

# LE CLIP

2015  
AVRIL

C'EST LE JOURNAL  
DU TOURISME DES BOUCHES-DU-RHÔNE

A la liste des atouts de notre destination déjà longue (culture, villes, activités nautiques, artisanat, produits du terroir...), il en est un qui prend toute son importance avec l'arrivée du printemps.

Bien que fortement urbanisé, 50% du territoire est en zone verte. Sur le département il n'y a pas moins de 3 parcs naturels : le Parc Naturel National des Calanques, le seul parc national à la fois terrestre, marin et périurbain d'Europe, le Parc Naturel Régional de Camargue et le Parc Naturel Régional des Alpilles. Au cœur de ces paysages on compte 27 000 km de sentiers balisés.

Bref, c'est ainsi : les Bouches-du-Rhône sont le paradis des marcheurs.

Ici les randonneurs, de plus en plus nombreux – 18 millions pratiquent la marche en France – et autres amoureux de la Provence, n'ont plus qu'à choisir leur sentier pour commencer une nouvelle aventure.

## EDITO

**DANIEL CONTE**  
PRÉSIDENT DE  
BOUCHES-DU-RHÔNE  
TOURISME

NUMÉRO 106/ TRIMESTRIEL

## LA CAMPAGNE DE COM DE L'ÉTÉ

Fin 2014, Bouches-du-Rhône Tourisme lançait bonsplans.myprovence.fr afin de récolter les conseils de visites partagés par les résidents eux-mêmes, ceux qui connaissent le mieux le territoire.

Forte de centaines de contributeurs locaux et des meilleures adresses, coins secrets, idées de sorties, une application mobile gratuite MYPROVENCE BONS PLANS sortira début mai. Son lancement sera accompagné d'actions de promotion dès juin et pendant tout l'été.

D'un côté, il s'agira de nourrir le discours sur la démarche. Une vidéo à découvrir bientôt tentera de tendre un piège aux touristes afin de générer de la viralité sur les réseaux sociaux et en relations presse.

D'un autre côté, il s'agira d'inciter très concrètement au téléchargement. Pour toucher au maximum les visiteurs, 2 leviers : leur localisation qui permet de cibler les gens en partance pour les Bouches-du-Rhône ou déjà sur place et leurs centres d'intérêt liés aux Bouches-du-Rhône.

On retrouvera donc des publicités sur différents supports très ciblés : dans la presse en situation de voyage, sur les mobiles lors de passage à proximité de lieux touristiques ou de portes d'entrée stratégiques des Bouches-du-Rhône, sur un univers digital de voyages avec Voyages SNCF, Mappy, TripAdvisor, Viamichelin, easyvoyages, Last Minute...



## À L'AFFICHE

BONS PLANS.MYPROVENCE.FR

PASS MYPROVENCE



APPLIS MOBILES

RENOUVEAU DE LA RANDO

MARSEILLE ET LA CROISIÈRE

CARRIÈRES DE LUMIÈRE

PROVENCE  
**BOUCHES**  
-DU-  
MARSEILLE  
**RHÔNE**  
CAMARGUE  
TOURISME

Dès 2010, Bouches-du-Rhône Tourisme a choisi de se faire accompagner par une agence conseil en stratégie digitale. Le numérique étant au cœur des métiers du tourisme, ce rôle de supervision a permis de donner de la cohérence aux chantiers digitaux de la destination, de se positionner de façon plus efficace et stratégique sur ces nouveaux outils de communication.

## UNE STRATÉGIE DIGITALE ENGAGÉE

En 2014, un appel d'offres a été lancé afin de poursuivre la stratégie digitale de la destination ; l'agence UZIK a remporté le marché.

Ce projet permet, avec l'installation d'une marque web My Provence, d'offrir aux visiteurs un parcours fluide et intégré au sein d'une expérience forte et fédératrice. My Provence permettra de réunir sous une même bannière, des services, un message, une communauté. Ce choix répond bien aux besoins de personnalisation, d'appropriation, de fidélisation des touristes et en même temps au sentiment de fierté des résidents.

Derrière ce nom, au-delà de la communication, de vraies valeurs : l'authenticité du service, l'engagement auprès des acteurs locaux, le respect des visiteurs et des locaux, l'enracinement local dans le territoire et sa culture et l'expertise ancrée dans le temps.

Afin de mettre en place cette stratégie, un plan d'actions sur 3 ans a été proposé.

En 2015, il s'agira principalement de réorganiser, re-designer

l'écosystème digital autour de la marque My Provence. Autour de cette réorganisation, on poursuivra également le positionnement de la destination sur les réseaux sociaux (avec le lancement, en plus de Facebook et Youtube, de comptes Instagram et Pinterest), la personnalisation des emailings, la création de contenus...

En 2016 et 2017, après la refonte viendra le temps de la communication avec le déploiement de My Provence sur le web auprès du grand public et des professionnels en France et à l'étranger. ■

Contact : Carole Amy  
[camy@visitprovence.com](mailto:camy@visitprovence.com)

ET SI VOUS FAISIEZ CONNAÎTRE VOTRE DÉPARTEMENT  
 POUR EN DÉCOUVRIR D'AUTRES ?

PARTAGEZ VOS BONNS PLANS



## PLAN D' ACTIONS 2015

Le plan d'actions promotion-presse 2015 est en téléchargement sur [visitprovence.org](http://visitprovence.org). Autour de 4 axes de travail que sont la promotion B to B, les relations presse, les rencontres événementielles et l'accompagnement des professionnels, il présente les initiatives de Bouches-du-Rhône Tourisme en faveur de l'attractivité du territoire.

## LE PASS MYPROVENCE VERSION 2015

Des balades en bateaux aux lieux historiques en passant par les musées, parcs, domaines oléicoles ou viticoles, les sites partenaires du Pass MyProvence s'étoffent et se diversifient. Saluons l'arrivée en 2015 de 9 nouvelles structures :

- Château de l'Empéri à Salon-de-Provence
- Château La Coste au Puy-Sainte-Réparate
- e-Bike Tours à Marseille
- FRAC (Fonds Régional d'Art Contemporain) à Marseille
- Mas de la Tapi à Mourviès
- Musée de la Camargue à Arles
- Musée Raimu à Mari-gnane
- Musée-Galerie à La Roque d'Anthéron
- Santons di Landro à Aubagne

Initiée il y a 5 ans, la carte a déjà séduit plus de 12.000 résidents. Sa formule est simple "Je paye pour 1, je visite à 2". Réservé aux résidents du département, le Pass MyProvence offre ainsi un accès gratuit et illimité sur une sélection de 43 sites et activités touristiques et permet d'entraîner gratuitement dans sa découverte ses proches, ses amis en visite...

En proposant le Pass MyProvence, Bouches-du-Rhône Tourisme souhaite

développer la fréquentation touristique tout au long de l'année, en permettant aux professionnels du tourisme partenaires de valoriser leur activité.

Pour se procurer le Pass, contacter Bouches-du-Rhône Tourisme par téléphone au 04 90 59 49 40 ou se connecter sur <http://pass.myprovence.fr>. ■



## RETOUR SUR 2014

Le rapport d'activités 2014 vient de sortir. Véritable panorama des missions et projets de Bouches-du-Rhône Tourisme, il est à disposition en contactant le 04 90 59 49 40 ou en téléchargement sur [www.visitprovence.org](http://www.visitprovence.org).



### CARAVANE TRANSAT 2015

C'est par -20°C que la délégation Provence, composée de Bouches-du-Rhône Tourisme, le CRT PACA, l'Aéroport Marseille Provence et l'hôtel Intercontinental, a participé en février dernier à la Caravane Transat organisée par l'agence de voyages éponyme et Atout France. Cette mission aura permis de rencontrer plus de 450 tour-opérateurs au Canada.



### DATATOURISME

Bouches-du-Rhône Tourisme participe activement à l'opération DATAtourisme initiée par Rn2D. Objectif : créer un guichet unique de l'information touristique, en open data, afin de faciliter la réutilisation des informations par des tiers publics ou privés. A la clé : la création de services innovants, profitables aux destinations touristiques. Sortie prévue au 2e semestre 2016.

Au centre des Bouches-du-Rhône, au cœur de la Provence : 17 communes, réunies au sein d'une communauté d'agglomération, AgglopoLe Provence. Un ensemble de villes et de villages qui, ensemble, souhaitent s'appuyer davantage sur l'activité touristique pour développer leur territoire et leur économie. Quel développement touristique pour AgglopoLe Provence demain ? Une question pour TEMA !

## TEMA ET L'AGGLOPOLE PROVENCE

AgglopoLe Provence est un vaste territoire composé de 17 communes ; il offre donc différentes facettes, en termes de paysages, d'urbanisation mais également de positionnement touristique.

Au nord du territoire, les villages de la vallée de la Durance, Charleval, Mallemort et l'important site touristique de Pont-Royal. Viennent ensuite Sénas, Lamanon et Eyguières, portes d'entrée du Parc naturel Régional des Alpilles. Au sud, des villes et villages liés à l'Étang de Berre : Saint-Chamas, Berre-l'Étang, Rognac, Velaux, La Fare-les-Oliviers et Lançon-Provence, qui offrent tour à tour port de pêche, collines provençales et producteurs du terroir renommés. Enfin, et non des moindres, le pays salonnais qui, autour de la ville de Salon-de-Provence, propose paysages et villages typique-

ment provençaux : Alleins, Vernègues, Aurons, La Barben et Pélissanne.

durable et mutualisé sur le territoire d'AgglopoLe-Provence. ■

Un vaste territoire, riche d'un potentiel touristique important.

Comment organiser un développement touristique harmonieux, autour d'une image commune ? Comment mutualiser les différentes actions entreprises autour du développement du tourisme et des loisirs ? Les bureaux d'études GéoSystème et MaHoC, missionnés dans ce cadre, ont travaillé à un diagnostic du territoire : paysages, environnement naturel, transports, économie, mais également offre, fréquentation, clientèle et image touristique. Ce diagnostic est ensuite partagé avec les acteurs du tourisme qui déterminent des axes opérationnels. Enfin, un programme d'actions est proposé, pour un développement touristique



---

## LES APPLICATIONS MOBILES MYPROVENCE EN QUELQUES CLICS

Volet majeur de la promotion de la destination, le web et les applications mobiles sont des outils incontournables dans la stratégie de communication de Bouches-du-Rhône Tourisme. En 2014, ce ne sont pas moins de 825.000 visites qui sont enregistrées sur les espaces web et plus de 23.000 téléchargements des applications mobiles.

Aujourd'hui, la collection mobile MyProvence regroupe 5 applications :  
Agenda, Envie de Balade, Tables 13, Belles Routes et Ze Visit.

En 2014, entre juin et décembre, Bouches-du-Rhône Tourisme a souhaité valoriser ces services et a déployé un plan de communication dans les medias locaux : Elle Provence, La Provence (via son site web, son application mobile, ses magazines Sortir, A Table et Balade), les applications mobiles du groupe France TV Pluzz, France Bleu Provence.

Ces actions ont permis de drainer 100.000 visites sur les applications MyProvence en s'adressant à plus de 30.000 utilisateurs. ■



### TAXE DE SÉJOUR

Afin d'accompagner les communes dans la réforme de la taxe de séjour, Bouches-du-Rhône Tourisme travaille à la création d'outils permettant aux collectivités de mutualiser, et ainsi gagner du temps et de l'efficacité, en matière de collecte et de gestion de cette taxe. Dans les Bouches-du-Rhône, c'est une cinquantaine de communes qui est concernée.



## LE RENOUVEAU DE LA RANDO

**D'après une étude de la Fédération Française de Randonnée, 18 millions de Français déclarent pratiquer la randonnée en France et près d'un Français sur deux compte s'y mettre. De nombreux randonneurs étrangers sont charmés par la diversité des paysages français mais également par la qualité des sentiers, ce qui place la France en pole position des destinations où il fait bon marcher.**

### SORTIR DES SENTIERS BATTUS

Que ce soit en famille ou entre amis, la randonnée attire toujours plus de monde dans les Bouches-du-Rhône, d'autant plus qu'il y en a pour tous les goûts et tous les niveaux. Aujourd'hui, randonner ce n'est plus marcher en suivant un itinéraire ; les randonneurs veulent de l'originalité et vivre une expérience unique en partant à la découverte des plus beaux massifs. C'est pourquoi on assiste ces dernières années à une explosion des randonnées thématiques (land'art, randonnées de survie en montagne, randonnées saveurs...).

Une nouvelle offre a émergé ces dernières années en termes de randonnée et le département propose aujourd'hui un large panel de thématiques originales pour satisfaire tous les types de randonneurs.

### VOUS ÊTES PLUTOT...

#### • CRÉATIF

Allier sport, nature et culture est désormais possible. Des ateliers de découverte de la

peinture sur pierre, l'art rupestre, sont proposés aux enfants comme aux adultes. Au programme : approche historique, création de couleurs, découverte du Land'art (tendance de l'art contemporain qui utilise des matériaux de la nature comme le bois, la pierre, le sable...).

Pour ajouter un côté artistique à la randonnée, il est également possible de parcourir les sentiers méconnus autour de la Sainte-Victoire à travers l'inspiration de Cézanne. Cette sortie propose la rencontre avec les artistes et artisans locaux passionnés et qui portent un attachement fort à leur métier et leur territoire.

#### • FAMILLE

Les Randonnées théâtrales d'Aubagne, de la compagnie "Dans la cours des Grands", revisitent les grands classiques de Marcel Pagnol. Idéal pour découvrir les paysages tout en profitant d'un spectacle unique.

Du côté de la Montagne Sainte-Victoire, on allie la marche au jeu. Le principe : partir en quête de résolution d'intrigues sur la faune, la flore, la géologie... de manière ludique et attractive. Une chasse au trésor pour tout public pour occuper les dimanches en famille.

#### • ÉPICURIEN

Avec l'arrivée du printemps, quoi de mieux qu'une randonnée gourmande dans un domaine viticole ? Cette offre est une parfaite alchimie des plaisirs entre randonnée et gourmandise. Tout commence au pied de la Sainte-Baume avec une visite du domaine viticole de Saint-Ser, puis la balade se poursuit dans la garrigue dense de Provence, accompagné d'un cuisinier et d'un guide naturaliste qui dévoilent toutes les richesses du territoire Provençal (herbes aromatiques, plantes, pierres...). La balade se termine par une pique-nique gourmand avec une vue magnifique sur la Vallée de l'Arc.





### • BUCOLIQUE

Et si on marchait le nez en l'air, se laissant bercer par le rythme des mots ? Voici une randonnée atypique qui offre la possibilité de se balader dans les massifs provençaux en compagnie d'un conteur et poète aux rimes plutôt originales, où enfants et parents en oublient même l'effort physique.

### • ZEN

La randonnée peut aussi être source de bien-être. Direction Cassis et ses célèbres sentiers qui permettent de surplomber les calanques de Port-Miou à Port-Pin tout en pratiquant une activité fitness, yoga ou pilates avec un coach. Un moment de détente unique face à la mer.

### • COURAGEUX

Le Nordic Walking, appelé aussi marche nordique, est un sport d'endurance qui permet de concilier les bienfaits des mouvements de gymnastique aux plaisirs de la marche sportive.

Cette activité est proposée aux quatre coins du département, de la Sainte-Victoire à Gréasque, en passant par La Ciotat et la Côte Bleue.

### • ROBINSON CRUSOÉ

Voici un concept plutôt inédit : une initiation aux techniques de survie. Tout est réuni pour devenir un vrai Robinson : apprentissage des techniques pour allumer un feu, purifier l'eau, reconnaître les plantes comestibles et médicinales...

## DES RANDONNÉES CONNEXES

En France, de nombreux départements ont maintenant des sites dédiés à la randonnée, souvent combinés avec une application mobile, comme l'application Envie de Balade proposée par Bouches-du-Rhône Tourisme.

### CARNET D'ADRESSES

• RANDOS SAVEURS, ART ET RANDO & RANDO FORME  
**Huwans Adventure**  
Village Oxyane  
Bouc Bel Air - Tél. 04 88 66 48 00

• RANDOS SAVEURS, ART RUPESTRE ET LAND'ART, LES TECHNIQUES DE SURVIE, BALADES NATURE ET POÉSIE  
**Nature en Soi**  
Aix-en-Provence - Tél. 06 09 84 01 10

• MARCHE NORDIQUE  
**Activ'Azur**  
Luynes - Tél. 06 64 96 48 90

• CHASSE AU TRÉSOR SAINTE-VICTOIRE  
**En quête d'ailleurs**  
Marseille - Tél. 07 82 37 81 68

• RANDOS THÉÂTRALES  
**Dans la cour des Grands**  
Marseille - Tél. 06 67 63 32 58

Dans cette optique, la Fédération Française de Randonnée commence à numériser l'ensemble des sentiers français dans le but de développer rapidement une application à l'échelle nationale. Celle-ci accompagnera le marcheur tout au long de son périple et l'aidera à affiner son choix en fonction du nombre de kilomètres qu'il veut effectuer, du niveau de difficulté, de la durée, ou encore du type d'hébergement.

Selon l'étude réalisée par la Fédération, "29% des pratiquants estiment que les nouvelles technologies pourraient les aider dans leur marche et 13% recherchent même de nouveaux matériels et technologies".

L'arrivée des smartphones a réellement changé la donne et les accrocs de la randonnée ne sont plus les mêmes qu'autrefois. Même si une nouvelle clientèle a émergé ces dernières années, à la recherche d'une "déconnexion totale"...

## LE DOSSIER DU CLIP



### CHASSE AUX TRÉSORS

Avec "Aix aux Trésors", la ville du Roy René et le quartier du Panier à Marseille se transforment en jeux de piste grandeur nature. Cette agence novatrice propose de partir à l'aventure, d'énigmes en énigmes, entre amis ou entre collègues. Curiosité, observation et sens de l'orientation sont leurs meilleurs alliés pour découvrir la ville sous un angle nouveau. ■

[www.aix-aux-tresors-de-provence.com](http://www.aix-aux-tresors-de-provence.com)

### LA RENAISSANCE S'INVITE AUX CARRIÈRES DE LUMIÈRES

Depuis le 6 mars, les Carrières de Lumières s'illuminent à nouveau avec le spectacle "Les géants de la Renaissance". L'occasion de découvrir sous un nouvel angle des artistes qui ont marqué la Renaissance tels que Michel-Ange, Léonard de Vinci ou encore Raphael. Numérisées et projetées sur les parois des anciennes carrières des Baux-de-Provence, les œuvres des maîtres prennent tout leur sens. Une expérience unique et hors du temps à découvrir jusqu'au 3 janvier 2016. ■

[www.carrieres-lumieres.com](http://www.carrieres-lumieres.com)

### UN HÔTEL PARTICULIER POUR LOGER LA CULTURE À AIX-EN-PROVENCE

Culturespace ouvre les portes de son nouveau Centre d'Art dans le remarquable Hôtel de Caumont, classé Monument Historique. A partir du 6 mai prochain, le quartier Mazarin vivra au rythme de la culture avec l'exposition inaugurale "Canaletto". Plus qu'un musée, un véritable lieu de vie : le Café Caumont offrira une pause gourmande sur la terrasse ombragée avec vue sur les jardins. Concerts, projections, performances artistiques et forums seront également organisés au cours de l'année.

[www.caumont-centredart.com](http://www.caumont-centredart.com) ■

### LES RANDONNÉES THÉÂTRALES REFONT LEUR CINÉMA

Après une saison 2014 jouée à guichet fermé, les Randonnées Théâtrales sont de retour sur le devant de la scène, ou plutôt en plein air, du 19 avril au 31 mai 2015. Cette année encore, la compagnie "Dans la Cour des Grands" redonne vie aux personnages du Schpountz. De l'épicerie familiale jusqu'aux studios de cinéma, le temps s'arrête pour les spectateurs/randonneurs, totalement en immersion dans l'univers de Pagnol, au cœur du

domaine départemental de Pichauris à Allauch. ■

[www.danslacourdesgrands.fr](http://www.danslacourdesgrands.fr)

### LA CRIÉE ROUVRE SES PORTES

Après huit mois de travaux, "La Criée" a accueilli de nouveau son public le 12 janvier dernier à l'occasion du concert de Moriarty. Le célèbre théâtre marseillais a été désamianté et a profité de cette fermeture pour se refaire une beauté. L'architecte Jean-Michel Wilmotte y a imaginé un hall ouvert et lumineux. Cet espace de 800m<sup>2</sup> a été repensé avec des lignes simplifiées. ■

[www.theatre-lacriee.com](http://www.theatre-lacriee.com)



### DORMIR DANS UN MOULIN À HUILE

Annie & Frédéric accueillent leurs hôtes à Mouriès dans l'ancien moulin à huile du village. Entre tradition provençale et confort contemporain, le Vieux Four offre un séjour unique dans un cadre chargé d'histoire. Les gourmands apprécieront le restaurant de Frédéric, sa cuisine locale et de saison. ■

[www.carrieres-lumieres.com](http://www.carrieres-lumieres.com)



# L'À

## UN MEUBLÉ 5 ÉTOILES À SAINT-ETIENNE-DU-GRÈS

Le Mas de Laurade à Saint-Etienne-du-Grès vient d'être labellisé "meublé de tourisme 5 étoiles". Cette bâtisse du 17<sup>e</sup> siècle est une ancienne commanderie des Templiers. En location du 1<sup>er</sup> avril au 31 décembre, ce mas de pierre avec piscine chauffée et 2000m<sup>2</sup> de jardin permet de passer un agréable séjour au pied des Alpilles. ■

[www.lemasdelaurade.com](http://www.lemasdelaurade.com)

## CUISINER LA PROVENCE CHEZ UN GOURMET

Gilles Conchy est un fin gourmet, amateur de cuisine provençale et des produits locaux. Parce qu'un plaisir ne vaut que s'il est partagé, il propose aux amoureux de la gastronomie de vivre une journée avec lui, du marché aux cuisines de sa maison de campagne aixoise pour élaborer et déguster les mets. ■

[www.provence-gourmet.fr](http://www.provence-gourmet.fr)

## OUVERTURE D'UNE LIGNE MARSEILLE-MILAN

Une petite révolution... La première liaison ferroviaire Marseille-Milan a eu lieu le



15 décembre dernier. Grâce à la nouvelle compagnie Thello, il est à présent possible de rejoindre la capitale de la Lombardie en 7 heures de trajet, sans changer de train. ■

[www.thello.com/Marseille-Milan/index.html](http://www.thello.com/Marseille-Milan/index.html)

## LE CHÂTEAU LA COSTE REMPORTE LE GRAND PRIX DE L'ŒNOTOURISME

Le projet œnotouristique du Château La Coste a été récompensé le 8 janvier dernier par la Revue du Vin

## NOUVELLE ÉDITION D'ARTISAN 13

Les 5, 6 et 7 juin prochain, Artisan 13 rassemblera au Conseil Général une quarantaine d'exposants. La thématique des Bouches-du-Rhône sera déclinée autour de 4 univers : La Camargue Sauvage, Marseille Créatif, Pays d'Aix-en-Provence et les Routes gourmandes salées et sucrées. ■

[www.cg13.fr](http://www.cg13.fr)

de France. 11 lauréats ont été primés au Bristol à Paris. Le musée à ciel ouvert au cœur des vignes aura su séduire le jury. Le Château La Coste est le seul domaine des Bouches-du-Rhône à avoir été récompensé. ■

[www.chateau-la-coste.com](http://www.chateau-la-coste.com)

## LE BOIS DES RIÈGES, CŒUR DE LA CAMARGUE

Dans cet ouvrage, Annelise Chevalier raconte les souvenirs d'une poignée de Camarguais autour du thème du bois des Rièges, endroit mythique et peu connu de Camargue. Des récits superbement illustrés pour un véritable voyage dans le temps et l'espace, destiné à tous les amoureux du terroir et des traditions

Auteurs : Annelise Chevalier  
Editions Actes Sud Beaux Arts  
Prix : 30 €



## SUIVEZ LE GUIDE DE LA ROUTE DES VINS DE PROVENCE

Fraîchement imprimée, la première édition du guide officiel de la Route des Vins de Provence sera disponible dans les librairies dès le 15 avril. Une découverte de la Provence viticole, entre la Camargue et Nice, à travers l'histoire de plus 400 domaines et caves viticoles.

Editions : Pétroleuses éditions  
Prix conseillé : 18 €



## LA CROISIÈRE : UN MARCHÉ EN FORTE CROISSANCE

S'il est un marché touristique qui échappe à la morosité économique c'est bien celui de la croisière. En 2015, ce sont quelque 23 millions de passagers qui devraient embarquer quelque part dans le monde, soit plus du double qu'il y a 10 ans. La création de nouveaux ports, l'innovation dans la construction des navires et dans les offres qui y sont proposées font de la croisière un marché particulièrement prospère.

### L'EUROPE AUX AVANT-POSTES

Alors que la croisière se développait fortement aux Caraïbes il y a 30 ans, c'est désormais "l'Europe qui apparaît comme un hub dynamique à la base de l'industrie de la croisière mondiale" (P. Vago, Pdt de CLIA Europe). Ce sont ainsi quelque 39.4 milliards d'Euros qui sont injectés dans l'économie européenne dont 16.2 milliards en dépenses directes, en **hausse de 4.7% par rapport à 2012 et de 22% par rapport à 2008**. Trois facteurs majeurs à cette croissance : la hausse des passagers en provenance d'Europe, la hausse du volume de passagers embarquant dans les ports européens et la domination des chantiers européens dans le secteur de la construction de paquebots. Ainsi, sur les 27 navires de croisières qui devraient être livrés d'ici 2017, 24 seront réalisés en Italie, en France, et en Finlande.

La croisière plaît de plus en plus aux Européens qui ont été 6.4 millions à réaliser une croisière quelque part dans le monde en 2013, soit 30% du marché mondial. Les Français ont, quant à eux, été 552 000 à embarquer (+9% par rapport à 2012), se plaçant en 4<sup>e</sup> position derrière le Royaume-Uni, l'Allemagne et l'Italie. La Méditerranée

est de loin leur destination préférée (68% des passagers), devant les Caraïbes (13%), ainsi que les destinations d'Europe du Nord (11%).

**La France, 5<sup>e</sup> destination de croisière en Europe**, a embarqué plus de 2.4 millions de croisiéristes en 2013.

### MARSEILLE ET LA CROISIÈRE : UNE HISTOIRE DE CROISSANCE

En 1994, Marseille avait accueilli 22 000 passagers. 20 ans plus tard, ce sont **plus d'1.3 million de passagers qui ont embarqué à Marseille**. Ces excellents résultats placent Marseille dans les tops : En France, **Marseille est le 1<sup>er</sup> port d'embarquement français** devant les destinations French Riviera (Cannes, Golfe-Juan, Antibes, Nice et Villefranche-sur-Mer et leurs 600 000 passagers), Var Provence (355 000 passagers), et le Havre (250 000 passagers). Il est aussi le **6<sup>e</sup> port européen** derrière Barcelone, Rome, Venise, les Baléares et le Pirée et fait partie du **Top 20 des ports mondiaux**. Ces bons résultats sont liés bien sûr à l'engagement des clientèles pour la croisière et notamment à l'élargissement de ces clientèles. Alors que la croisière a longtemps été une offre destinée avant tout aux seniors,



elle séduit désormais d'autres clientèles notamment les familles avec de très grands navires qui proposent toute sorte d'activité mais aussi les passagers seuls ou en couple avec par exemple des croisières à thème. Sur l'année, la moyenne d'âge des croisiéristes pour l'ensemble des compagnies varie de 41 à 47 ans et descend encore sur les périodes de vacances scolaires.

**A Marseille**, la clientèle est surtout française et même plutôt locale avec **plus d'un passager sur trois originaire de la Région PACA**. 40% des passagers sont des habitués (repeaters). 20% des croisiéristes arrivent à Marseille ou ses environs la veille du départ de la croisière ou les jours précédents et 20% y séjournent après la croisière mais pour une durée plus courte qu'avant l'embarquement.

**20% des passagers effectuent des dépenses avant d'embarquer avec un montant moyen de 156 € dont 105€ de dépenses touristiques (hôtellerie et restauration) et 50 € d'achats divers (taxi, shopping).** Au total, **68% des croisiéristes étrangers en escale effectuent des achats avec un panier moyen de 67 €** dont les principaux postes sont les achats divers et le shopping (22€), les achats souvenirs (20 €) et les repas et boissons (19 €). Les dépenses touristiques et culturelles (visites guidées, musées, expositions, etc.) se montent quant à elles, à 6 €.

Les bons résultats enregistrés par Marseille sont également liés aux investissements consentis et notamment ceux destinés au Marseille Provence Cruise Terminal (M.P.C.T) ouvert en 2013 qui permet de recevoir simultanément plusieurs méga-navires en tête de ligne. 2013, c'est bien sûr aussi l'année de la Capitale Européenne de la Culture et le renouveau du front de mer marseillais qui a fait progresser le **nombre de passagers de +34% entre 2012 et 2013, puis de 11% entre 2013 et 2014**. Avec le développement de l'attractivité de la destination, les opérateurs de croisières n'hésitent plus aujourd'hui à proposer des croisières toute l'année.

**En 2015, Marseille espère embarquer 1.5 million de croisiéristes grâce à la présence de 27 compagnies différentes et 450 escales.** Les investissements se poursuivent également avec 35 millions d'euros engagés par le port et ses partenaires afin d'élargir en 2016 la passe d'entrée et d'améliorer l'accès aux bassins aux plus grands navires. Ils feront suite à la mise en service en 2015 de la plus grande Forme de réparation navale de Méditerranée.

**Le port de Marseille vise le 2.2 millions de passagers en 2020. ■**

Sources : Club de la croisière, Office de Tourisme de Marseille, CLIA

## JEAN-FRANCOIS SUHAS

### BIENVENUE AU CLUB

La rencontre a lieu dans les locaux du syndicat des pilotes maritimes marseillais. A peine assis dans le bureau avec vue sur le Vieux-Port, Jean-François Suhas, pilote et nouveau président du Club de la Croisière, se raconte, enthousiaste, passionné, le regard souvent tourné vers la mer.

La mer c'est une véritable vocation, elle lui tend les bras à Biarritz où il grandit, mais "elle est surtout présente dans les romans d'aventures maritimes que je découvre à 10 - 11 ans et qui m'ont donné envie de partir en bateau, avec en secret le rêve fou de commander le paquebot France".

Jeune orphelin, il aurait pu tout quitter pour le large. Mais, "par chance", il rencontre ce professeur qui le convainc de prolonger ses études. Il entre en prépa Marine Marchande sans lâcher son rêve de navires à passagers.

En 1986, tout le pousse à choisir Nantes mais c'est à Marseille qu'il vient étudier. Parce qu'il a depuis ses années de rugby le culte de l'amitié et de l'équipe, il y



suit "ses copains corses". Il tombe sous le charme de la ville. "J'ai adoré. J'ai tout de suite senti que j'étais à l'endroit qui me correspondait le mieux.". Les vagues qui ont bercé son enfance sont elles aussi au rendez-vous méditerranéen. Une nouvelle chance et le voilà qui embarque sur le légendaire Mermoz, pour l'Amérique du Sud. Suivront les croisières à bord des grands voiliers du Club Med pendant cinq ans.

Il est temps de se poser, de fonder une famille, ce sera à Marseille et l'intégration

en 1999 de la Station de Pilotage de Marseille-Fos dont il est le Secrétaire Général depuis 2011. "J'y ai retrouvé des potes de mes années d'études. Et découvert un esprit de famille, l'idée d'un destin commun". Ce jeu collectif plaît au rugbyman.

Toujours pilote, il est aujourd'hui surtout Président du Club de la Croisière Marseille-Provence et succède à Jacques Truau avec beaucoup de respect pour l'homme et son travail.

A la croisée de mondes institutionnels très différents,

un pilote peut assurer le lien indispensable entre des entités aux intérêts parfois divergents. Un rôle politique souvent déterminant dans le succès des grandes entreprises collectives. Il s'engage dans la vie citoyenne dès 2011 en tant qu'élu à la CCIMP. Il se sent donc prêt aujourd'hui à jouer "ce rôle d'équilibriste" au Club de la Croisière où il poursuivra les actions de son prédécesseur qui ont permis de doubler l'activité croisière de Marseille en 4 ans.

Il mettra l'accent sur le collectif évidemment. En travaillant avec le port, les élus, la CCI mais aussi les acteurs économiques et touristiques et au-delà de Marseille, partout où rayonne la croisière sur le territoire. "L'enjeu sera de montrer à tous l'importance de ces nouvelles clientèles ; en entrant notamment dans le top 10 mondial des ports de croisière aux côtés de villes phare aussi mythiques que New York, Miami ou Venise!".

Marseille en a le potentiel. "La ville a su se créer un nouveau modèle. Plus qu'un port, avec la dimension culturelle gagnée en 2013 et les sites de la Provence si proches, c'est une destination majeure." ■

Directeur de la publication : Daniel Conte  
Bouches-du-Rhône Tourisme  
13, rue Roux de Brignoles - 13006 Marseille  
Tél : 04 91 13 84 13 - Fax : 04 91 33 01 82  
www.visitprovence.com

Comité de rédaction : Isabelle Brémond, Dominique Césari, Nathalie Olmeta, Marie Lansonneur, Carole Amy

Ont collaboré à ce numéro : Carole Amy, Manon Chaussende, Nelly Jacques, Marie Lansonneur, Anne Péron, Marie de Saint Seine, Karine Tramier, Julie Vandal, Yamina Vongerichten, Marie-Laure Wavelet

Création graphique : Mireille Astolfi

Crédits-photos : S.Barbato - R.Cintas-Flores - V.Ducarne - T.Duval  
V.Formica - P.Gherdoussi - F.Joliot - T.Kreiser - D.Marche - G.Martin-Raget - J.Vandal

ISSN : 2261-8163