

La générosité naturelle
Generous by nature



Hauts-de-France
Tourisme

HAUTS-DE-FRANCE TOURISME BILAN 2022 ET PERSPECTIVES

HAUTS-DE-FRANCE TOURISME BILAN 2022 ET PERSPECTIVES

- BILAN DE LA **FRÉQUENTATION TOURISTIQUE** 2022
- **COMMENT ALLER PLUS LOIN ?**

La générosité naturelle
Generous by nature



Hauts-de-France
Tourisme

LE POIDS ÉCONOMIQUE DU TOURISME EN HAUTS-DE-FRANCE

80 014 EMPLOIS TOURISTIQUES

(Salariés et non salariés)



- En hausse de + 0,5% /à 2018
- 4 emplois sur 5 sont des emplois salariés (79%)
- 4,2% de l'emploi total des Hauts-de-France
- Au 8^{ème} rang des régions françaises métropolitaines, devant Pays de la Loire
- A titre de comparaison :
 - La filière automobile (constructeurs + équipementiers + sous-traitants) emploie 56 500 personnes dans les HDF
 - Les industries agricoles et agro alimentaires emploient 35 592 personnes (hors exploitations agricoles – 106 880 personnes)

Source Insee 2019 et CCIR Hauts-de-France/Ursaaf 2019

6,2 MILLIARDS D'€ de consommation

- 4% du PIB régional
- Au 9^{ème} rang des régions françaises métropolitaines, devant la Normandie

Source Insee – Comptes satellites du tourisme 2015

694,1 MILLIONS D'€ d'investissements touristiques

- Près de la moitié dans l'hébergement (47%)
- Au 9^{ème} rang des régions françaises métropolitaines, devant Normandie

Source Atout-France, moyenne annuelle sur 2017-2018-2019

BILAN DE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE EN 2022

UNE FRÉQUENTATION RECORD,
supérieure à celle de 2019, qui était elle-même une année record avec +11% de nuitées

- **Une année record avec plus de 14 millions de nuitées en 2022, soit + 0,9% de nuitées totales par rapport à 2019 (contre seulement + 0,9% au plan national)**
- **Croissance des nuitées en hôtellerie de plein air de + 12,9 % en 2022 (+ 7,5 % au plan national).**
- **Une croissance portée principalement par la clientèle nationale, la clientèle Britannique n'étant pas encore revenue à son niveau de fréquentation de 2019.**



Hauts-de-France
Tourisme

COMMENT ALLER PLUS LOIN ?

- 1. Agir sur l'offre**
- 2. Soutenir la mise en marché**
- 3. Des outils plus simples et plus efficaces**

La générosité naturelle
Generous by nature

LES 19 ESPACES ACTUELS

1. AGIR SUR L'OFFRE : LES CONTRATS DE RAYONNEMENT



DE NOUVEAUX TERRITOIRES CANDIDATS POUR REJOINDRE LA DÉMARCHE EN 2024 :

- Santerre-Haute Somme
- Saint-Quentinois
- Boulonnais
- Calaisis
- Dunkerquois
- Beauvaisis

1. AGIR SUR L'OFFRE : LES CONTRATS DE RAYONNEMENT

CONTRATS ACTUELS

- 19 contrats de rayonnement établis depuis 2018 avec une échéance pour le 23/12/2023.
- 181 projets financés.
- Un montant d'investissement réalisé de 31 951 351 € de 2018 à 2022.
- Un financement régional de 5 867 913 € réparti en 3 765 733 € en investissement et 2 102 180 € en fonctionnement de 2018 à 2022.

FUTURS CONTRATS 2024 - 2027

- Vers des contrats de destinations touristiques.
- Des rencontres avec les élus et acteurs des territoires.
- Un état des lieux à actualiser : affirmation des marqueurs du territoire.
- Identification des marchés et clientèles cibles, création des produits.
- Définition des enjeux en termes de tourisme durable et de REV3.
- Identification des liens avec les autres politiques régionales.

1. AGIR SUR L'OFFRE : LES CONTRATS DE RAYONNEMENT

Exemples de projets financés :

- **CRÉATION D'UN ESPACE D'HÉBERGEMENT « NATURE » ET INSOLITE À ROEUX (Arras/Pays d'Artois)**

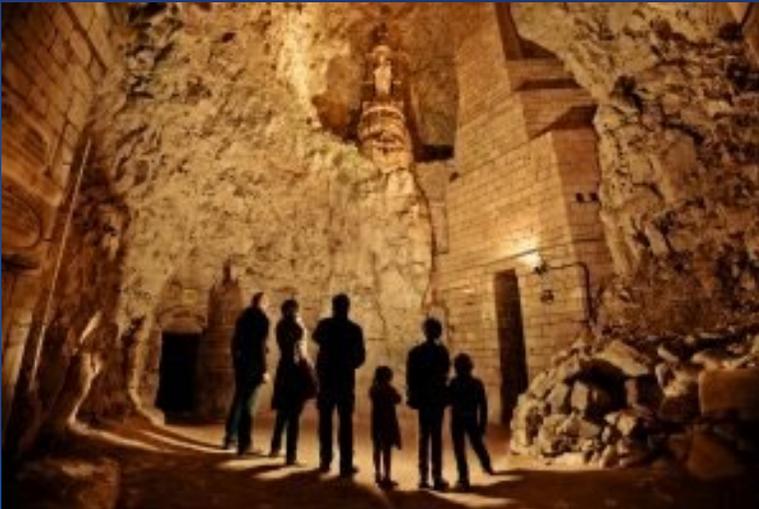
Financement régional de 99.760 € sur un investissement de 500 k€



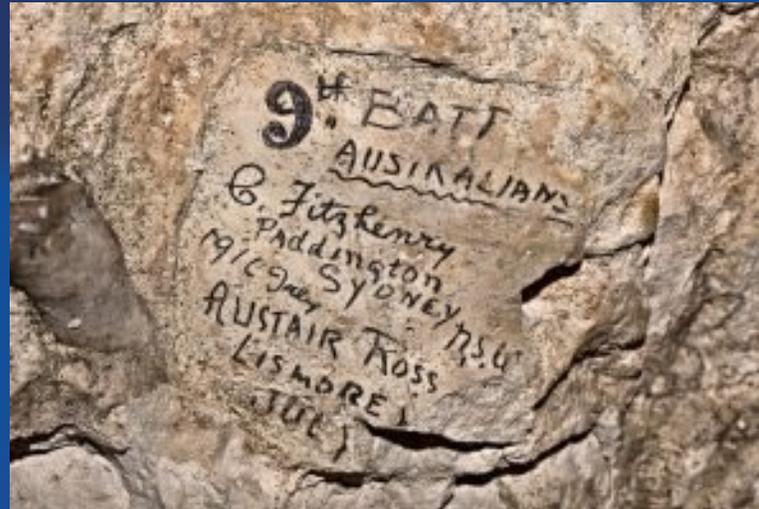
1. AGIR SUR L'OFFRE : LES CONTRATS DE RAYONNEMENT

- AMÉLIORATION DES CONDITIONS D'ACCUEIL DES VISITEURS ET CRÉATION DU CENTRE D'INTERPRÉTATION DES GRAFFITIS À LA CITÉ SOUTERRAINE DE NAOURS (Grand Amiénois)

Financement régional de 100 k€ sur un investissement de 1 M€



La Cité souterraine (visite expérientielle)



Centre d'interprétation des graffitis



Développement d'un parcours accrobranche

1. AGIR SUR L'OFFRE : LES CONTRATS DE RAYONNEMENT

- CRÉATION D'UNE MICRO BRASSERIE ET D'UN ESPACE « DÉCOUVERTE » AU SEIN DE L'ABBAYE DE VAUCELLES (Cambrésis/Catésis)

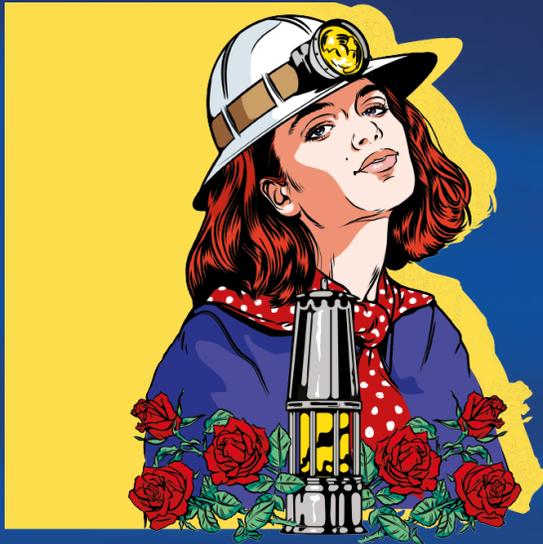
Financement régional de 40 k€ sur un investissement de 200 k€ complété par un financement au titre du SRDEII pour l'acquisition du matériel de production



1. AGIR SUR L'OFFRE : LES CONTRATS DE RAYONNEMENT

- FINANCEMENT DES FÊTES DE LA SAINTE-BARBE (Bassin Minier)

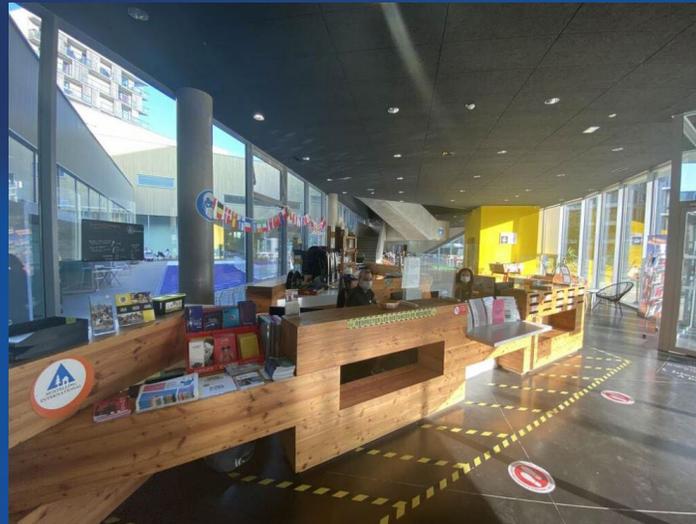
Financement régional de 90 k€ sur un investissement de 500 k€



1. AGIR SUR L'OFFRE : LES CONTRATS DE RAYONNEMENT

- AMÉLIORATION DES CONDITIONS D'ACCUEIL DES VISITEURS À L'AUBERGE DE JEUNESSE DE LILLE
– PHASE 1 (MEL)

Financement régional de 90 k€ sur un investissement de 500 k€



AGIR SUR L'OFFRE : LES CONTRATS DE RAYONNEMENT

LES CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ DES CONTRATS :

CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ DES CONTRATS DE RAYONNEMENT 2018 – 2023 (LISTE NON EXHAUSTIVE)

- Les EPCI qui composent l'espace de rayonnement touristique se sont dotés d'une gouvernance touristique à l'échelle de cet espace.
- L'intégration des priorités régionales d'investissement touristique (itinérances douces, loisirs fluviaux, patrimoine, tourisme de mémoire, tourisme d'affaires)
- La prise en compte de la transition digitale
- Un dispositif d'observation des retombées économiques du tourisme et de l'emploi touristique

FUTURS CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ DES FUTURS CONTRATS DE DESTINATION 2024 – 2027 (LISTE NON EXHAUSTIVE)

- Identification des marchés et clientèles cibles et travail de segmentation des clientèles
- Développement de l'offre et des produits au regard des cibles « marchés » et « clients » de la destination
- L'intégration de la transition sociale et environnementale
- Définition du rôle et de la place des acteurs privés
- Identification des liens avec les autres politiques régionales
- Définition de l'image visée par la destination et des conditions pour optimiser son attractivité
- Elaboration d'indicateurs d'évaluation

2. SOUTENIR LA MISE EN MARCHÉ : S'APPUYER SUR LA PLATEFORME RÉGIONALE WWW.WEEKEND-HAUTSDEFRANCE.COM

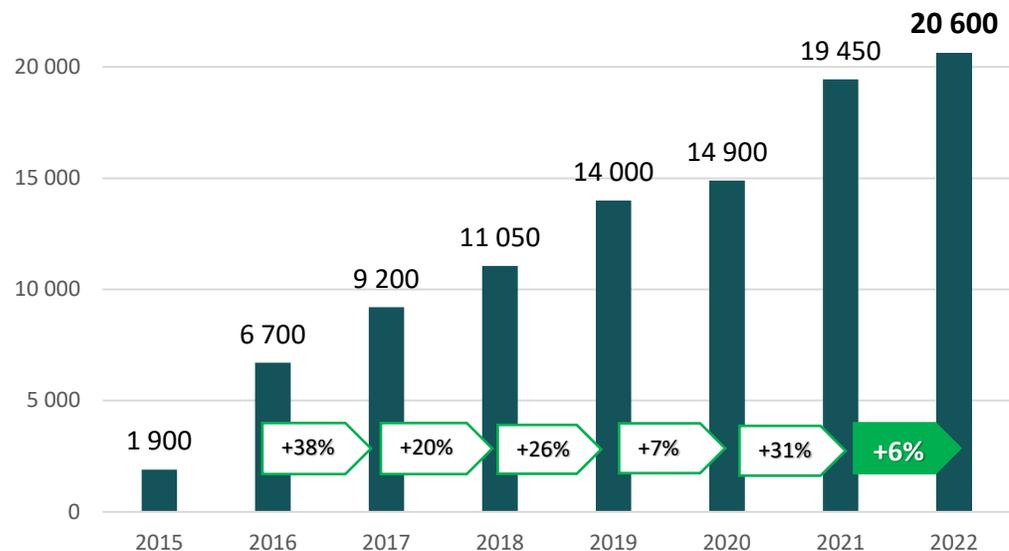
The screenshot shows the homepage of the website. At the top left is the logo for Hauts-de-France Tourisme. The main heading is "Weekend Hauts-de-France" with the subtitle "LE SITE DES WEEKENDS SUR MESURE ENTRE LILLE ET PARIS". Below this are four icons representing: "QUI SOMMES-NOUS", "PAS DE COMMISSION", "DES CONSEILLERS POUR VOUS AIDER", and "PAIEMENT SÉCURISÉ". A search bar is at the top right. A green navigation bar contains a search form with "J'ai envie d'un week-end pour" followed by a "Nombre de personnes" input field, "à partir du" with a date picker, and an "OK" button. Below the navigation bar is the slogan "Faites-vous du bien ! Des séjours hors des sentiers battus pour se ressourcer vraiment". The main content area features four promotional cards: "Week-ends de Saint Valentin" (a couple in a hot tub), "Week-ends En Famille" (a family reading), "Week-ends Gastronomie" (a chef cooking), and "Week-ends Romantique EN AMOUREUX" (a couple in a hammock).

A grid of six promotional cards for weekend activities. The cards are: "Week-ends Romantique EN AMOUREUX" (a couple in a hammock), "Week-ends Spa" (a woman relaxing in a spa), "Week-ends Reconnexion NATURE" (a person in a forest), "Week-ends Découvertes" (a person on a balcony overlooking a castle), "Week-ends Entre amis" (a group of people in a restaurant), and "Week-ends A la mer" (a beach scene). A contact number "03 22 22 33 94" is displayed in the middle of the grid.

2. SOUTENIR LA MISE EN MARCHÉ : S'APPUYER SUR LA PLATEFORME RÉGIONALE WWW.WEEKEND-HAUTSDEFRANCE.COM

DES RÉSULTATS EN CROISSANCE CONSTANTE 2015-2022

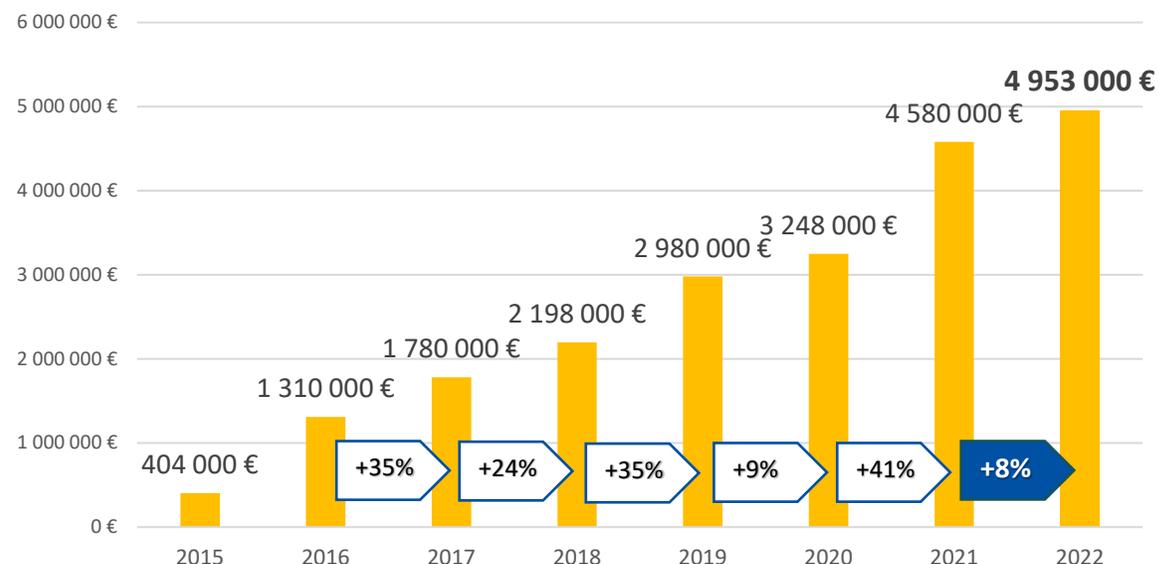
VENTES 2015-2022



+ 6%

LA HAUSSE DES VENTES
EN 2022 PAR RAPPORT À 2021

CHIFFRE D'AFFAIRES 2015-2022



+ 8%

LA HAUSSE DU CHIFFRE D'AFFAIRES
EN 2022 PAR RAPPORT À 2021

2. SOUTENIR LA MISE EN MARCHÉ : S'APPUYER SUR LA PLATEFORME RÉGIONALE WWW.WEEKEND-HAUTSDEFRANCE.COM

DÉVELOPPEMENT DE LA PLATEFORME RÉGIONALE :

- Mise en œuvre de la fonction de personnalisation du séjour
- Création des espaces territoriaux personnalisés sur la plateforme et réalisation de campagnes marketing digitales partagées.
- Développement de la plateforme régionale sur les marchés GB, Belgique, Pays-Bas, Allemagne

2. SOUTENIR LA MISE EN MARCHÉ : BUSINESS MANAGEMENT DES MARCHÉS ÉTRANGERS

MARCHÉ EUROPÉENS DE PROXIMITÉ : GB, Belgique, Pays-Bas, Allemagne

- Accroître le référencement des équipements et des territoires chez les TO, soutenir la force de vente des TO qui nous programment par la formation de leur force de vente, l'organisation d'éducteurs et les relations presse.
- Devenir le correspondant des Tour-Opérateurs de la région des Hauts-de-France et animer une relation de proximité et de confiance.
- Accompagner les territoires et les équipements dans la création de produits pour chaque marché.
- Développer une communication résolument « produits » porteurs d'images pour la région sur ces marchés à travers les relations presse.



Benoit GUILLEUX
Business Developer GB



Jasmin DUBOS
Business Developer B & NL



Myriam MAES
Business Developer ALL

2. SOUTENIR LA MISE EN MARCHÉ : BUSINESS MANAGEMENT DES MARCHÉS ÉTRANGERS

MARCHÉ LOINTAINS :

▪ Chine continentale, Taiwan, Hongkong :

- Être programmé par 30 Tour-Opérateurs majors avec des partenariats sur mesure.
- Fournir du contenu vidéos pour les réseaux sociaux des TO.
- Prospection de fédérations sportives olympiques chinoises en vue des stages de préparation pour les JO Paris 2024.
- Formation des guides sinisants pour des sites culturels des Hauts de France.
- Assister les acteurs dans l'adaptation de leurs offres sur ce marché en profonde mutation.



Ruying WANG
Business Developer
Chine continentale
Taiwan, Hongkong

▪ Australie et Nouvelle Zélande :

- Animer le réseau de distribution des TO avec des formations à distance de la force de vente, alimenter la force de vente avec des vidéos illustrant les itinéraires et produits clés.
- Coupe du monde de Rugby 2023 : communication en soutien de la force de vente des TO référencés pour la vente des billets.
- Prospection des fédérations sportives olympiques Australiennes et de Nouvelle Zélande en vue de stages de préparation pour les JO Paris 2024.



Dana LEVI
Business Developer
Australie &
Nouvelle Zélande

3. DES OUTILS PLUS SIMPLES ET PLUS EFFICACES

- ✓ UN **NOM** ET UNE **MARQUE TOURISTIQUE** UNIQUES
- ✓ UN **GUICHET** UNIQUE

✓ UN NOM ET UNE MARQUE TOURISTIQUE UNIQUES

Le Comité régional du Tourisme et des Congrès Hauts-de-France devient **HAUTS-DE-FRANCE TOURISME**

HAUTS-DE-FRANCE TOURISME est maintenant la **marque institutionnelle** qui s'adresse à l'ensemble des cibles touristiques de la région, grand public et professionnels

LES PRINCIPES

- Unicité
- Simplicité

LES ENJEUX

- Meilleure lisibilité

NOUVEAU LOGOTYPE



Hauts-de-France
Tourisme

LA GÉNÉROSITÉ, VALEUR CENTRALE DE L'ESPRIT DES HAUTS-DE-FRANCE

La générosité naturelle Generous by nature

GÉNÉROSITÉ DES PAYSAGES

Avec d'immenses espaces naturels préservés

3 sites classés Grands sites de France

5 parcs naturels régionaux

GÉNÉROSITÉ DES FÊTES

Intenses, conviviales et qui débordent d'une joie de vivre populaire

GÉNÉROSITÉ DU PATRIMOINE

De par le nombre de sites classés et leur dimension souvent grandiose

(cathédrales, beffrois, terrils mémoriaux...).

26 inscriptions au patrimoine de l'Unesco

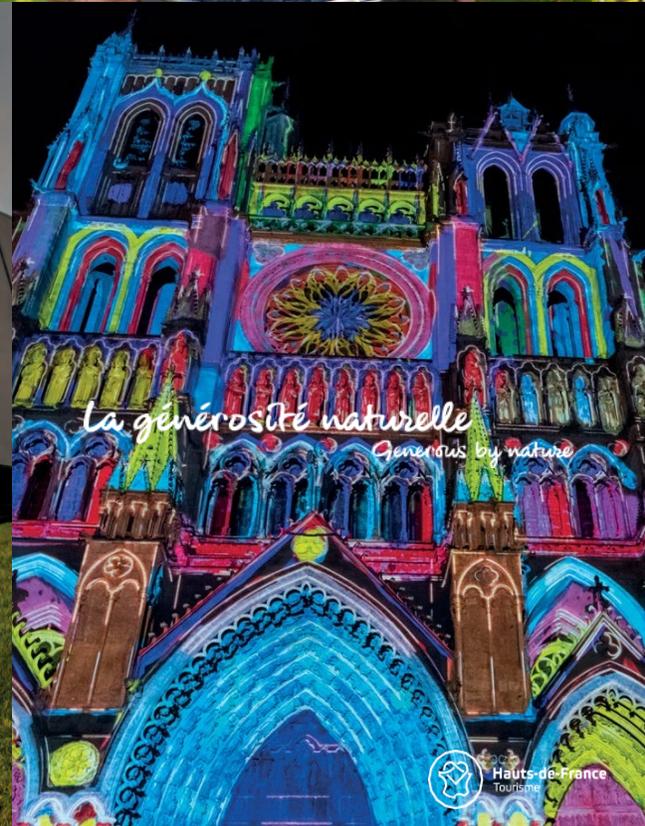
GÉNÉROSITÉ DU TERROIR

1^{ère} région de France des productions végétales, 1^{er} port de pêche national, 1^{ère} région labellisée "Région européenne de la gastronomie" pour la diversité de ses produits locaux et sa créativité au service du manger mieux.

GÉNÉROSITÉ DES HABITANTS

A travers des valeurs humaines (empathie, convivialité, attention sincère à l'autre, sens du partage, sens de la relation à l'autre, ...) reconnues au plan national :

La signature « La générosité naturelle » est une promesse d'attention, de bienveillance et d'authenticité faite aux visiteurs de la région.

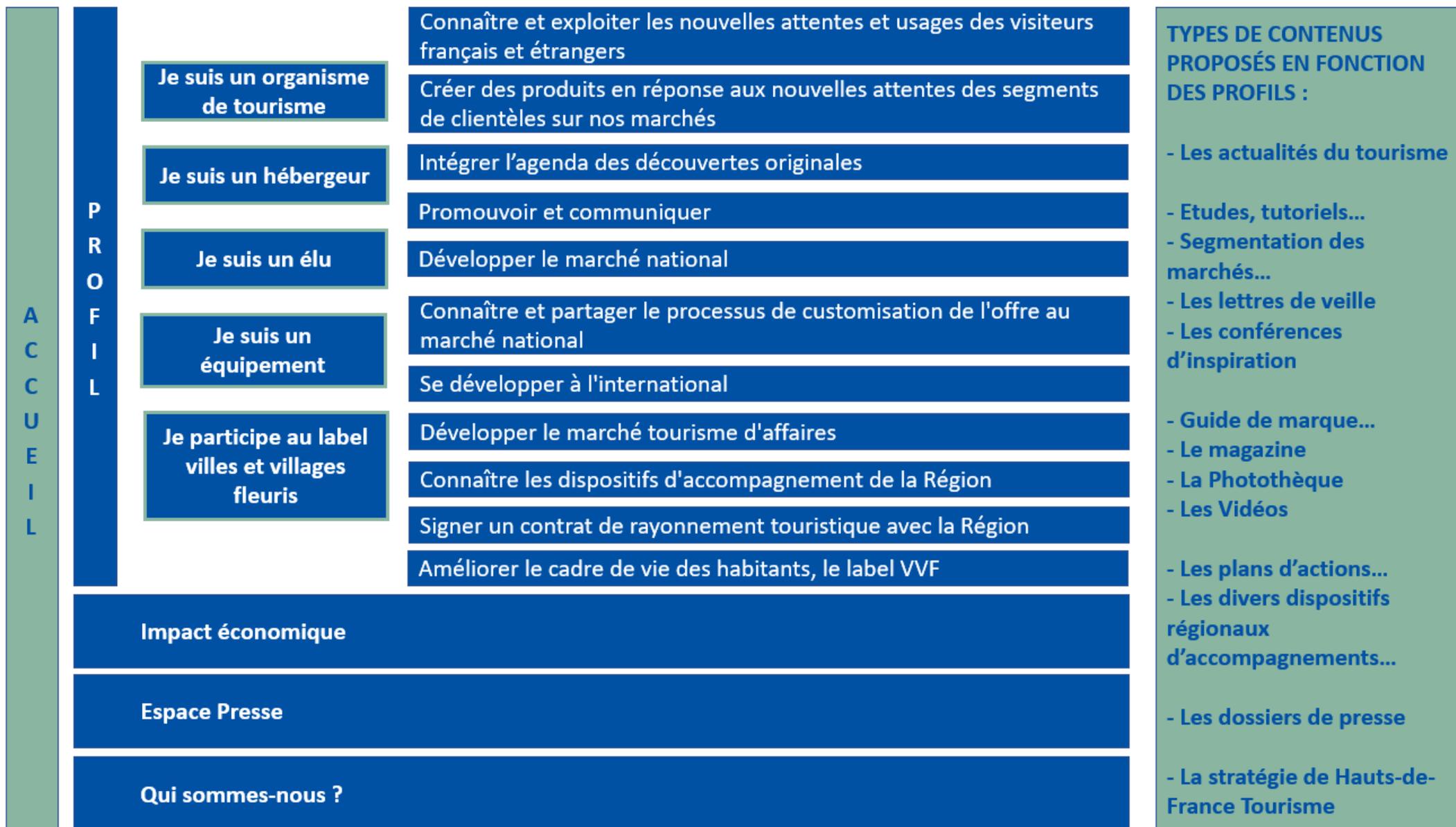


✓ **UN GUICHET UNIQUE OPÉRATIONNEL EN FÉVRIER 2023
POUR FÉDÉRER L'ENSEMBLE DES SERVICES
AUPRÈS DES ACTEURS, DES PORTEURS DE PROJETS,
DES TERRITOIRES ET DES FILIÈRES**



UN GUICHET UNIQUE OPÉRATIONNEL EN FÉVRIER 2023

L'ARBORESCENCE DU SITE



UN GUICHET UNIQUE OPÉRATIONNEL EN FÉVRIER 2023 AVEC SON APPLICATION



Page
d'accueil

Connaître les cibles de clientèles

Construire des offres performantes

Se développer sur le marché national et les marchés internationaux

Développer le marché tourisme d'affaires

Promouvoir et communiquer

Connaître les dispositifs d'accompagnements de la Région

Signer un contrat de rayonnement touristique avec la Région

Rejoindre le label villes et villages fleuris

Participer aux événements professionnels

Poser une question



Merci de votre attention



La générosité naturelle
Generous by nature