

SCHEMA METROPOLITAIN DU DEVELOPPEMENT ET DE L'ORGANISATION DU TOURISME DURABLE 2024 - 2028

UNE CONSULTATION A 360° POUR UN PROJET PARTAGE

La loi numéro 2022-217 du 21 février 2022 relative à "la différenciation, la décentralisation, la déconcentration et portant diverses mesures de simplification de l'action publique locale", et plus particulièrement l'application de l'article 181, va redessiner l'organisation touristique sur le territoire métropolitain. Ainsi, la Métropole et les acteurs du tourisme travaillent de concert depuis plusieurs mois pour poser une organisation touristique cohérente, pertinente, efficace sur le territoire métropolitain.

4 documents fondateurs étaient cependant indispensables à prendre en compte pour la construction de cette nouvelle organisation :

- L'agenda de développement Economique Métropolitain adopté en juin 2022 à l'unanimité qui présente le Tourisme comme l'une des 6 filières clés du territoire
- Le 6ème Schéma de développement du tourisme et des loisirs des Bouches-du-Rhône voté en mars 2022
- Le 3^{ème} schéma régional du développement du Tourisme et des Loisirs pour la période 2023-2028
- La délibération-cadre sur l'organisation de la compétence tourisme adoptée en Conseil de Métropole en octobre 2017

Cette concertation initiée sous le pilotage de la Vice-Présidente déléguée à l'Attractivité du Territoire et au Tourisme, Madame Danielle MILON, a démarré en mai 2023 à Pélissanne en présence des maires et des représentants des Offices de Tourisme

De nombreux ateliers et échanges avec les communes ont eu lieu tout au long de cette période pour se conclure le 26 avril 2024 lors d'une réunion finale présentant les grands axes du futur schéma.

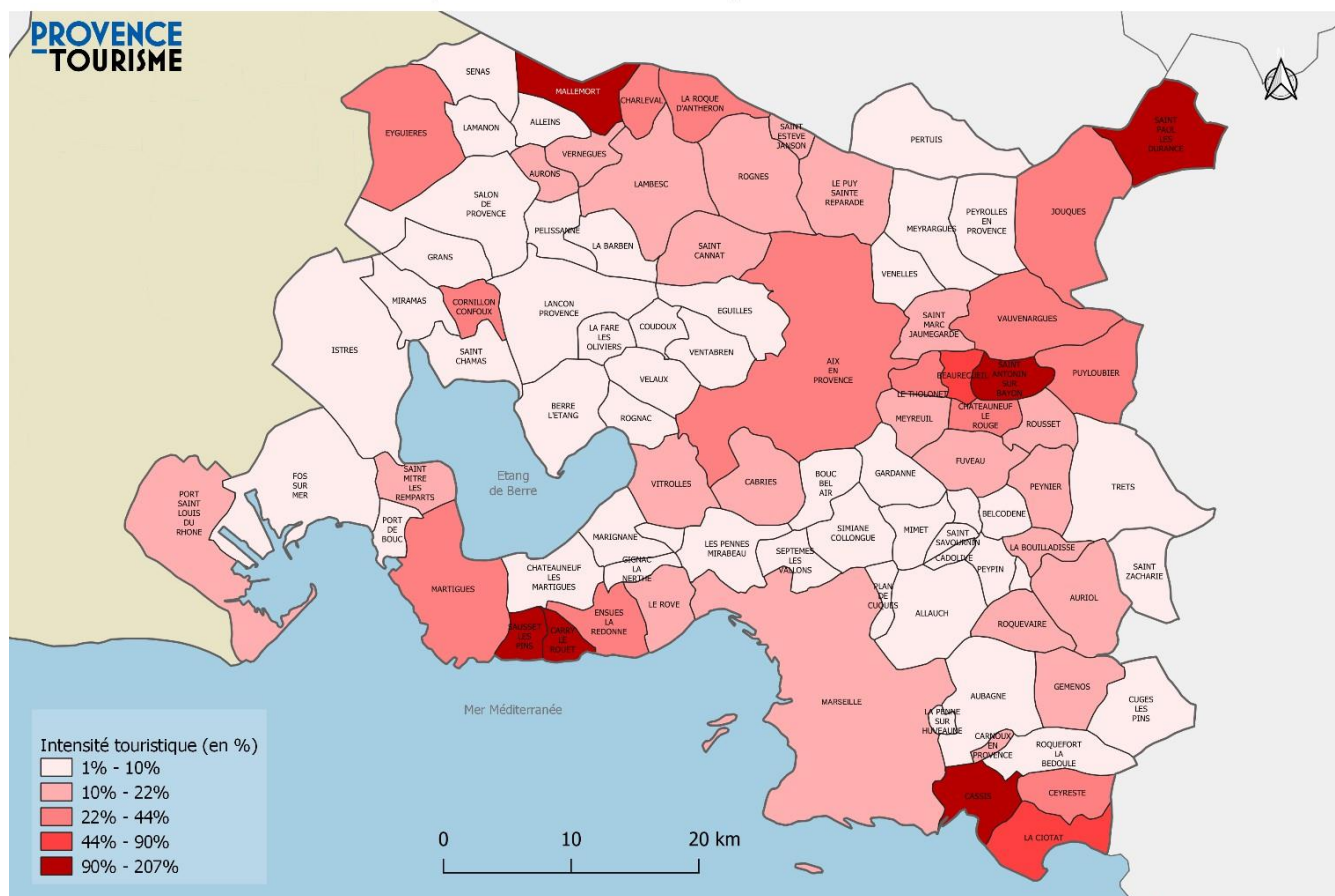
Le contenu de ce document est le fruit de cette large concertation.

Les grands rendez-vous de la concertation :

- **30 Mai 2023** : Lancement des travaux : concertation des communes à Pélissanne suite aux nouvelles obligations que pose la loi 3DS concernant le tourisme
- **Mai à Octobre 2023** : rencontres sur le terrain avec les communes et les offices de tourisme 65 communes sur les 92 de la métropole, (soit 70%), soit 163 personnes, dont :
 - 20 maires
 - 63 élus
 - directeurs/rices d'OTSI
 - 9 des communes ayant conservé ou récupéré la compétence Tourisme ont été rencontrées Et 90% des OTSI ont été rencontrés
- **24 Octobre 2023** : Premier temps de restitution aux communes
- **Novembre à janvier 2024** : diagnostic de territoire
- **Février 2024** : 5 ateliers de travail (Directions Aix Marseille Provence/Provence Tourisme) pour creuser un certain nombre de pistes sur quelques thématiques spécifiques (emploi, congrès, hébergements...)
- **Mars 2024** : rencontres avec le CRT et le Service Tourisme de la Région Sud
- **23 Avril 2024** : présentations des grands axes du schéma de développement et d'organisation touristique aux communes et aux offices de tourisme, présentation des propositions concrètes pour les communes et les offices de tourisme.

UNE METROPOLE SINGULIERE ET AUDACIEUSE

Intensité touristique des communes de la Métropole Aix-Marseille-Provence en 2023



Un territoire diversifié

Le territoire métropolitain propose une offre touristique diversifiée : à la fois urbaine, rurale, balnéaire, avec un tourisme d'affaires, de loisirs et des activités de plein air, culturelles, de découverte des terroirs, etc. De la même façon, ce territoire offre une pluralité de destinations touristiques, différentes et complémentaires : Marseille, Pays d'Aix, Etang de Berre, Côte Bleue, Aubagne et Collines, Cassis-La Ciotat, Provence Salonnaise, etc.

Un territoire varié, et multipolaire

Conséquence de cette multipolarité : un nombre important d'acteurs touristiques institutionnels locaux, qui, s'ils ont su développer une connaissance fine du territoire, ont encore peu d'expérience de coopération à l'exception des communes du Pays d'Aubagne et de l'Etoile rassemblées au sein d'un même office de tourisme intercommunal. Les pratiques de coopération touristique intercommunale sont appelées à se renforcer.

Une image positive, en progression

Le territoire bénéficie de l'image positive d'une destination qui cultive des valeurs d'authenticité, de dépaysement et de promesses expérientielles. Son caractère populaire se voit réhabilité et se pare de nouveaux qualificatifs (innovation, contemporain). Quelques points négatifs, mais qui impactent peu l'image globale, sont néanmoins encore présents : la qualité de l'accueil, des services et des équipements, jugée insuffisante, une perception de cherté des prestations et d'un rapport qualité-prix optimisable, de l'insécurité ou encore de la pollution.

Un accès optimisé avec des pistes d'amélioration

Le territoire métropolitain bénéficie d'une excellente desserte, avec l'aéroport Marseille-Provence, 2^e aéroport de France hors Paris, 2 gares TGV (Aix et Marseille), le Grand Port Maritime de Marseille Fos, ainsi qu'un réseau autoroutier de qualité. Ce dernier permet une desserte nord-sud et est-ouest du territoire, qui irrigue un réseau routier à la fois pratique et pittoresque. Un service d'information français/anglais à la mobilité métropolitaine (lametropolemobilité.fr) permet une optimisation des trajets tous modes confondus en temps réel.

Une préservation des espaces naturels à renforcer

Bien que fortement urbanisé, 85% du territoire sont composés d'espaces naturels, dont la moitié sous mesures de protection. Des sites naturels remarquables sont présents : Calanques, Sainte-Victoire, Sainte-Baume, la Crau, l'Etang de Berre, etc., offrant une biodiversité terrestre, marine et lacustre très riche. Ces espaces naturels sont néanmoins imbriqués d'espaces industriels, notamment autour de Fos-sur-Mer et sur le pourtour de l'Etang de Berre, ou encore autour de Gardanne, de la Vallée de l'Huveaune, etc.

Le développement économique au service des habitants du territoire doit pouvoir s'articuler harmonieusement avec les stratégies de développement touristique qui s'appuient sur ce riche patrimoine naturel.

Un littoral remarquable, avec une accessibilité en progression

Le territoire offre une façade littorale remarquable de 255 kilomètres, dont beaucoup d'espaces naturels sont préservés avec le Parc National des Calanques. L'Etang de Berre représente le plus grand lac salé d'Europe, et constitue un site remarquable, dont les efforts de réhabilitation actuellement en cours améliorent son potentiel économique et touristique. Ce littoral présente un fort caractère balnéaire avec ses 81 plages (source : PATIO) et des ports de plaisance. Son accessibilité notamment en modes doux peut encore être améliorée : les plages y sont de capacité modeste, le nombre d'anneaux portuaires pour la plaisance de passage est à renforcer tout comme les rampes pour la mise à l'eau des bateaux de plaisance.

Cet espace littoral, comme vecteur de qualité de vie, de rayonnement international, de préservation de l'environnement, de développement économique, d'attractivité touristique et d'emplois est clairement intégré dans nos documents stratégiques, comme l'Agenda économique, le Contrat de Baie et le Livre Bleu de la Métropole. La Méditerranée et l'Etang de Berre sont aujourd'hui pleinement mis en avant dans notre Schéma touristique métropolitain.

Une offre d'hébergement importante à fort potentiel

L'hébergement touristique métropolitain offre une grande capacité d'accueil : hors Grand Paris, Aix-Marseille-Provence est la première des métropoles françaises en volume d'offre, à la fois en hôtellerie, hôtellerie de plein air et résidences secondaires.

Le secteur hôtelier y est en plein croissance, avec un fort développement du parc, notamment à Marseille. Le niveau d'infrastructure hôtelière (offre par habitant) reste cependant sous la moyenne des métropoles françaises. La capacité d'accueil en hôtellerie de plein air de 15 à 30 fois plus importante que sur les autres métropoles. Enfin, la forte présence de villas et de résidences secondaires représente un parc potentiel important pour les locations saisonnières.

Une gastronomie unique, soutenue par un riche terroir

L'image de la gastronomie locale est forte, centrée sur des plats/produits spécifiques, c'est l'image de la cuisine provençale et méditerranéenne. Cette identité locale est à renforcer, développer. Globalement, on note une croissance de la satisfaction de la clientèle, ainsi qu'une progression de l'offre gastronomique.

Ces atouts à développer engendrent des retombées économiques pour les filières concernées.

Le terroir métropolitain est de qualité et reconnu, comptant neuf AOC, une présence importante de producteurs liés à des filières à forte notoriété touristique : vins, huile d'olive, artisanat d'art, et des spécialités « gourmandises », « savon », etc. La production agricole locale y est dynamique, notamment en fruits et légumes. Enfin, le terroir lié à la mer et le potentiel œnotouristique représentent un fort avantage concurrentiel, qui serait néanmoins à développer davantage.

Certains territoires offrent des spécificités facilitant leur promotion touristique, tels que le vin en Provence Aixoise, l'artisanat en Pays d'Aubagne, etc.

Une offre de pleine nature unique,

L'offre nature est très importante au sein du territoire métropolitain : des espaces nombreux, protégés et remarquablement aménagés pour répondre à la demande des visiteurs, tant résidents que touristes. L'offre de loisirs de Pleine Nature y est donc spécifique et diversifiée. Elle constitue également une part significative de l'image du territoire. L'offre de randonnée représente un potentiel touristique fort, à exploiter.

Il convient de prendre en considération la fragilité des espaces naturels méditerranéens : faune et flore y sont en effet sensibles aux risques d'incendie en période estivale, ou à la fréquentation humaine.

Une offre culturelle et sportive en plein développement

Depuis MP2013, la culture a agi sur le territoire métropolitain comme un levier important de développement ; de nouveaux équipements phares ont émergé, une véritable politique culturelle métropolitaine a vu le jour, un rapprochement entre la culture et le tourisme s'est opéré. De nombreux événements structurent aujourd'hui l'offre culturelle et sportive (festivals, coupe du monde rugby, Jeux Olympiques...) qui font de la Métropole une destination de statut international.

La croisière, en plein essor, mais à encadrer

La filière de la croisière représente un enjeu crucial pour le territoire et diffuse bien au-delà du seul port de Marseille. Avec plus de 2,4 millions de croisiéristes en 2023, c'est tout un écosystème économique qui s'est développé sur l'ensemble de la Métropole. Les transitions et la décarbonation de la filière sont à l'œuvre et doivent encore aller plus loin notamment avec le projet CENAQ (raccordement électrique navires à quai) ou encore la Charte Bleue Croisière Marseille Provence, qui vise à réduire les émissions de polluants atmosphériques et les nuisances sonores résultant des escales de croisière à Marseille, pour améliorer la qualité de l'air et le cadre de vie des riverains.

La croisière fluviale de son côté constitue une source de développement touristique importante à l'ouest du territoire.

Le défi pour cette filière au-delà des questions environnementales sera de maîtriser et mieux répartir les flux de visiteurs.

Le tourisme d'affaires, un atout bien développé

Le tourisme d'affaires s'appuie sur un territoire aux nombreux atouts : accessibilité de la destination, de grands centres urbains, des sites touristiques majeurs et reconnus (Sainte-Victoire, Calanques...), un parc hôtelier haut de gamme en plein essor (construction et rénovation d'hôtels), notamment à Marseille, un environnement économique favorable avec des pôles de compétitivité et des secteurs d'activité attractifs (ITER, aéronautique...) tant au niveau national qu'international, etc.

Il bénéficie également d'une offre structurée, diversifiée et complémentaire : des petits centres de congrès aux grands équipements structurants, qui permet de répondre à différentes demandes pour divers événements.

Le tourisme d'affaires présente plusieurs atouts comme l'absence de saisonnalité ou l'importance du panier moyen. Il est constitué d'un éco-système très dense de professionnels du MICE, à l'origine d'une chaîne de valeurs générant des revenus importants pour l'ensemble du territoire. Il constitue donc un élément crucial de la stratégie touristique métropolitaine à articuler étroitement avec les 6 filières économiques clés qui singularisent notre Métropole.

En tant que levier d'attractions de Talents, de potentiels entrepreneurs et décideurs d'investissements, le tourisme d'affaires relève de la compétence Développement économique au sens de l'attraction d'activités économiques.

Il est donc un facteur majeur de développement de nos filières d'excellence de l'Agenda économique, afin de structurer sur le territoire des moments réunissant, pour chaque filière, les décideurs économiques et les innovateurs, pour permettre les échanges économiques à une échelle plus large que notre Métropole, pour faire rayonner à l'extérieur nos offres d'accueils des entreprises et talents, et ainsi attirer des facteurs de richesses et d'emplois sur notre territoire.

Le positionnement de notre Métropole portuaire comme Hub méditerranéen des échanges économiques entre Europe et Afrique s'inscrit dans cette logique :

Nous cherchons à attirer sur notre territoire les sièges d'entreprises, les talents, chercheurs et innovateurs qui œuvrent aux échanges dans la macro-région EuroMed/Afrique.

Positionner sur notre Métropole de grands événements Business, par filière, sur l'espace EuroMed/Afrique et au-delà devient ainsi un argument supplémentaire pour affirmer ce rôle de Hub international.

Cela passe par un travail en partenariat avec l'offre d'accueil de tel événements, afin de mettre en réseau cette offre, publique et privée, de l'accompagner dans son évolution pour répondre au mieux aux attentes d'organismes de congrès, et de la valoriser dans les actions de promotion et de prospection, en lien avec nos outils dédiés.

L'AMBITION TOURISTIQUE METROPOLITAINE

Exercice de la compétence Tourisme dans la Métropole

Depuis le 1er janvier 2018 (article L.5218-2 I du CGCT), la Métropole exerce la compétence "Promotion du tourisme dont la création d'offices de tourisme" sur l'ensemble de son territoire, à l'exception des communes stations classées (ou en cours de classement) qui ont souhaité conserver leur compétence en application des lois n°2016-1888 du 28 décembre 2016 de modernisation, de développement et de protection des territoires de montagne (dite loi Montagne) et par la loi n°2017-257 du 28 février 2017 relative au statut de Paris et à l'aménagement métropolitain.

Il s'agissait à l'époque des communes d'Aix-en-Provence, Salon-de-Provence et Martigues.

En février 2022, la loi 3DS a élargi les possibilités de restitution aux communes de la compétence « Promotion du tourisme » en prévoyant qu'à compter du 1^{er} janvier 2023 les communes touristiques ou stations classées peuvent décider de récupérer cette compétence par simple délibération, et ce sans échéance imposée.

A ce titre, les communes de Marseille, Cassis, La Ciotat, Carry-le-Rouet, Istres et La Roque d'Anthéron, déjà reconnues communes touristiques ou stations classées, ont délibéré en 2022 afin de récupérer cette compétence à compter du 1^{er} janvier 2023.

DÉVELOPPER UN TOURISME DURABLE RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA QUALITÉ DE VIE DES HABITANTS

Si la crise sanitaire a fortement impacté les déplacements dans le monde et donc le tourisme d'une manière générale, elle n'a pas entièrement modifié les attentes fondamentales des visiteurs lors de leurs séjours en Provence : des offres de découverte des sites phares du territoire, de la nouveauté voire de l'insolite, des temps de convivialité et de détente, du confort, de la fonctionnalité et de l'accessibilité, le tout avec un bon rapport qualité-prix.

Ils sont cependant de plus en plus sensibles à des destinations capables d'assurer :

- Un engagement fort dans la protection de la planète et la mise en place d'actions concrètes en matière de développement durable.
- De la sécurité dans les déplacements, les activités, l'alimentation et la qualité de l'air ou de l'eau.
- Des conditions de sécurité satisfaisantes, et la présence de médecins ou d'hôpitaux, en particulier pour les seniors.

Agenda de développement économique 2022

Dans ce contexte, La Métropole Aix Marseille Provence et ses partenaires ont pour ambition de mettre en œuvre un projet de développement touristique responsable, capable de conjuguer bénéfices du tourisme pour l'économie et l'emploi d'une part, préservation du territoire et de ses habitants d'autre part. Autrement dit, il s'agit de porter un projet de transition vers des formes innovantes de tourisme qui pourraient impliquer l'utilisation de nouvelles technologies, de nouvelles formes de management, de nouvelles formes de productions... pour réduire l'empreinte carbone du voyage, améliorer l'expérience du voyageur et faciliter la communication avec les communautés locales.

La transition écologique et énergétique est aujourd'hui plus que jamais un impératif : pour faire face à la crise climatique, mais aussi un enjeu majeur de compétitivité et d'attractivité pour les acteurs économiques et le territoire métropolitain. La Métropole Aix- Marseille-Provence est attentive à son impact carbone, à sa consommation de ressources, à la préservation de sa biodiversité, de son patrimoine naturel et de la santé de ses 1,9 million d'habitants. Elle agit pour valoriser ses richesses terrestres et marines exceptionnelles et créer du lien avec la nature. Elle soutient la production et la consommation d'énergies renouvelables et décarbonées. Elle tend vers plus de sobriété : elle adapte son urbanisme pour limiter l'artificialisation des sols, elle encourage la consommation de proximité et le réemploi, l'efficacité énergétique. »

L'adaptation du secteur touristique passera d'abord :

- **Par une stratégie combinant politiques publiques** (voies cyclables, tri des déchets, électrification des quais, transition numérique...) **et stratégies touristiques** (régulation des flux, meilleure protection des sites fragiles, développement de labels permettant de protéger l'environnement, éducation des visiteurs...). L'étalement des flux dans l'espace pour une meilleure répartition de visiteurs sur l'ensemble du territoire et dans le temps pour amplifier le mouvement déjà engagé d'un tourisme aux 4 saisons constitueront des priorités. C'est par une stratégie opérationnelle d'un tourisme vert, plus durable, car étalé dans le calendrier au fil des 4 saisons, et coordonné sur l'ensemble du territoire métropolitain et de la diversité de ses espaces, que l'on facilitera l'acceptabilité locale de la filière et notre engagement à préserver l'environnement et nos paysages.
- **par la prise en compte des exigences des populations résidentes** pour garantir une cohabitation harmonieuse avec les touristes et visiteurs, mais aussi pour proposer de véritables rencontres associées à une découverte authentique du territoire et de ses destinations. Cela se traduira par des politiques de management environnemental et social incluant les résidents, privilégiant leur bien-être durable et garantissant aux générations futures la jouissance pleine et entière des patrimoines du territoire. Un programme d'hospitalité sera défini avec la participation active des habitants. Enfin, une stratégie de création d'emplois durables liée au tourisme à destination des habitants devra être développée.
- **par la mise à niveau de l'offre et des services** qui doit prendre en compte les évolutions des comportements et des aspirations qui, d'une génération à l'autre, tendent à se concentrer sur cinq attentes fondamentales : santé, sécurité, sourire, sobriété, solidarité. Elle doit aussi être attentive aux usages qui se sont développés avec la crise sanitaire : essor du télétravail, boom du tourisme de proximité, du « slow tourisme » et de l'itinérance douce, goût accru pour la micro-aventure, le staycation et le tourisme expérientiel... L'accessibilité des sites doit enfin être améliorée pour tous les types de clientèle. Les activités existantes seront guidées dans leurs démarches de progrès, et l'accompagnement de nouveaux projets concernera ceux qui sont écoresponsables.

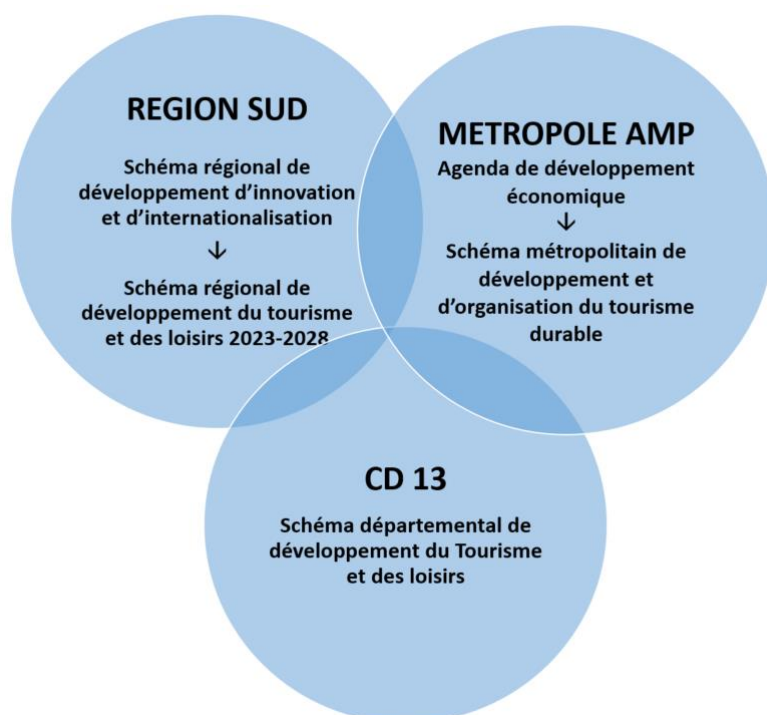
UN PLAN D' ACTIONS METROPOLITAIN ORGANISE AUTOUR DES 3 ORIENTATIONS STRATEGIQUES

La filière « Art de vivre et Tourisme » constitue une des filières d'excellence de la Métropole. Elle apparaît comme telle dans l'agenda du développement économique métropolitain. L'ambition stratégique métropolitaine est fondée sur un développement économique durable qui profite aux habitants favorisant les investissements privés, soutenant l'innovation, mais aussi générateur des ressources fiscales nécessaires à l'ensemble des investissements publics.

Le développement économique métropolitain améliore l'accès à des services et des biens utiles (santé, énergie, alimentation...) pour les habitants, salariés, administrations et entreprises. Les politiques économiques de la Métropole s'inscrivent ainsi dans une double responsabilité : mettre en place un environnement économique favorable au développement des entreprises du territoire et prioriser ses soutiens ou démarches de prospection sur les filières et projets qui ont l'impact le plus favorable pour les habitants, de façon directe ou indirecte.

Mais l'emploi reste le premier objectif et indicateur de réussite de l'Agenda économique métropolitain. Avec un territoire propice au télétravail et à la forte progression du nombre d'autoentrepreneurs depuis la crise de la Covid-19, aux relocalisations industrielles et à la déconcentration des entreprises et salariés attirés par une meilleure qualité de vie, la Métropole entend accentuer ses efforts pour soutenir la création d'emplois et mobilisera des dispositifs d'insertion ou de formation innovants dans l'optique de résorber le chômage et plus généralement les inégalités sociales.

Le Schéma Métropolitain de Développement Touristique se situe au croisement du Schéma Départemental de Développement du Tourisme et des Loisirs et de l'Agenda de Développement Economique. Il doit de plus, être en parfaite cohérence avec le SRDEII (schéma régional de développement d'innovation et d'internationalisation) qui vise à accompagner l'économie touristique vers un tourisme durable. Enfin, il doit tenir compte également du Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs 2023-2028 qui vise à renouveler la politique régionale pour faire de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur un modèle de développement touristique d'excellence, durable et résilient. Il propose des orientations qui s'appuient spécifiquement sur les compétences d'attractivité et de développement économiques de la Métropole Aix Marseille Provence.



1. LE TOURISME VECTEUR D'UNE ATTRACTIVITE RESPONSABLE POUR UNE METROPOLE COMPETITIVE ET OUVERTE SUR LE MONDE

A. RENFORCER LES EVENEMENTS, LE TOURISME D'AFFAIRES ET LES CONGRES

La Métropole se trouve à un tournant stratégique où il est essentiel de saisir les opportunités offertes par le secteur du tourisme d'affaires et des congrès. Pour cela, plusieurs enjeux cruciaux doivent être abordés.

L'économie métropolitaine est en pleine transformation, marquée par des transitions majeures telles que la transition écologique, numérique et sociale. Il est impératif de **démontrer que la Métropole est un leader dans ces domaines**, capable d'innover et de s'adapter aux défis de demain. Organiser et accueillir des événements qui mettent en avant ces transitions permettra de renforcer l'image d'une métropole dynamique et avant-gardiste.

Les infrastructures dédiées aux réunions, congrès, conférences et expositions (MICE) doivent être à la hauteur des attentes des organisateurs et participants. **Même s'ils ne sont pas directement portés par la Métropole, il est nécessaire d'investir dans la modernisation et l'amélioration de certains équipements** avec des conventions spécifiques pour offrir des expériences de haute qualité et attirer des événements de grande envergure. La mise à niveau de ces installations contribuera à faire du territoire métropolitain une destination privilégiée pour le tourisme d'affaires.

Pour **attirer des événements d'envergure mondiale**, il est crucial de positionner le territoire comme une destination internationale de choix. Cela passe par une promotion active de nos atouts, **une présence choisie sur les marchés internationaux** et la création de partenariats stratégiques. La Métropole doit se distinguer par son ouverture, son accessibilité et la richesse de son offre culturelle et touristique.

La Métropole est **un carrefour stratégique entre la Méditerranée et l'Afrique**. Il est important de renforcer et de promouvoir ce positionnement pour attirer des événements qui exploitent cette connexion unique. En se positionnant comme Hub, la Métropole joue un rôle clé dans le développement des échanges économiques et culturels.

Les filières d'excellence identifiées dans l'agenda du développement économique doivent être au cœur de la stratégie de prospection de congrès.

Une coordination accrue entre l'attractivité événementielle et la politique culturelle est essentielle pour offrir une expérience riche et cohérente aux visiteurs. En harmonisant les événements d'affaires avec les initiatives culturelles, la Métropole créera des synergies positives qui renforceront l'attrait du territoire.

Pour renforcer le positionnement en tant que destination de choix pour les congrès et le tourisme d'affaires, plusieurs actions stratégiques doivent être mises en œuvre :

1. Créer de la cohésion territoriale au service de tous autour de temps forts et fédérateurs : notamment le lancement de saison
2. Recenser/Actualiser et promouvoir/mettre en réseau tous les lieux de congrès sur le territoire
3. Attirer ou développer les événements à rayonnement national et international
4. Capitaliser sur les événements locaux existants et compléter l'offre
5. Proposer de nouveaux événements à fort rayonnement
6. Sublimier des événements majeurs à fort potentiel de rayonnement

7. Intégrer les filières d'excellence de l'Agenda du développement économique dans la prospection de congrès, et faire du tourisme d'affaires une « brique » du développement des filières
8. Renforcer l'attractivité avec la politique culturelle métropolitaine

B. DEVELOPPER LA CREATION D'EMPLOIS ET DE TALENTS DURABLES

Le secteur touristique de la Métropole est un pilier économique majeur, avec 29 000 emplois. Un Centre de Formation d'Apprentis (CFA) Métropolitain accueille 1 000 élèves chaque année, préparant ainsi les futurs professionnels du secteur, et vient ainsi compléter une offre publique et privée conséquente sur notre territoire en matière de formation, d'accompagnement à l'emploi et d'insertion sur la filière « Tourisme et Art de vivre ». Des actions métropolitaines sont menées en partenariat avec diverses organisations telles que France Travail, les socio-professionnels, les chambres consulaires, des créateurs d'entreprises et des porteurs de projets. Ces initiatives visent à stimuler les rencontres entre l'offre et la demande d'emploi, ainsi qu'à participer à des événements locaux dédiés à l'emploi, notamment dans des filières spécifiques.

Dans le cadre des efforts pour dynamiser le marché de l'emploi et stimuler l'économie locale, plusieurs objectifs clés ont été identifiés :

- Favoriser les recrutements des résidents
- Développer des opportunités d'emplois
- Faire se rencontrer l'offre et la demande

Plusieurs actions stratégiques doivent donc être mises en place. Cela comprend la promotion active des formations disponibles et la facilitation des échanges entre demandeurs d'emploi et professionnels pour combler les besoins en compétences. Il est également proposé d'éduquer les jeunes sur les opportunités de carrière dans le tourisme en collaboration avec les institutions scolaires et départementales. Renforcer la présence dans les salons de l'emploi, encourager la formation continue via des organismes spécialisés et intégrer des sessions de recrutement lors d'événements touristiques clés sont également recommandés, en lien avec les partenaires, notamment le Département et le Rectorat.

De plus, accompagner les entreprises dans leurs démarches de responsabilité sociétale, promouvoir l'innovation dans les pratiques de recrutement, investir dans l'amélioration de l'offre de formation et sensibiliser les employeurs aux conditions de travail attrayantes complètent ces mesures visant à dynamiser le marché de l'emploi dans le secteur du tourisme. Travailler sur des groupements afin de réfléchir sur de nouvelles pratiques notamment pour les métiers en tension de la restauration : Mettre en place des groupes de réflexion pour développer des solutions innovantes face aux défis des métiers en tension, notamment dans la restauration.

C. POSITIONNER LE TERRITOIRE COMME UN HUB D'INNOVATION TOURISTIQUE

La Métropole a été élue capitale européenne de l'innovation en décembre 2022. Le potentiel tourisme du territoire n'est plus à prouver. L'innovation constitue non seulement une compétence forte mais également un pilier majeur de l'agenda du développement économique métropolitain adopté en 2022.

Parmi de nombreuses initiatives, autour du concept de Club Innov Provence, la métropole a

créé une plateforme d'innovation au service de l'amélioration du cadre de vie, de l'efficacité des services publics et de la relance économique du territoire. Cette plateforme a vocation à faciliter le rapprochement entre les donneurs d'ordre, publics comme privés, et les entreprises offeuses de solutions innovantes.

Il y a matière aujourd'hui à élargir cette thématique de l'innovation dans le tourisme en :

- Agissant pour un entrepreneuriat innovant (en fléchant des outils existants) et/ou créant un incubateur tourisme en s'adossant sur des acteurs tel que PTI ou Marseille Innovation, the Box, pour établir une place d'expérimentation touristique pour :
 - ✓ Accompagner des start-ups du monde du tourisme pour expérimenter sur notre territoire
 - ✓ Etre un tiers-lieu offrant des espaces de co-working pour l'accueil sur durées courtes d'entreprises ou de porteurs de projets
 - ✓ Valoriser les spécificités stratégiques autour du Tourisme et des Transitions, du positionnement Hub Med Afrique, du Tourisme durable au service des habitants, de l'acceptabilité...
- Suscitant auprès des opérateurs publics et privés des idées et projets autour d'un tourisme vert, plus durable, qui intègre les enjeux de décarbonation, d'annualisation de la saison touristique, et de diversité de parcours, avec des modes d'accès doux qui facilite la moindre concentration des flux sans avoir recours systématiquement aux véhicules individuels.
- Proposant des dispositifs de soft landing pour accueillir pour des durées à définir des porteurs de projets de toute la France et ou de territoires partenaires (Miami, Hambourg...) désireux de tester leur concept en France et en méditerranée avant une installation ou un déploiement définitifs.
- Promouvant la Plateforme d'innovation pour mettre en place un chapitre spécifique autour de problématiques rencontrées par les professionnels locaux du tourisme et les communes. Les acteurs du territoire pourront alors proposer des solutions innovantes à implémenter.
- Réfléchissant à un événement récurrent pour favoriser les rencontres entre l'écosystème d'innovation et celui du Tourisme (public et privé) pour une fertilisation croisée. Il pourrait être ouvert aux porteurs de projet extérieurs afin de nous positionner comme un territoire innovant de référence.

2. FAIRE DE L'HOSPITALITE UN PILIER CENTRAL DE LA DESTINATION METROPOLE AIX MARSEILLE PROVENCE AVEC LA DECLINAISON DE L'EXPERIENCE PROVENCE SUR TOUTES LES OFFRES

A. Pour un schéma d'hébergement touristique

Il est crucial de développer des outils pour accompagner et encadrer les implantations hôtelières en fonction des attentes du territoire, en termes de gamme et de localisation. L'objectif est de :

- Aider les communes concernées à maîtriser le développement des locations saisonnières, en lien avec leur stratégie logement, le SCOT et le PLH métropolitains
- Partager avec les communes les stratégies de revitalisation des centres-villes, en intégrant la dimension des hébergements touristiques et leur nécessaire maîtrise.

Pour cela, les préconisations sont les suivantes :

- Adopter un schéma d'hébergement touristique
- Mettre en place un volet urbanistique volontariste
- Accompagner les communes dans la maîtrise du développement des meublés de tourisme
- Engager un diagnostic de l'accueil des saisonniers
- Accompagner les besoins d'hébergement temporaire

B. Structurer les filières touristiques en lien avec les filières économiques

Pour développer un tourisme harmonieux et efficace, il est essentiel de proposer des offres regroupées qui permettent aux touristes de se déplacer facilement à travers tout le territoire et d'être informés de toutes les offres disponibles. Ces offres doivent inclure :

- **Les événements** : Les événements organisés peuvent être économiques (en lien avec les filières d'excellence et les grandes orientations de l'Agenda économique métropolitain), culturels, sportifs, artistiques, gastronomiques, ou historiques. Ils doivent avoir un rayonnement local, national ou international et cibler un public varié. L'objectif est d'attirer les visiteurs (résidents, sportifs, professionnels du secteur ou touristes), de stimuler l'économie locale, de renforcer l'image de notre destination et d'enrichir l'expérience touristique globale.
- **Les avantages concurrentiels de la destination** : Ceux-ci doivent être regroupés ou organisés par filière, facilitant ainsi la découverte et l'appréciation des spécificités du territoire par les visiteurs.

Les événements sur notre territoire doivent être promus et soutenus pour maximiser leur impact.

Le soutien aux événements doit être conditionné par :

- **Une dimension métropolitaine** : Les événements doivent avoir une portée qui dépasse le local pour inclure l'ensemble de la métropole et ses orientations stratégiques.
- **Des critères de saisonnalité** : Privilégier les événements hors saison pour équilibrer l'afflux touristique tout au long de l'année.
- **Rayonnement et notoriété** : Prioriser les événements avec un fort potentiel de rayonnement et de notoriété, qu'ils soient existants ou à créer.
- L'intégration de standards en matières de RSE et d'environnement pour favoriser l'ancrage économique et social des événements sur notre territoire tout en réduisant leur impact carbone

Une **filière touristique** regroupe tous les acteurs, infrastructures, services et activités impliqués dans le développement et la promotion d'une offre thématique sur le territoire. Cela inclut le transport, l'hébergement, la restauration, les loisirs, ainsi que les agences de voyage et les collectivités locales.

Il est donc préconisé de :

- **Conserver et déployer les filières prioritaires** : comme définies dans le schéma départemental, y compris la culture, les loisirs de pleine nature, les arts de vivre, la gastronomie, la mer et le nautisme, les croisières maritimes et fluviales. Assurer une bonne articulation pour éviter les superpositions d'actions entre la Métropole et le CD13.
- **Promouvoir les projets et événements en lien avec les filières économiques** : mentionnés dans l'agenda de développement économique.

- **Accompagner le développement de nouvelles filières** : telles que le tourisme industriel et audiovisuel. Cela inclut l'identification des opérateurs de l'écosystème, la structuration d'une offre de prestations et services touristiques, la mise en marché des offres sur la destination métropole, et l'amplification des grands événements comme CartoonNext ou Indus3'days à l'échelle
 - **Intégrer la filière Tourisme dans notre démarche économique globale des projets à impacts sociaux, économiques et environnementaux sur le territoire**, afin de favoriser les projets répondants à nos standards d'une économie inclusive et durable
- 3. FEDERER ET ANIMER UN RESEAU D'OFFICES DE TOURISME POUR RENFORCER LA SYNERGIE AUTOUR DU PROJET METROPOLITAIN**

Sur ce territoire nous posons l'ambition de pouvoir associer à la stratégie métropolitaine tous les acteurs concernés : Quelle que soit la commune et les statuts particuliers, les Offices de Tourisme en place doivent pouvoir participer au développement touristique métropolitain en partageant les grands axes du projet. L'objectif est donc de pouvoir les associer autour d'une organisation et d'un financement équilibrés et clairs.

Il y a 2 types de communes sur le territoire :

- Les communes sur le territoire desquelles la compétence « promotion du tourisme » relève des compétences de la Métropole ;
- Les communes ayant conservé ou récupéré la compétence « promotion du tourisme (à savoir les 8 communes classées « station de tourisme » et 1 « commune touristique »).

L'organisation envisagée propose de rendre accessible à tous des services qui répondent aux enjeux métropolitains, et qui associent toutes les communes de manière équilibrée sur le territoire.

Cette organisation s'appuie sur 3 grands axes

- **Un socle de prestations et de services accessibles à tous**
- **Une prise en compte particulière des stations de tourisme envisagées dans le cadre de la Co- Production**
- **Un cadre, avec une coordination et un fléchage de financements sur les enjeux métropolitains et ouverts à toutes les communes du territoire**

A. UN SOCLE DE PRESTATIONS ET DE SERVICES

Les services socles sont accessibles aux 92 communes de la métropole Aix-Marseille-Provence ainsi qu'aux différents Offices de tourisme présents sur notre territoire. La Métropole soutiendra cette offre de service, notamment à travers la Cellule Métropolitaine qui, proposera :

- Une amélioration des missions de promotion et de communication
- Une harmonisation de l'offre d'accueil et de la documentation
- Un accès facilité à l'observation touristique locale
- Un accompagnement dans les démarches qualité et performance environnementale
- Un renforcement de la formation et la professionnalisation des conseillers en séjour
- Un accompagnement des communes dans la collecte et la gestion de la taxe de séjour

B. LE STATUT PARTICULIER DES STATIONS DE TOURISME

Deux niveaux de classement sont prévus pour les communes qui développent une politique touristique sur leur territoire : la dénomination en « commune touristique » et le classement en « station de tourisme ».

Parce que les stations classées ont un statut particulier, parce qu'elles gèrent des marques fortes, parce qu'elles déploient des programmes importants sur des communes qui portent une politique touristique forte, leurs projets peuvent être structurants pour le territoire. La Métropole pourra y répondre, en lien avec son Agenda économique métropolitain, pour générer un accompagnement et un suivi personnalisés.

Dans le cadre d'un projet ou d'un événement d'intérêt métropolitain, la Métropole étudiera, dans le cadre de ses compétences, les éventuels soutiens sur mesure voire, des co-productions qui seront soumis au vote de l'organe délibérant métropolitain.

C. UNE COORDINATION ET DES PROJETS OUVERTS A TOUTES LES COMMUNES DU TERRITOIRE

Au-delà de ce socle, la Métropole travaillera avec les communes qui souhaitent s'inscrire sur des démarches collectives autour notamment d'événements métropolitains qui répondront aux critères suivants :

- Ils concerneront plus d'une commune, se dérouleront en Hors-saison et/ou seront à forte notoriété nationale ou internationale
- Ils proposeront un nouveau service, une offre innovante qui servira le territoire métropolitain et sera décrit en termes de résultats attendus
- Ils concerneront les filières prioritaires de l'Agenda économique telles que décrites précédemment

Cela pourra se traduire, notamment, par des financements métropolitains aux projets répondants à ces critères et validés par l'organe délibérant métropolitain. Ces financements se feront dans le respect des compétences de la Métropole sur les périmètres concernés.

Le Schéma Métropolitain du Développement et de l'Organisation du Tourisme Durable 2024, élaboré par la Métropole Aix-Marseille-Provence, se base sur une concertation étroite avec les communes et les acteurs du tourisme.

Le plan d'action s'articule autour de trois orientations stratégiques pour stimuler un développement économique durable, générer des emplois et améliorer l'accessibilité des sites touristiques, tout en intégrant les attentes des résidents pour une cohabitation harmonieuse et une découverte authentique du territoire.

La Métropole Aix-Marseille-Provence s'engage à développer un tourisme durable et innovant, respectueux de l'environnement et de la qualité de vie des habitants, tout en renforçant son attractivité et sa compétitivité à l'échelle internationale.

D. Une animation avec les offices de tourisme métropolitains, en lien avec les offices de tourisme communaux

La promotion du tourisme à l'échelle métropolitaine passe par une coordination des Offices et bureaux de Tourisme relevant de notre compétence. Les Offices de Tourisme et les bureaux de tourisme constituent un échelon de proximité incontournable. Leur présence permet l'accueil et l'information des touristes grâce à une connaissance fine de l'offre de proximité.

La Métropole a décidé, dans sa délibération-cadre d'octobre 2017, de maintenir les Offices de Tourisme existants et qui furent transférés au 1er janvier 2018, avec leurs moyens et leurs équipements.

Depuis, les évolutions législatives ont donné la possibilité aux communes classées « stations de tourisme » et aux « communes touristiques » de conserver ou récupérer la compétence « promotion du tourisme » et donc la gestion de leur Office de Tourisme.

Avec la fin des Conseils de territoires depuis la Loi 3DS, et la fin des conventions de gestion avec les Communes, les Offices de Tourisme métropolitains sont désormais animés, pilotés et gérés par le Service Tourisme de la Métropole, en concertation permanente avec les Maires. Dans le cadre de la structuration de l'offre métropolitaine, des thématiques transversales à l'échelle métropolitaine et/ou à l'échelle d'un bassin de vie pourront être définies et le co-pilotage ainsi que l'animation de ces offres pourront être confiés aux Offices de Tourisme les mieux structurés (Tourisme durable, tourisme culturel, tourisme digital, tourisme fluvial...).

AMP associera les acteurs du territoire œuvrant également sur ces thématiques.

En outre, dans le cadre de la promotion et de l'accueil du voyageur dans son parcours d'expérience sur le territoire, des destinations pourront être réfléchies et mises en exergue, comme prévu dans la délibération-cadre d'octobre 2017 : « Marseille », « La Provence Aixoise », « Les collines Salonaises », « Les rives de l'Etang de Berre et la côte bleue », « L'Etoile, le Garlaban et les Calanques »

Ces destinations doivent être comprises comme des bassins de parcours, pour orienter l'expérience de proximité du touriste qui découvre notre territoire.

Ces bassins ne sont en rien figés, et pourront être discutés et évoluer au regard des propositions des offices et des partenaires, que ce soit sur leur périmètre comme sur leur dénomination, et les actions à y mener.

L'animation de ces parcours pourra être co-pilotée par des offices de tourisme présents au sein de ces bassins, en lien avec le service Tourisme de la Métropole, dans le respect des compétences métropolitaines sur son territoire.

Ces bassins pourront devenir des espaces de réflexions, de design de parcours et de co-construction de pistes d'actions pour renforcer et promouvoir le développement touristique, dans une logique de rayonnement métropolitain et de la marque One Provence.

Sous l'égide du Service Tourisme de la Métropole et des offices de tourisme, ces bassins rassembleront les différents partenaires, y compris Provence Tourisme, mais aussi les acteurs publics et privés de la filière.

Ces parcours de proximité permettront d'élargir la panoplie de visites, sorties et découvertes sur l'ensemble de notre territoire métropolitain, afin de mieux répartir les flux touristiques, et ainsi éviter les effets de congestion sur certains points centralisés de notre Métropole, et ainsi réduire les nuisances pour les habitants et l'environnement

Ces parcours permettront de diversifier l'expérience « Tourisme et Art de vivre » et ainsi de nourrir la destination Provence notamment avec Provence Tourisme pour le contrat de destination, mais aussi la marque globale One Provence pour faire rayonner notre territoire

Enfin, une conférence annuelle sur la filière pourra être organisée par le Service Tourisme de la Métropole, avec les Offices de Tourisme et Provence Tourisme, en rassemblant les acteurs publics et privés de la filière.