

MARSEILLE

Rappel du sujet :

Afin de profiter de la dynamique générée par le chantier Euroméditerranée et par la désignation de la Cité phocéenne au titre de Capitale Européenne de la culture 2013, l'Office de tourisme de Marseille fait appel à vos compétences de technicien supérieur pour rédiger un rapport professionnel qui sera adressé aux différents acteurs du tourisme :

- Compte rendu de l'analyse de l'épreuve.*
- 1 - Vous présenterez les atouts touristiques de la ville de Marseille ainsi que les retombées touristiques des chantiers urbains actuels.
 - 2 - Vous mettrez en évidence les différentes formes de tourisme qui permettent à Marseille de s'affirmer comme une destination touristique de premier ordre.
Votre travail devra, obligatoirement, être accompagné d'une représentation cartographique de l'organisation de l'espace touristique marseillais en faisant ressortir ses composantes et les différents types de quartiers.

ELEMENTS DE REFLEXION AUTOUR DU SUJET

Le commanditaire et le destinataire du rapport sont identifiés (Office de tourisme de Marseille et différents acteurs du tourisme français et européen), tout comme la fonction du candidat (un technicien supérieur)

Finalités du sujet : mettre en avant les atouts de la ville permettant de développer le tourisme et les différentes formes du tourisme urbain et ainsi de devenir une destination touristique affirmée.

I - Une revalorisation urbaine qui bénéficie pleinement à la mise en tourisme de la cité phocéenne

1.1 – L'affirmation d'un carrefour européen et méditerranéen

1.1.1 Au croisement d'axes autoroutiers Nord-Sud et Est-ouest

Réseau autoroutier extrêmement dense A 7 (nord), A55 (littoral), A50 (est) qui permet une excellente desserte de la ville à toutes les échelles spatiales

1.1.2 Une desserte ferroviaire à grande vitesse avec le TGV Méditerranée

TGV à l'origine de l'aménagement de la gare St Charles, nombreux trains chaque jour (3heures de Paris, 5heures de Bruxelles, 1H30 de Lyon) : une ville très bien reliée quelle que soit l'échelle, régionale, nationale, voire européenne

1.1.3 Le troisième aéroport de province

pour le trafic passager 5,8 millions de passagers/an, un aéroport qui dessert plus de 83 villes et 30 pays

1.1.4 *Le premier port de France et de la Méditerranée*

92 millions de tonnes de trafic annuel

200 liaisons maritimes régulières, avec deux types de passagers : les passagers des ferries vers la Corse et l'Afrique du Nord, et les croisiéristes du bassin méditerranéen.

1.2 – Une attractivité redécouverte

1.2.1 *Un patrimoine redécouvert*

Par l'intermédiaire des ZPPAUP dans le centre ville et les grands chantiers de restauration de monuments avec par exemple dans la quartier du Panier le sauvetage de l'Hospice de la Charité, le rôle du chantier Euroméditerranée, tout ceci permet de redécouvrir la diversité du patrimoine, le patrimoine portuaire, industriel etc.

1.2.2 *Une dimension événementielle majeure*

Tirage au sort de la Coupe du monde 1998 avec des matchs à Marseille, festivals nombreux avec des grands rendez-vous internationaux comme le Festival international de Flamenco, mais aussi des événements festifs régionaux tel que le Fiesta des Suds

1.2.3 *L'affirmation d'un pôle de croisières maritimes en Méditerranée*

361 000 croisiéristes en 2005

grand port d'embarquement (ou d'escale) pour les croisières en Méditerranée avec 3 sites d'accueil du port autonome. Clientèle à fort pouvoir d'achat, à la recherche de nombreux services urbains au départ et de nombreuses attractions à proximité en escale.

1.3 – Euroméditerranée : le plus grand chantier urbain français

1.3.1 *Une profonde rénovation urbaine*

Au cœur de Marseille le plus défavorisé, de la Joliette à St Charles et à la Belle de Mai : une profonde rénovation urbaine, construction de 5000 logements, un pôle d'affaires, un pôle culturel, des centres de recherches, des transports en commun, de la haute technologie

1.3.2 *Une requalification par le tourisme*

Nombreux équipements culturels, boutiques, restaurants, un pôle culturel regroupant plusieurs typas d'activités : un pôle patrimonial, un pôle multimédia salle de spectacles

1.3.3 *Une nouvelle image touristique*

L'image est la résultante d'une volonté politique, des opérations de rénovation urbaine, du type d'activités implantées, de la promotion mise en place.

II – Un tourisme urbain d'une richesse exceptionnelle

2.1 - Des composantes diversifiées

- 2.1.1 Un tourisme patrimonial à la mesure de la plus ancienne cité de France*
Palais du Pharo, Notre Dame de la Garde, Fort St Nicolas, les Docks, Château d'If, autant de lieux et de monuments de différentes époques permettant de proposer un riche patrimoine culturel
- 2.1.2 Un nombre de pratiques à la dimension de la troisième ville de l'hexagone*
Grande diversité de pratiques liée à la taille de l'agglomération.
- 2.1.3 Une offre commerciale prête à satisfaire tout adepte du « shopping »*
Nombreuses boutiques comme Galeries Lafayette, le Comptoir du Panier, l'Occitane..

2.2 – Des séjours touristiques aux atouts multiples

- 2.2.1 Des pratiques touristiques moins soumises à la saisonnalité*
cf. tourisme d'affaires, de congrès, tourisme culturel, shopping
- 2.2.2 Une destination parfaitement adaptée aux courts séjours*
3 millions de touristes dont la durée moyenne de séjours est de 4,9 jours
spécificité des séjours urbains (= des week-ends), dans tous les cas des courts séjours, le TGV, mais aussi le City Pass facilitant ce type de séjours
- 2.2.3 Des hébergements touristiques de métropole régionale, voire européenne*
grande diversité d'hébergements : nombreux hôtels dont plusieurs 4 étoiles, campings, résidences de tourisme, auberges de jeunesse, gîtes ruraux, chambres d'hôtes..

2.3 – Intérêts des complémentarités et des extensions régionales

- 2.3.1 De multiples complémentarités possibles des pratiques touristiques*
Possibilités de coupler pratiques touristiques culturelles et shopping, ou bien pratiques tourisme d'affaires, tourisme culturel, mais aussi culturel et balnéaire, toutes les combinaisons possibles selon la saison, les heures de la journée, la durée des séjours, le type de clientèle, sans oublier les animations urbaines le soir : bars, boîtes, restaurants...
- 2.3.2 Des raisons de renouveler les séjours à Marseille*
Difficile de faire le tour d'une ville en un seul séjour, une telle richesse ne peut qu'inciter à revenir. Idem avec les événements, les fêtes, les festivals...qui sont autant d'occasions de multiplier les séjours.
- 2.3.3 Un point de départ pour de nombreuses escapades régionales*
Avantage d'avoir un grand choix d'hébergements, de disposer de services d'une grande ville, d'être accessible et bien reliée, cela permet, à partir de là, de rayonner dans la région et de pouvoir découvrir les nombreux parcs naturels, nationaux et régionaux, de profiter du littoral (57 kms de côtes), du Massif des Calanques et des îles dont celle d'If, de visiter des villes telles que Avignon par exemple

Eléments de réflexion pour le croquis et sa légende

Pour le croquis le périmètre à prendre en compte est celui de la totalité de l'annexe fournie.

I- Les sites touristiques et les types de pratiques touristiques

- les sites touristiques en les regroupant par type de sites (figurés ponctuels) : édifices (religieux, militaires), les musées, les plages, les îles
- les pratiques touristiques en fonction des sites: tourisme culturel, balnéaire (une couleur par pratique touristique).

II- Les aménagements et services liés au tourisme urbain (figurés linéaires et ponctuels)

- les transports :
 - installations portuaires pour ferrics et les croisières maritimes
 - gare ferroviaire (TGV Méditerranée)
 - arrivées des axes autoroutiers
 - direction de l'aéroport Marseille-Provence
 - axes des transports en commun
- les principales artères ou zones de commerces et de restauration (shopping)
- les lieux de distraction et d'animations
- les secteurs qui vont bénéficier de la rénovation urbaine générée par le chantier Euroméditerranée (et les composantes du chantier)

III- La typologie des quartiers du centre de Marseille en fonction des pratiques liées au tourisme urbain

- zones caractéristiques : culture, shopping (figuré surfacique)
- mise en évidence des complémentarités des pratiques et des quartiers par des figurés linéaires qui mettent en avant les parcours urbains possibles, en particulier ceux envisageables à partir du City Pass (il serait intéressant de faire apparaître sur le croquis, en les entourant - en rouge par exemple - tous les sites inclus dans le City Pass)