnement est la base de ce projet pour, in fine, valoriser une alimentation responsable. Le parrain provençal de l'édition 2022 était le chef***Glenn Viel, en 2023, la marraine 2023 sera la cheffe Marie Martinery - Restaurant Oumalala, Marseille.



ET 1 SURPRISE POUR LA FIN DE L'ANNÉE !

3 nouveaux **Dîners préhistoriques** organisés au sein de **Cosquer Méditerranée**.

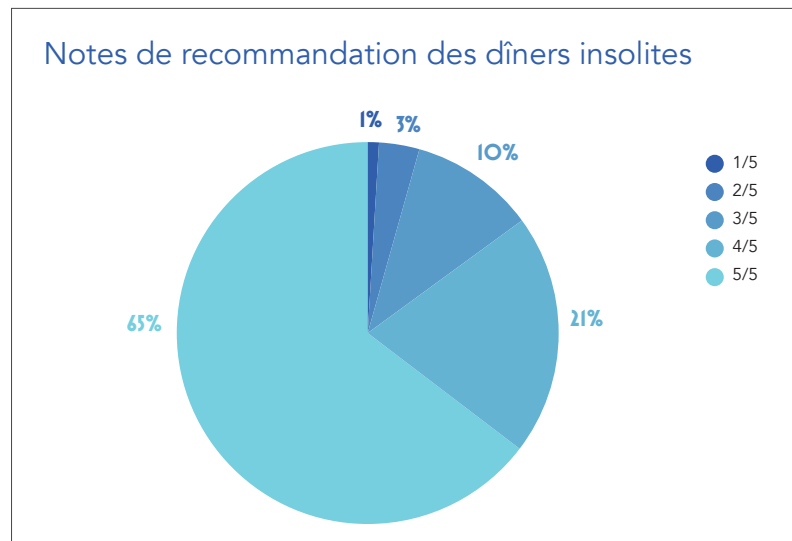
FOCUS SUR LES DÎNERS INSOLITES

Du 28 juin au 31 juillet, 20 Dîners insolites ont eu lieu sur le territoire des Bouches-du-Rhône. Ce sont les paysages d'une terre d'exception que la table des Dîners insolites accompagne depuis quatre ans. Elle ambitionne depuis ses premiers pas de dire ce rapport intime qui unit le vivant, les producteurs et les cuisiniers. Elle souligne aussi depuis le début, le dialogue entre l'ici et l'ailleurs qui innerve toute la culture provençale et méditerranéenne.

Les chefs de cette 5^e édition, parfois d'ici, souvent d'ailleurs ont proposé leur vision de ce territoire, de ces savoir-faire et de cette cuisine provençale qui résonnent d'amitiés et de goûts relevés. À suivre ces pistes, les Dîners insolites nous dévoilent la Provence comme nous ne pensions pas la connaître.

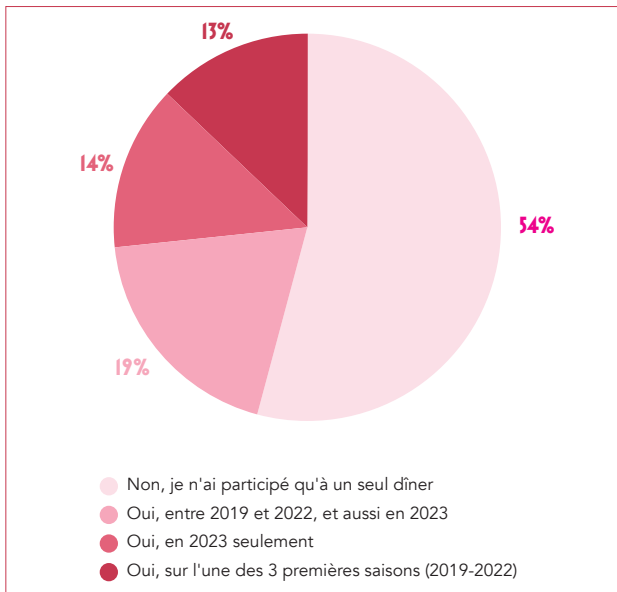
Une enquête de satisfaction a été menée par Provence Tourisme auprès d'un panel de **901 personnes** avec **43%** taux de réponse. Un panel réactif, une clientèle impliquée, proche de Provence Tourisme.

4,4/5
recommandent
les Dîners insolites



Le panel résume **les Dîners insolites** comme **une expérience gastronomique conviviale et unique**, à la découverte de chefs et de leur cuisine, dans des lieux exceptionnels. Un moment de rencontre et de partage, hors du temps.

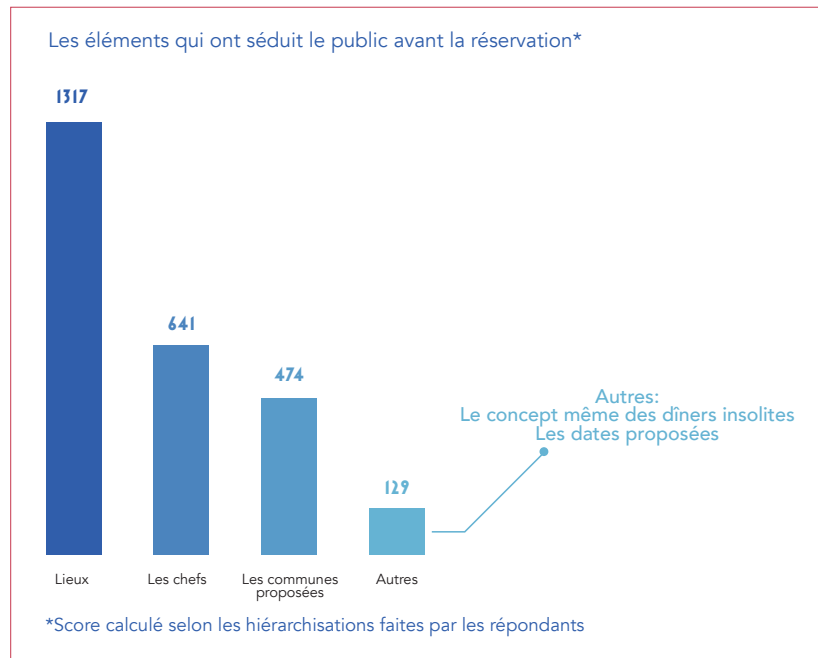
Avez-vous participé à plusieurs **dîners insolites** ?



Une majorité de **clients uniques** mais également **une clientèle fidélisée**
 Un projet :
 qui attire de nouveaux clients,
 qui fidélise des clients récents,
 qui marque la clientèle passée.

Les clients séduits principalement par les lieux.

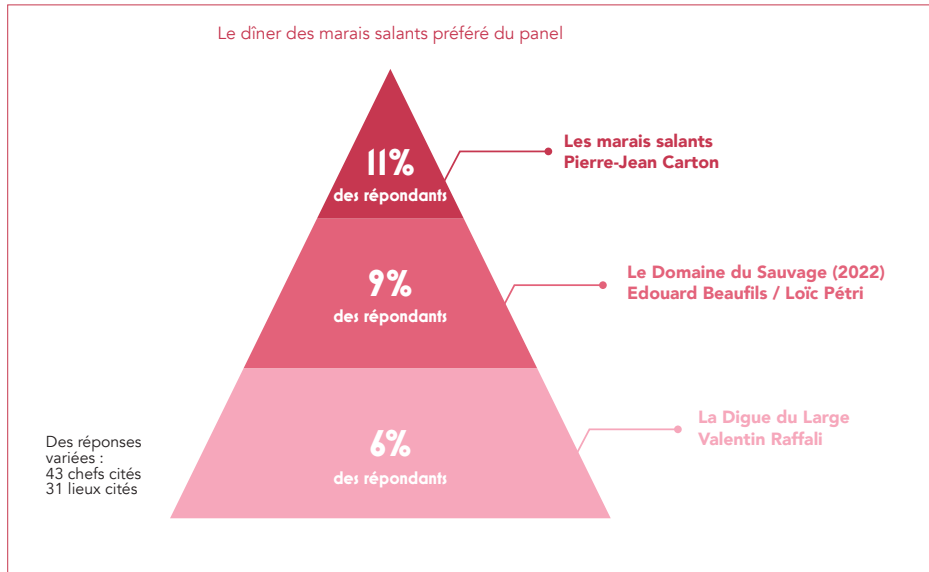
Les lieux représentent l'atout majeur de ce projet. Ils séduisent 2 fois plus que les chefs.



92% estiment les **conditions des Dîners insolites très satisfaisantes** (parking, accueil, équipes sur place, confort à table, esthétique et mise en scène).

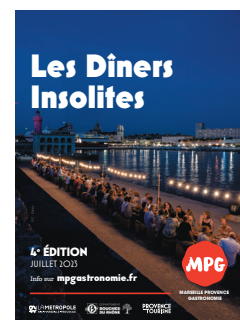
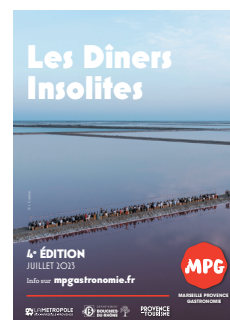
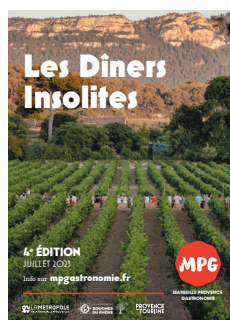
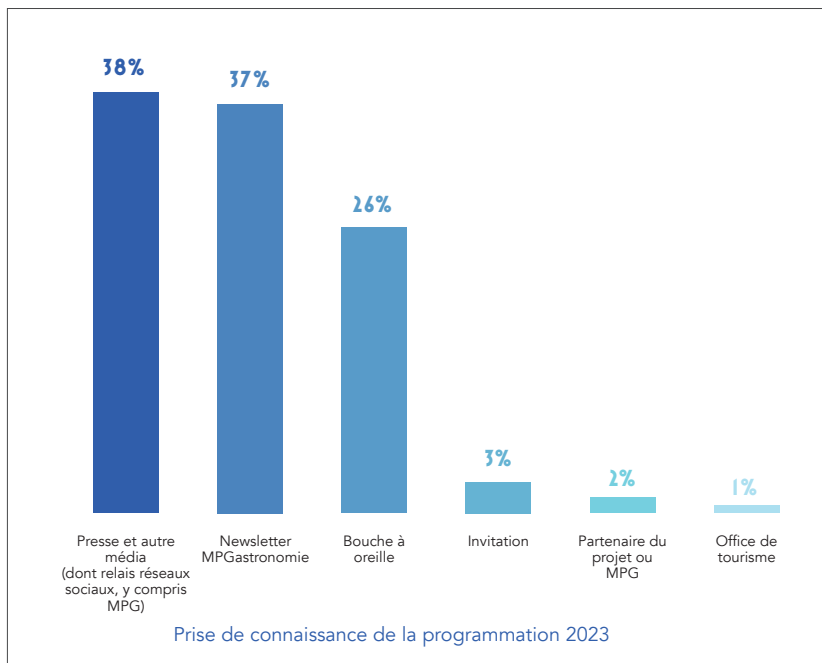
91% de retours très positifs a posteriori (lieu, récit, menu, vins, pain, huiles d'olive, pastis)

Les Dîners insolites préférés du panel.



88% jugent le processus de réservation satisfaisant (lisibilité de l'information, process de réservation, rapidité de réservation, réception des billets, servie après-vente)

Une communication très efficace



FOCUS SUR L'APPEL DU LARGE

Provence Tourisme, sous l'impulsion du Département des Bouches-du-Rhône et de la Métropole Aix-MarseilleProvence, a convié résidents comme touristes à porter un nouveau regard sur le port de Marseille en goûtant aux joies de **L'Appel du large**.

C'est sur la **digue Sainte-Marie**, plus communément connue sous le nom de digue du large que chacun a pu apprécier ce lieu nouvellement ouvert au public.

Fort des **Dîners insolites**, événements réédités chaque année depuis 2019 dans le cadre de la programmation Marseille Provence Gastronomie, Provence Tourisme a proposé tout au long de la période estivale et de l'été indien, de juin à octobre, des rendez-vous qui se sont inscrits sans nul doute dans le carnet de voyages des visiteurs et dans leur imaginaire.

Le fil rouge événementiel s'est ancré dans l'histoire d'un port méditerranéen avec pour thématiques principales : la gastronomie et la mise en lumière des produits locaux, les traditions avec des traversées en bateau ou encore la pétanque et enfin, la transmission avec des visites contées sur le patrimoine maritime ou culturel.

3 mois de programmation

6 200 visiteurs

43 événements

Grand Banquet
Apéros de la Digue *Soirée Borderline*
Escales de la Digue
Pique-niques
Soirée privée Grotte Cosquer
Les Visites culturelles de la Digue
MUCEM, regards de Provence



14 publications
 305 400 comptes touchés
 7 459 interactions

Audience mpgastronomie.fr - Section Appel du Large : 30 000 utilisateurs (juillet – septembre)
 Origine du visitorat : Marseille, Paris, Lyon, Aix-en-Provence



14 publications
 183 226 comptes touchés
 4 154 interactions

Et au niveau des retombées presse
 50 articles ou sujets
 (presse écrite, web, radio, tv).

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