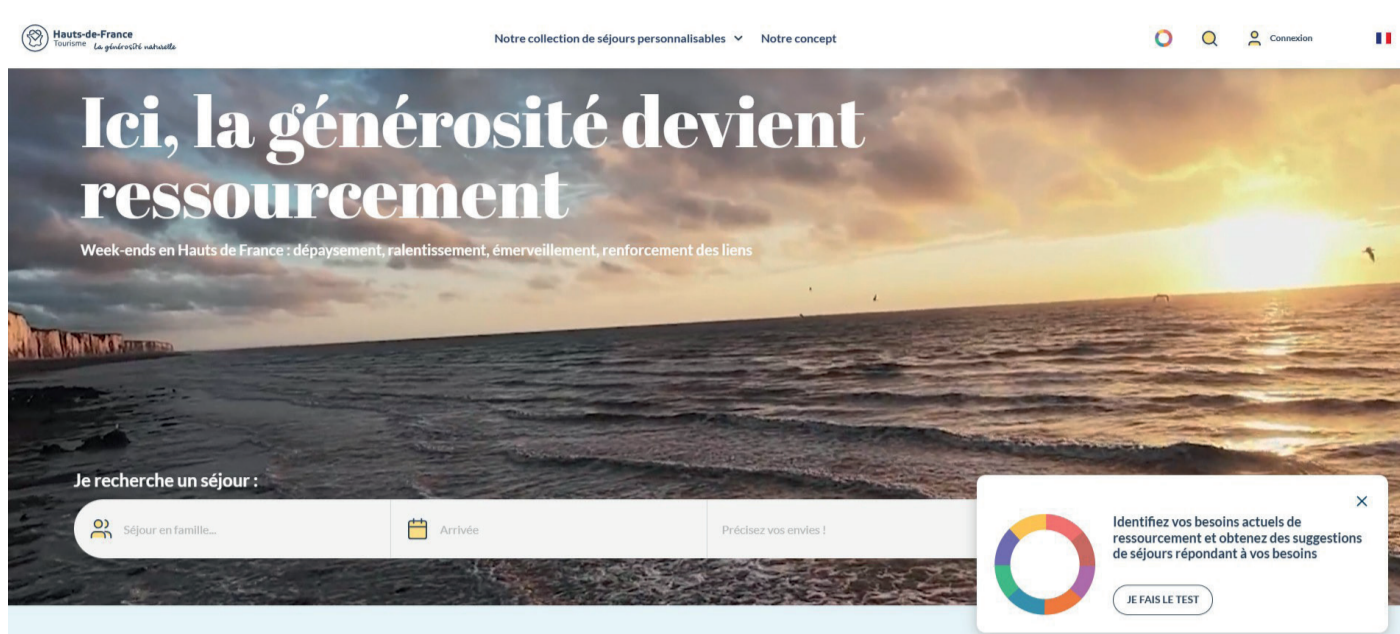


## LANCEMENT DE LA NOUVELLE PLATEFORME HAUTS-DE-FRANCE TOURISME

*Ici, la générosité devient ressourcement.*

Hauts-de-France Tourisme dévoile sa toute nouvelle plateforme, [www.weekend-hautsdefrance.com](http://www.weekend-hautsdefrance.com), mise en ligne le 22 octobre.

Si le nom reste le même, la proposition, elle, s'enrichit : une plateforme profondément repensée, qui fait du tourisme de ressourcement le cœur de son innovation et de sa vision.



Sous la houlette de Daniel Fasquelle, Président de Hauts-de-France Tourisme, et de Jean-Philippe Gold, Directeur, Hauts-de-France Tourisme dévoile aujourd'hui l'ambitieuse plateforme [www.weekend-hautsdefrance.com](http://www.weekend-hautsdefrance.com), issue de deux ans de développement technologique. On ne parle plus de séjours classiques, mais de véritable tourisme de ressourcement, ancré dans une économie de la transformation.

*« Désormais, le visiteur veut la garantie qu'il repartira dans un état différent : plus reposé, plus inspiré, plus relié avec ses proches. »*

Daniel Fasquelle, Maire du Touquet Paris Plage,  
Conseiller Régional Délégué au Tourisme, Président de Hauts-de-France Tourisme.

### UNE VISION EXPERIENTIELLE ET TRANSFORMATIONNELLE DU TOURISME

Ce lancement ne marque pas seulement une évolution technologique : c'est l'aboutissement d'une réflexion collective sur le sens même du séjour.

Dans un monde accéléré, hyperconnecté, où les tensions physiques, mentales et sociales s'accumulent, **Hauts-de-France Tourisme affirme sa conviction : le tourisme de proximité s'inscrit en réponse aux maux d'une société hypermoderne. Partir en court séjour à proximité c'est se retrouver, se ressourcer, renforcer les liens avec ses proches et revenir transformé.**

*« Face aux tensions liées à l'accélération de la société, le tourisme offre un espace de réconciliation avec soi, les autres et le monde. »* déclare **Daniel Fasquelle, Maire du Touquet Paris Plage, Conseiller Régional Délégué au Tourisme, Président de Hauts-de-France Tourisme.**

*« Le lancement de cette nouvelle plateforme marque bien plus qu'une refonte digitale : c'est une réponse à de nouveaux besoins de société. Nous avons voulu interroger ce que signifie partir aujourd'hui. Non pas fuir, mais se reconnecter avec soi, avec les autres, avec le vivant »,* explique Jean-Philippe Gold, directeur de Hauts-de-France Tourisme.

Inspirée des sciences humaines et nourrie des modèles **"The Experience Economy"**, développée par **Joseph Pine** avec le modèle des 4 E - Évasion, Éducation, Divertissement (pour Entertainment), Esthétique - et les produits sont structurés selon les besoins du client. Cette vision replace le séjour au cœur d'une économie de la transformation.

### UNE EXPÉRIENCE TRANSFORMATRICE AU SERVICE DU RESSOURCEMENT

S'appuyant sur des expertises variées — neurosciences, sociologie, santé, marketing expérientiel — et sur un partenariat avec le cabinet d'études **Think Out**, la plateforme ne propose pas des séjours standardisés, mais **des expériences personnalisées.**

Chaque séjour devient une **réponse à des besoins profonds** : sensoriel, mental, social, spirituel, physique ou cognitif.

L'utilisateur navigue désormais à travers **ses envies de transformation** — se régénérer, stimuler sa créativité, restaurer son attention, renouer avec ses proches.

*« Le tourisme n'est plus un simple déplacement, mais une fabrique d'expériences sensées et de transformations personnelles »,* affirme **Jean-Maxence Granier, Président-Directeur du cabinet d'études Think Out.**

### DE LA CONNAISSANCE À L'ACTION : UNE CHAÎNE VERTUEUSE RÉGIONALE

Cette vision se concrétise sur le terrain grâce à un **travail d'activation collective** : une quarantaine de marketeurs travaillant en office de tourisme identifient en permanence les lieux et les adresses les plus en lien avec les aspirations de chaque typologie de visiteurs.

Chaque hébergeur a été accompagné pour **qualifier son offre dans le moindre détail** : une douzaine d'options à la réservation permettent de personnaliser chaque expérience — du choix de l'oreiller à la dégustation d'un dîner végétarien ou d'un bain nordique sous les étoiles.

Cette démarche, **0 % intelligence artificielle, 100 % intelligence émotionnelle**, illustre la philosophie de Hauts-de-France Tourisme : **placer la relation humaine et la générosité naturelle au centre du parcours du visiteur.**

### UN TEST SUR MESURE POUR DÉCOUVRIR SES BESOINS

Pour accompagner cette exploration, la plateforme intègre un **test de ressourcement inédit** : une vingtaine de questions simples permettent d'identifier les besoins dominants de chaque visiteur — besoin de lien, de calme, de nature, de création...

En quelques minutes, l'utilisateur obtient une proposition de séjours en résonance avec son état intérieur.

Cette approche incarne une **nouvelle manière de penser le séjour**, où la technologie devient un levier au service du sens et de la personnalisation.

### UNE RÉGION LABORATOIRE D'UNE NOUVELLE ÉCONOMIE DU TOURISME

Avec plus d'une centaine de séjours au lancement et près de 250 prévus d'ici la fin de l'année, [www.weekend-hautsdefrance.com](http://www.weekend-hautsdefrance.com) apparaît comme un **laboratoire vivant du tourisme de demain.** Chaque séjour, qu'il s'agisse d'un bain de forêt, d'immersions artistiques ou d'une échappée en cyclotourisme, devient un moment de transformation intime et partagé.

*« On tend vers un tourisme de proximité dont l'attendu est un ressourcement global, un mot fédérateur qui recouvre plus que la santé, en reliant reconexion à la nature, contemplations artistiques, gastronomie, partage d'une histoire commune à travers le patrimoine, des découvertes et émotions qui créent des souvenirs et renforcent les liens. Cette vision du tourisme s'inscrit dans les valeurs humaines portées par les habitants des Hauts-de-France : le plaisir de faire plaisir, la générosité, le goût du travail bien fait, validé par la satisfaction du visiteur. »*

Jean-Philippe GOLD.