

Vacances de printemps 2023 en Hauts-de-France

Hausse de 10 points du taux d'occupation
et trois quarts des professionnels satisfaits ! (*)
Un bilan positif qui lance idéalement la saison touristique

Fréquentation en forte augmentation par rapport à 2022, sur tout le territoire et tous types d'hébergement confondus... Un bilan déjà positif avant la fin des vacances des parisiens.

Après une année 2022 record (15,4 millions de nuitées), ces vacances de printemps rendent très optimistes les professionnels du tourisme de la région pour la suite de la saison. Dans un contexte économique toujours bousculé, la région Hauts-de-France possède deux atouts structurels majeurs : la fidélité de ses visiteurs et l'effet proximité pour 70 millions de visiteurs potentiels français et européens habitant à moins de 3h de route.



Les chiffres à retenir :

- Un taux d'occupation en hausse de 10 points par rapport à 2022 sur l'ensemble du territoire et tous hébergements confondus :
 - Littoral (+ 13 points),
 - Campagne (+ 12 points),
 - Et ville (+ 7 points).
- Trois quarts des professionnels satisfaits de la fréquentation.
- La part de la clientèle régionale s'amplifie et représente 54% des touristes français, soit 45% de la clientèle totale (respectivement + 7 points et + 5 points par rapport à 2022).
- Podium des régions :
 - 1. Hauts-de-France,
 - 2. Ile-de-France,
 - 3. Normandie.
- La clientèle étrangère est en hausse et représente 16% de la clientèle totale, cette part atteignant 20% sur les hôtels du littoral. Podium des nationalités :
 - 1. Belges,
 - 2. Allemands
 - 3. Britanniques (qui remplacent les Néerlandais sur la 3e marche).
- Des réservations pour mai en hausse : 74% des professionnels affichent un bon niveau de réservations sur le mois de mai, soit + 16 points par rapport à mai 2022 !

(*) Source enquête Novamétrie du 25 au 28 avril auprès de 500 professionnels du tourisme.

Optimisme de mise :

Nos grands espaces continuent d'attirer une clientèle en quête de reconnexion nature
et nos sites culturels séduisent par la variété des expériences à vivre en famille.

Lorsque l'on interroge les professionnels sur les raisons du succès croissant et durable du tourisme en Hauts-de-France, bon nombre mettent en avant les atouts de la région : 35% citent l'image de la région, 32% la fidélité de la clientèle de proximité. Des atouts structurels, l'optimisme est donc de mise.

L'hôtellerie y compris urbaine poursuit sur sa lancée de l'an dernier, avec une hausse de la fréquentation constatée partout en région Hauts-de-France. Même constat pour les campings qui voient leur taux d'occupation fortement augmenter, surtout sur le littoral. Davantage privilégiées par les familles, les résidences de tourisme ont également connu une belle quinzaine. Enfin, les équipements culturels ont fait le plein, grâce notamment à leur programmation originale et particulièrement bien adaptée aux attentes des familles.

- Hôtellerie : 77% des gérants satisfaits, 79% en ville. Taux d'occupation de 59% (+ 5 points), qui augmente à la campagne et en ville (respectivement 59% et 57%, + 6 points), mais baisse légèrement sur le littoral (65%, - 2 points).
- Hôtellerie de plein air : 68% des gérants satisfaits, 78% sur le littoral. Taux d'occupation de 59% (+ 14 points), 65% dans les campings du littoral (+ 23 points !).
- Résidences de tourisme : 7 gérants sur 10 satisfaits. Taux d'occupation de 77% (+ 1 point).
- Équipements touristiques culturels et de loisirs : 92% des gérants satisfaits (+ 6 points), 95% en campagne.

➡ + 10% des ventes sur la plateforme Week-end Hauts-de-France

« Le site des weekends sur mesure entre Lille et Paris » créé en 2015 par Hauts-de-France Tourisme et ses partenaires publie chaque année 500 offres de séjours en deux collections ultra personnalisées pour répondre finement aux attentes des chaque segment de clientèle. Résultat de ce travail de marketing partagé : avec des offres insolites en forêt, des gîtes à la mer ou à la campagne, la plateforme a enregistré sur la quinzaine 442 ventes de weekends dont 28% de séjours famille (+ 10%).

Top 3 des ventes :

- « Nids d'Îles » au parc d'Olhain (Pas-de-Calais)
- « Ecuries de la roulotte » à Conty (Somme)
- « Les nids de la Baie » au Crotoy (Somme)

La clientèle est majoritairement une clientèle de proximité : 55% sont des habitants des Hauts-de-France, 38% d'Ile-de-France.

Nota : + 8% de chiffre d'affaires en 2022

En 2022, la plateforme weekend-HautsdeFrance qui draine majoritairement une clientèle de proximité (55% des clients sont des habitants des Hauts-de-France, 38% d'Ile-de-France) a généré 20 000 ventes (+ 6% par rapport à 2021), pour un chiffre d'affaires de 5 millions € (+ 8 %).

Ce que disent les professionnels de ce printemps 2023 (**)

« La première semaine a été relativement calme à cause de la météo. Les Rencontres Internationales de Cerfs-Volants amènent beaucoup de monde sur le littoral, surtout le deuxième week-end. On observe plus de courts séjours, les gens s'adaptent surtout en fonction du budget. Pour juillet-août, on est en progression par rapport à l'année dernière, on le ressent déjà par rapport aux réservations. Si on fait comme en 2022, ce sera déjà très bien ! »

Thierry Limantour, Fédération Régionale Hôtellerie de Plein Air, gérant du camping Les Tourterelles à Rang-du-Fliers



« Nous avons constaté chez nous une hausse de la fréquentation, de l'ordre de +5%. Notre clientèle belge a doublé par rapport à l'an dernier et les Anglais sont bien revenus. Les Français sont également en augmentation, essentiellement des habitants des Hauts-de-France et de la région parisienne. Dans l'ensemble, les clients sont plutôt ravis, ils viennent pour se détendre, profiter de la gastronomie et visiter les alentours. On constate de plus en plus de réservations tardives, ce n'est pas évident de prévoir, mais on s'adapte. On est toujours optimistes, notre région attire et on espère que la météo sera au rendez-vous. »

Sandrine Caille, 1ère de réception au château de Tilques

(**) Verbatims recueillis par Hauts-de-France Tourisme lors de l'enquête

Que peut-on en conclure ?

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

... L'année 2022 et ce bilan des vacances de printemps 2023 le confirment. La crise (sanitaire, économique, écologique...) a accéléré les mutations des modes de consommation touristiques : même si le besoin de voyage lointain existe toujours, le tourisme de proximité devient LA solution prépondérante pour répondre aux besoins de ressourcement profond 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 (2e région la plus accueillante de France par les utilisateurs de Booking, Saint-Valéry-sur-Somme dans le TOP 10 des villes les plus accueillantes de France selon Airbnb),
- 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. Entre économie et valeurs, l'indispensable transformation du tourisme est nécessaire.

La gastronomie régionale :
un levier d'attractivité supplémentaire qui se révèle en 2023

Depuis cette année, 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.

« Ce label est une opportunité de renforcer l'attractivité touristique des Hauts-de-France car la gastronomie est aujourd'hui un moteur de choix prioritaire d'une destination touristique. Nous voulons donner à voir et à vivre l'exceptionnelle richesse de nos terroirs, de nos savoir-faire, de notre patrimoine, partager l'authenticité de notre culture culinaire qui conjugue audace et générosité »



En pratique :

L'année est émaillée d'événements gourmands (marchés, ateliers, dîners insolites...) destinés au plus grand nombre

[Calendrier des manifestations ici](#)

Et surtout, chacun peut participer à l'enquête et à la collecte de recettes régionales !

[Partagez vos recettes de famille ici](#)

Méthodologie : Données issues de l'enquête de conjoncture du 25 au 28 avril sur la période des vacances de printemps (zone B). Echantillon représentatif de 500 répondants (239 hôtels, 170 campings, 14 résidences de tourisme, 8 auberges de jeunesse, 4 villages de vacances et 65 équipements touristiques).

Téléchargez le dossier de presse 2023 en cliquant ici

Contacts Presse

REVOLUTIONR
Karine de Haynin
kdehaynin@revolutionr.com
Tél.: 06 72 07 11 31

Comité régional du Tourisme et des Congrès
Maxime Truffaut
maxime.truffaut@hautsdefrancetourisme.com
Tél.: 06 64 56 10 24