BILAN SAISON ESTIVALE 2020
CASSIS

DÉPARTEMENT BOUCHES-DU-RHÔNE

PROVENCE TOURISME

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE : UNE ANNÉE 2020 HORS NORMES

➢ Un **marché domestique fortement présent** :

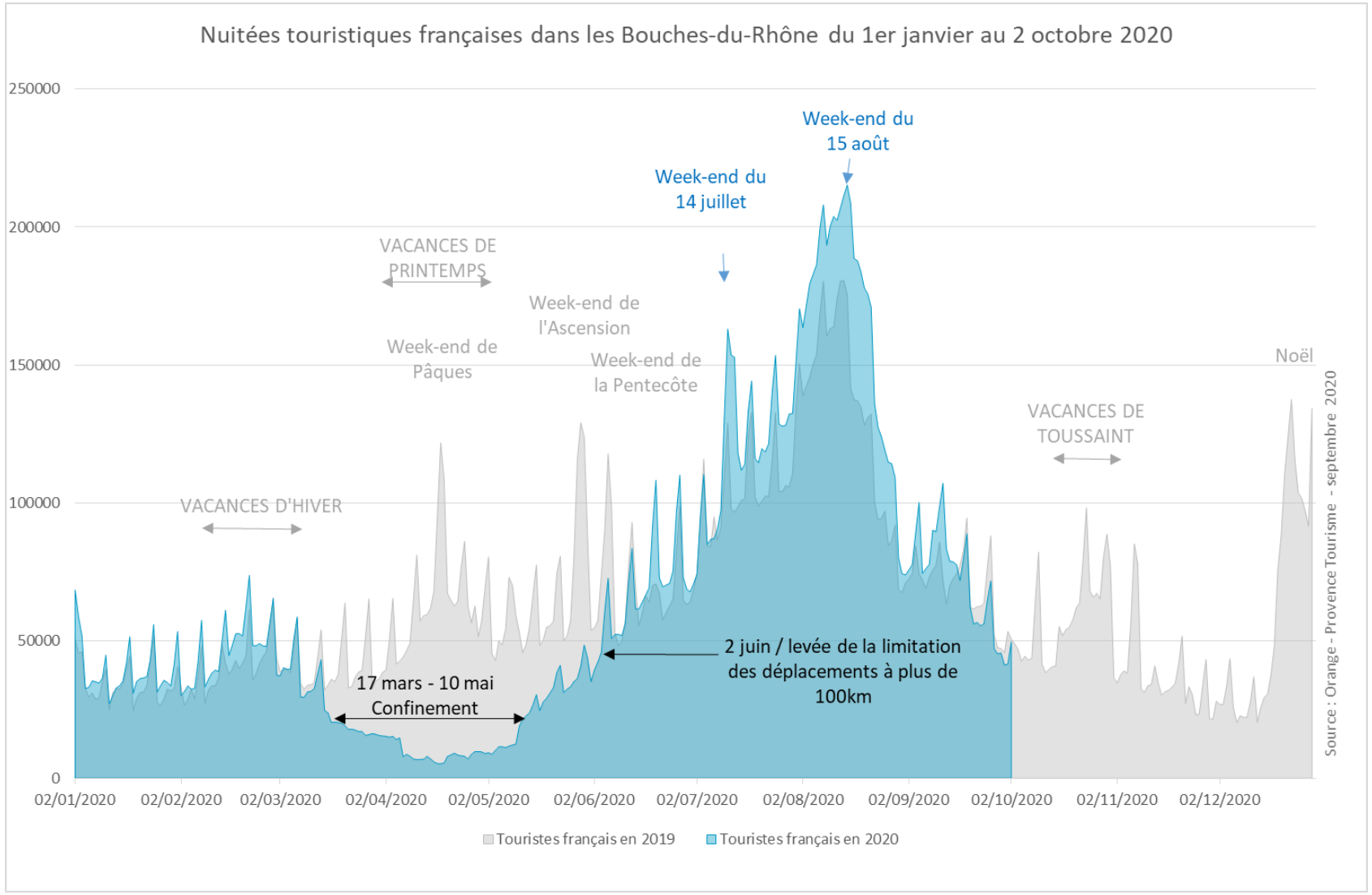
- **53% des Français sont partis en juillet et en août** (vs 71% en 2019)
- **94% des partants ont séjourné en France** (vs 25% de départ à l'étranger en 2019), ce qui a permis de compenser ce moindre taux de départ en vacances.
- Les séjours sur **le littoral arrivent en tête (37% des séjours)** suivis par ceux effectués à la campagne (30%)

➢ Une **baisse réelle de la clientèle étrangère** avec des marchés étrangers présentant des comportements variables :

- Les résistants : Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Suisse
- Les marchés en baisse : Royaume-Uni, Espagne, Italie
- Les absents : les clientèles extra-lointaines

Source : Comité de filière – ADN Tourisme / Atout France / UMIH / GNC / GNI / UNPLV / FNHPA – Septembre 2020

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE : UNE ANNÉE 2020 HORS NORMES



Un cœur de saison « inespéré »:
+20% de nuitées françaises

mais les pertes liées au confinement et au déconfinement : -70% entre le 17 mars et le 1er juin

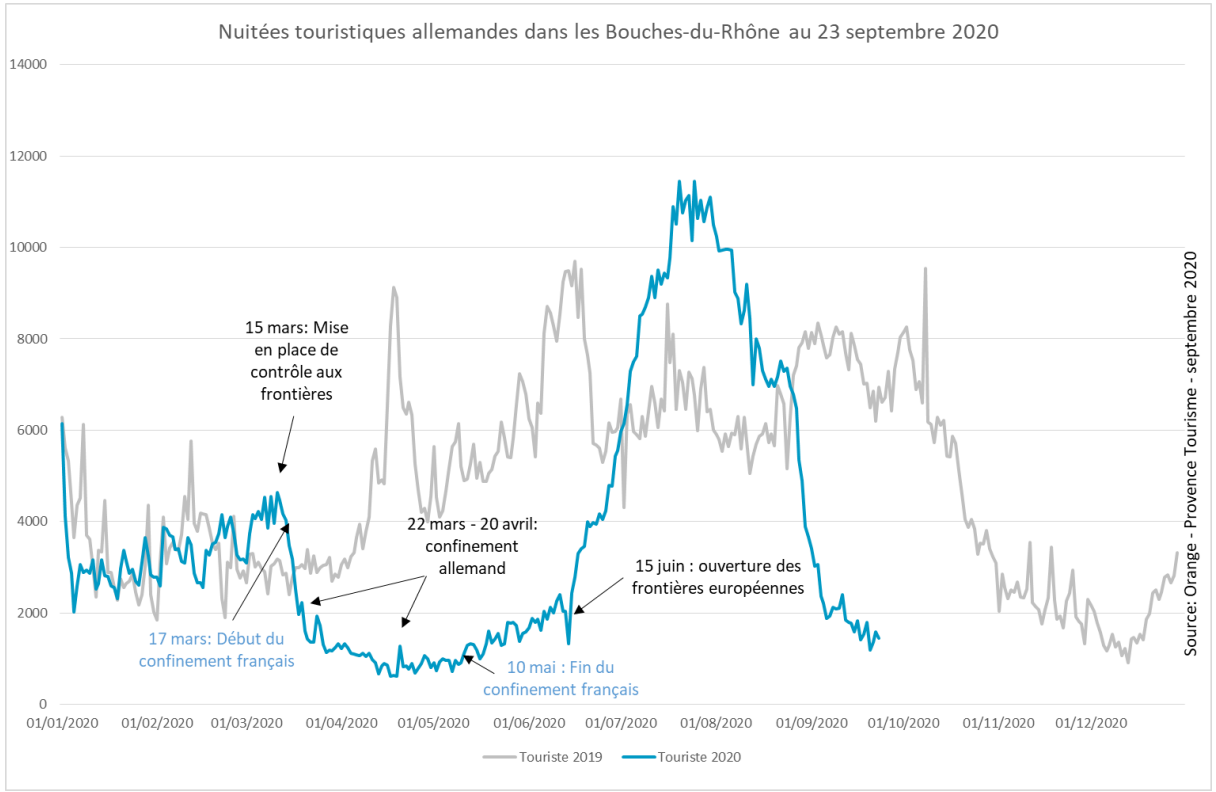
ne sont pas compensées :

De janvier à fin-septembre :
Nuitées françaises : - 7%

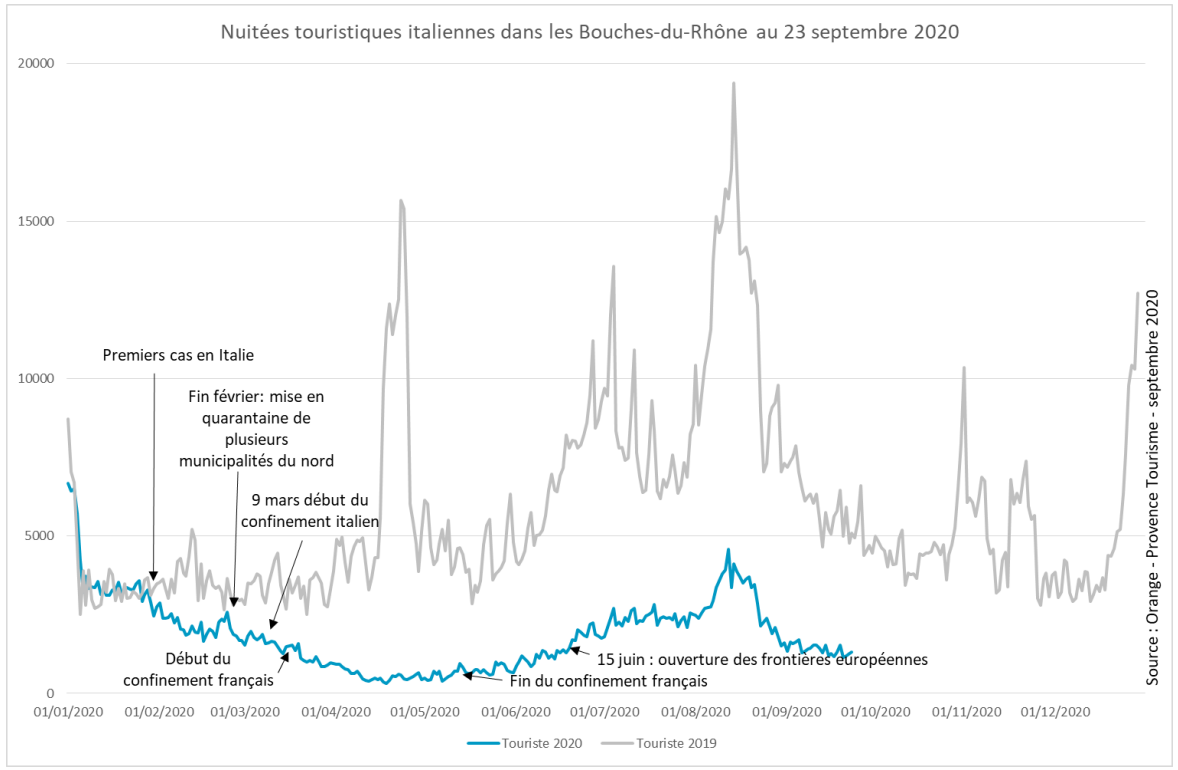
,

FRÉQUENTATION TOURISTIQUE : UNE ANNÉE 2020 HORS NORMES

Allemagne



Italie



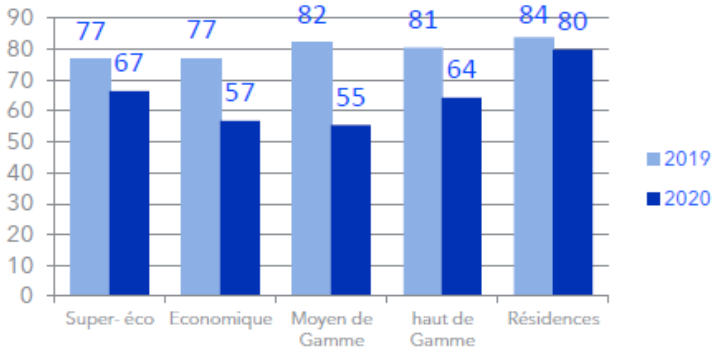
Pour la clientèle étrangère, la perte est estimée à 40% des nuitées

Le département aurait ainsi perdu environ 20% de sa fréquentation totale

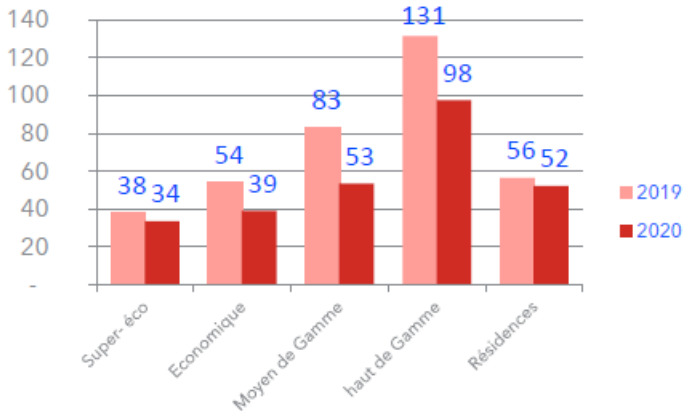
FRÉQUENTATION TOURISTIQUE : L'HÔTELLERIE ET LES RÉSIDENCES HÔTELIÈRES

Juillet

Taux d'occupation

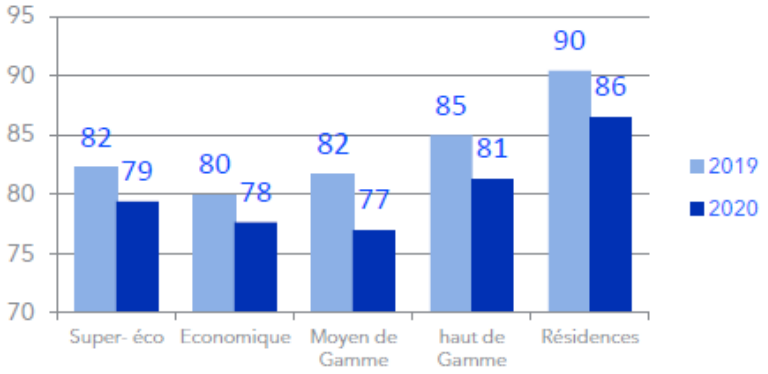


RevPAR

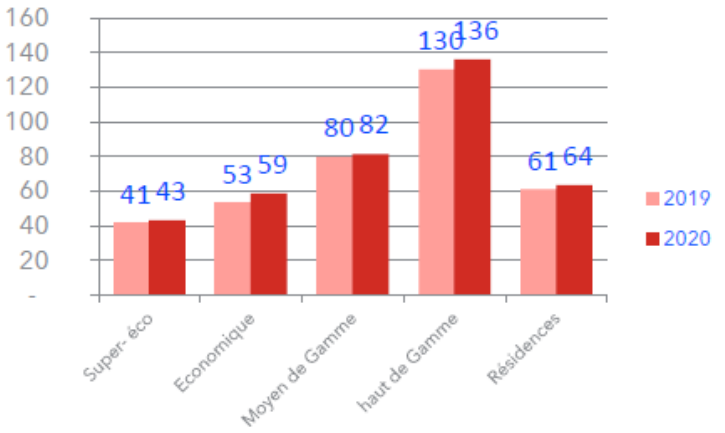


Août

Taux d'occupation



RevPAR



Source : MKG destinations / Provence Tourisme

4 PHASES

Phase 1, le confinement :

Assistance et soutien aux professionnels

Phase 2, du 11 mai à fin juin :

Accompagnement à la réouverture et valorisation des établissements et des espaces publics qui ont réouvert

Phase 3, à partir de juillet : 2 opérations phares

PASS SÉJOUR (booster les réservations des hébergements des marchés français

REPOS DES SOIGNANTS (soutenir les activités par une action de solidarité)

Phase 4, de septembre à février 2020 :

Evolution du PASS SEJOURS (1 nuit au lieu de 3, 100 euros au lieu de 50 et 12 organisateurs d'évènements ajoutés au dispositif)

PASS TABLES MPGastronomie
(Accompagner les restaurants dans leur reprise d'activité)…..

MPGastronomie

Une campagne de communication globale et déclinée par site

Affichage

Digital

Relations presse

Partenariat…

PASS SÉJOUR ET PASS SOIGNANTS

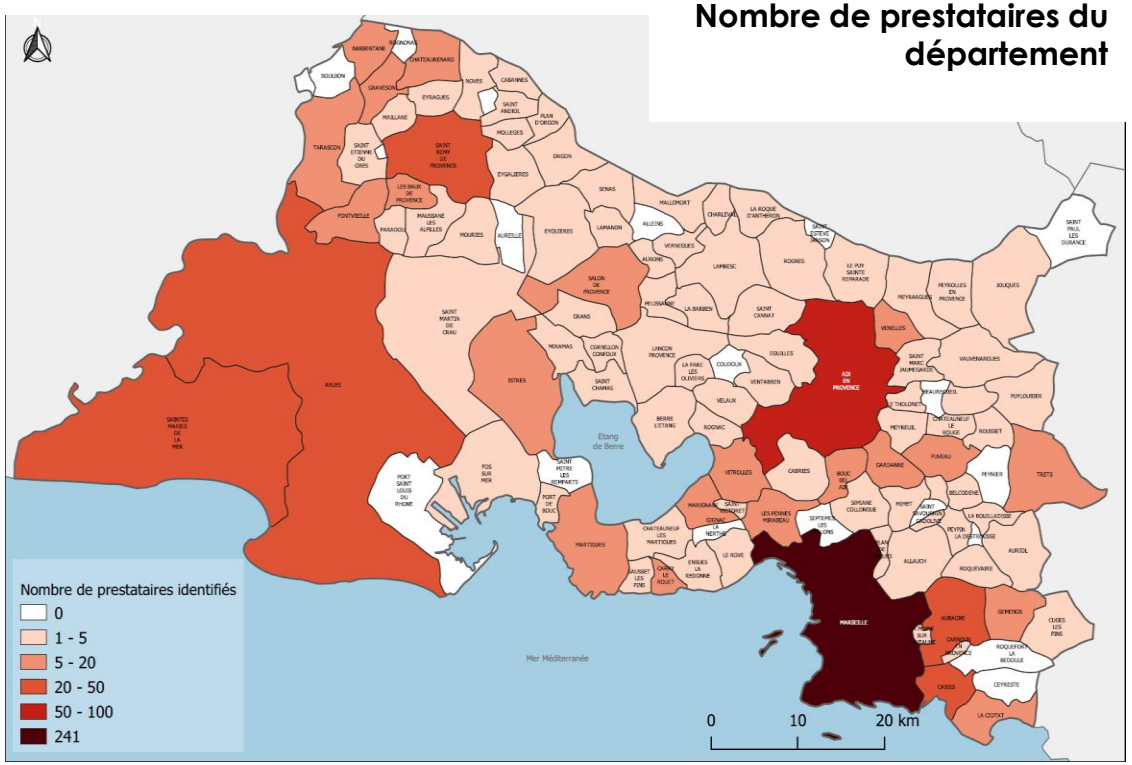
- Pour toute réservation d'une nuit minimum, une carte cadeau de 100 € est offerte au touriste
- Myprovence.fr valorise les offres des prestataires sur le département

278 prestataires inscrits sur la plateforme dans 49 communes du département (20% à Marseille, 12% à Aix, 6% à Arles et 6% aux Saintes-Maries-de-la-Mer).

4 000 Pass délivrés dont 37% à une clientèle d'Ile-de-France

Et pour les résidents 1500 pass soignants

Nombre de prestataires du département



PASS TABLES

- **PASS TABLES /** offert au **grand public** à l'occasion de jeux concours organisés lors de la **Grande tournée Marseille Provence Gastronomie** du 5/09 au 20/12/2020 et depuis crise civid jeu concours sur myprovence.fr
- **offre :** restaurateurs qui proposent une **cuisine de qualité, locale et respectueuse de l'environnement**.
- **Budget :** 6 000 Pass de 50 euros > **300 000 euros**

- **Mobilisation des professionnels**
- **Distribution des Pass lors de la Tournée MPG**
- **Adaptation du pass à la crise covid restauration**

5738 Pass tables délivrés
262 pass restent à distribuer pendant la Grande Tournée

PLAN DE COMMUNICATION PHASE 2

Phase 2 – Septembre/octobre 2020

Budget achats media : 350k€

Affichage : Cannes, Nice, Antibes, Lyon et Paris

Print : Le Point, Le Figaro, Vivre, Elle, Paris Match, Pleine vie, Femme Actuelle

Digital : Appli le Monde, MyLittle, le boncoin, Made in Marseille et de la programmatique

Radio : Scoop, Virgin, RFM, RTL2, France Bleu