La générosité naturelle Generous by nature

Tourisme Hauts-de-France – Vacances de la Toussaint

83% des professionnels satisfaits!

Un bilan positif sur tout le territoire qui confirme les résultats records enregistrés depuis le début de l'année.





Fréquentation en hausse tant sur le littoral, qu'en ville et au vert, des visiteurs étrangers qui accentuent encore leur retour ... après une saison estivale record qui elle-même suivait un début d'année réussi , les vacances de la Toussaint 2022 ont également donné le sourire aux professionnels du tourisme de la région. Particulièrement plébiscitées : les solutions pour s'évader en pleine nature en famille, mais aussi les visites innovantes proposées par nos musées en ville. Dans le contexte de pénurie de carburant et de baisse de pouvoir d'achat, la région Hauts-de-France a deux atouts structurels majeurs : fidélité des visiteurs et proximité pour les quelques 70 millions de clients français et européens habitant à moins de 3h de route.

Les chiffres à retenir :

- 83% des professionnels satisfaits de la fréquentation à la Toussaint (+ 9 points par rapport à 2021).
- Une fréquentation en hausse (65% taux d'occupation, + 7 points) sur l'ensemble du territoire :
 - Littoral (+ 9 points),
 - Ville (+ 8 points) Et campagne (+ 3 points).
- La part de clientèle étrangère s'amplifie (15% à la Toussaint 2021, 18% cet été, 25% à la Toussaint 2022), avec ce podium : • 1. Belges,

 - o 3. Britanniques.

o 2. Allemands,

- `La clientèle régionale représente 46% des touristes français (35% de la clientèle totale), avec ce podium :
 - 1. Hauts-de-France,
 - 2. Île-de-France,
 - o 3. Grand-Est.

Hébergements et équipements touristiques :

les voyants sont au vert jusqu'au pont du 11 novembre. La saison touristique s'allonge!

Lorsque l'on interroge les professionnels sur les facteurs expliquant les très bons résultats qui s'accumulent, 38% citent la bonne météo mais 31% mettent en avant des atouts beaucoup plus structurels : 31% citent l'image de la région et 31% la fidélité de la clientèle de proximité, satisfaite des expériences vécues chez nous.

L'hôtellerie accentue son embellie amorcée depuis l'an dernier, partout en région Hauts-de-France. Les campings qui sont restés ouverts à la Toussaint enregistrent des fortes hausses de fréquentation, notamment sur le littoral. Davantage privilégiées par les familles, les résidences de tourisme ont profité de ces vacances pour atteindre des niveaux records. Enfin, les équipements culturels ont également fait le plein, grâce à leur programmation originale et particulièrement bien adaptée aux attentes des familles.

- Hôtellerie: 83% des gérants satisfaits de ces vacances (+ 11 points par rapport à 2021). Taux d'occupation de 67% (+ 9 points), qui augmente plus fortement en ville (67%, + 10 points) et surtout à la campagne (65%, + 15 points).
- Hôtellerie de plein air: 75% des gérants satisfaits (+ 21 points), 82% sur le littoral.
- Taux d'occupation de 64% (+ 6 points), 68% dans les campings du littoral (+ 14 points!). • Résidences de tourisme : 95% des gérants satisfaits, 100% sur le littoral.
- Taux d'occupation de 66% sur le littoral (+ 9 points). Gîtes de France : taux d'occupation de 64,4%, hébergement plébiscité à 77% par une clientèle française familiale
- Plateformes Airbnb et Abritel : nombre de nuitées en hausse de 21,7% Equipements touristiques culturels: 85% des gérants satisfaits, 90% sur le littoral.

Prévisions optimistes pour le pont du 11 novembre

75% des professionnels interrogés s'attendent à une bonne fréquentation (+ 32 points ! par rapport à 2021).

Bilan à ce jour pour l'année 2022 (janvier à novembre)

Une année très favorable pour 92% des professionnels (+ 23 points), sur toute la région :

- 95% sur le littoral (+18 points) • 91% en campagne (+29 points)
- 91% en ville (+23 points)

Focus sur la plateforme Week-end Esprit Hauts-de-France « Le site des weekends sur mesure entre Lille et Paris »

Les vacances de la Toussaint sont une période favorable aux séjours en famille. Avec des offres insolites en forêt, des gîtes à la mer ou à la campagne, la plateforme créée par Hauts-de-France Tourisme et ses partenaires a enregistré sur la quinzaine 563 ventes de weekends (+ 19% par rapport à 2021).

La clientèle est majoritairement une clientèle de proximité : 55% sont des habitants des Hauts-de-France, 38% d'Ile-de-France. Depuis le début de l'année cette plateforme qui ne propose que des séjours personnalisés, adaptés aux attentes des couples, familles ou groupe d'amis a généré 18 027 ventes (+ 8%), pour un chiffre d'affaires de 4,3 millions € (+ 11%).

« On a frôlé les 95% d'occupation sur les 15 jours. Beaucoup de gens viennent du Nord, de Lille, pour le côté insolite de nos hébergements. Ils n'ont pas envie de se retrouver dans un hôtel normal et peuvent laisser les enfants en pleine nature. Ils en profitent aussi pour visiter les sites touristiques autour : Pierrefonds, Compiègne et sa forêt. Malgré les problèmes de carburant, nous avons pu compléter d'une semaine sur l'autre. » Nadine Sonterre, Associée Au Cœur de la Forêt à Pierrefonds.

Ce qu'en disent les professionnels : Verbatims recueillis par Hauts-de-France Tourisme lors de l'enquête

« Ces vacances d'automne ont vu affluer de nombreux visiteurs venus en famille découvrir l'exposition Champollion. La voie des hiéroglyphes. Pour retrouver un tel démarrage de fréquentation, il faut remonter à la toute première exposition du musée en 2012. C'est un très beau cadeau d'anniversaire pour ce Louvre autrement qui fête aujourd'hui ses 10 ans ! » Gautier Verbeke, Directeur de la médiation au Louvre-Lens.

« En ce qui concerne les meublés Gites de France en centrale de réservation à Somme Tourisme, le taux d'occupation des vacances de Toussaint est bon (74,7%), et équivalent à celui de 2021. On aurait certainement enregistré plus de réservations sans la pénurie de carburants. La deuxième semaine incluant le week-end de la Toussaint a été meilleure que la première. Grâce à une majorité de clientèles familiales de proximité toujours très fidèles en cette période de vacances de Toussaint - la clientèle famille vient de Paris Ilede-France, puis Nord-Pas de Calais, Belgique, Haute-Normandie et Picardie-, les gîtes familiaux ont très bien fonctionné. En particulier ceux offrant un jardin bien entendu sur la côte picarde mais aussi sur le Grand Amiens. Une clientèle en recherche de « fresh air » : activités nature en famille, et beaucoup de vélo/rando.... » François Bergez, Directeur de Somme Tourisme.

« Nous avons très bien fonctionné lors du pont du 1er novembre, avec une occupation beaucoup plus élevée le dimanche. Nous recevons majoritairement des couples et 10% de famille. La clientèle est de proximité, avec beaucoup de Parisiens qui viennent profiter de l'établissement et restent deux ou trois nuits. La météo a joué. Les clients ne sont pas venus uniquement pour profiter de la piscine et des restaurants. Ils ont visité aussi la région. Nous avons déjà des réservations pour les fêtes de fin d'année. » Louis Lebond, responsable réservation Hôtel Royal Hainaut à Valenciennes.

Que peut-on en conclure?

La région Hauts-de-France répond parfaitement aux nouvelles attentes des visiteurs

Ce bilan des vacances de la Toussaint et celui provisoire de 2022 confirment bien la tendance actuelle. La crise (sanitaire, économique, écologique...) a accéléré les mutations de l'économie touristique : même si le besoin de voyage lointain existe toujours, le tourisme de proximité devient la solution prépondérante pour répondre aux besoins de ressourcement profond, de temps long et de ralentissement exacerbés par le contexte difficile.

Offrir la possibilité de multiplier les séjours d'évasion pour « prendre soin de soi à proximité de chez soi » et, pour les habitants, redécouvrir sa propre région avec d'autres yeux... est un fabuleux atout.

Car la région répond structurellement aux nouvelles attentes de 70 millions de visiteurs potentiels à moins de 3 h de transport, intégrant Paris, Londres, Bruxelles et Amsterdam (bassin le plus riche d'Europe) et 6 millions d'habitants.

- Facilité d'accès, non tributaire des aléas du trafic aérien par exemple
- Grands espaces de nature (5 PNR, 3 Grands sites de France, 200km de littoral...) où la promiscuité n'est pas de mise • Capacité à associer nature et culture, urbain et campagne, au sein d'un même séjour
- Des valeurs humaines « du nord », synonymes de convivialité de l'accueil : une « générosité naturelle » qui est dans notre ADN et qui nous distingue, reconnue au plan international
- Une organisation de Hauts-de-France Tourisme, en place depuis 2020, qui vise à accompagner les acteurs du tourisme pour faire muter leur offre de façon à répondre aux nouvelles attentes clients émergentes : revenir de son escapade plus apaisé, plus reposé, plus inspiré, plus complice avec ceux qui nous accompagnent, conjoint, enfants ou amis

Un Label pour révéler l'identité culinaire des Hauts-de-France : un nouveau facteur d'attractivité ! La région compte une nouvelle corde à son arc : le label « Région européenne de la gastronomie » porté par Daniel Fasquelle,

Président de Hauts-de-France Tourisme. Il sera dévoilé en 2023 mais déjà la filière qui incarne parfaitement la générosité naturelle du terroir et de nos assiettes cumule les succès : au cours des seuls derniers jours, un fromager nommé Artisan en Or et le prestigieux Gault et Millau d'Or décerné à un chef Hauts-de-France!

Méthodologie : Données issues de l'enquête de conjoncture du 2 au 4 novembre 2022 sur la période des vacances de la Toussaint. Echantillon représentatif de 415 répondants (260 hôtels, 61 campings, 21 résidences de tourisme, 4 auberges de jeunesse, 4 villages de vacances et 65 équipements touristiques).

Contacts Presse

Téléchargez le dossier de presse complet des Hauts-de-France en cliquant ici