



#RespirezHautsdeFrance

La générosité naturelle
Generous by nature

LA LETTRE D'INFORMATION DE HAUTS-DE-FRANCE TOURISME | JUIN 2026



Les tendances du voyage en 2026 confirment une aspiration forte des Français : s'évader, se ressourcer, partager des moments de qualité avec leurs proches et privilégier des destinations accessibles et authentiques. Une évolution qui résonne pleinement avec les atouts des Hauts-de-France.

Pour accompagner cette dynamique, nous lançons cet été la campagne **#RespirezHautsdeFrance**, une invitation à découvrir ou redécouvrir les multiples expériences de ressourcement qu'offre notre région. Cette promesse s'incarne également dans le nouveau numéro du magazine **Esprit Hauts-de-France**, consacré à l'évasion de proximité et à ces parenthèses qui permettent de retrouver le goût du temps choisi.

Parallèlement, nous poursuivons notre développement sur les marchés internationaux. Les actions menées en Allemagne, au Royaume-Uni, en Belgique, aux Pays-Bas ou encore en Chine témoignent de la montée en puissance de notre stratégie de business management, au service de la mise en marché de l'offre régionale et de la conquête de nouvelles clientèles.

Autant d'initiatives qui contribuent à renforcer le rayonnement des Hauts-de-France et à affirmer notre positionnement : une destination dépaysante, généreuse et profondément ressourçante.

Daniel Fasquelle
Conseiller régional délégué au Tourisme
Président de Hauts-de-France Tourisme

ACTUALITÉ

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2025

Piloter, produire, délivrer



TÉLÉCHARGEZ
LE RAPPORT D'ACTIVITÉS 2025
DE HAUTS-DE-FRANCE TOURISME



LES GRANDES TENDANCES DU VOYAGE EN 2026 : LE RESSOURCEMENT ET LA PROXIMITÉ

3 études récentes viennent démontrer les attentes des voyageurs en 2026 :

- Alliance France Tourisme/Ihop : *Les vacances d'été des Français*
- Elloha / Amadeus : *Voyage 2026*
- WeRoad : *How travel is changing*

Principaux enseignements

- recherche de bien-être et de déconnexion,
- progression des courts séjours,
- préférence pour les destinations accessibles,
- montée du tourisme expérientiel et de proximité,
- les voyageurs privilégient les expériences humaines et authentiques.

Les émotions associées à la perspective des vacances d'été



DÉCOUVREZ LE CONTENU DE CES ÉTUDES



COMMUNICATION MAGAZINE



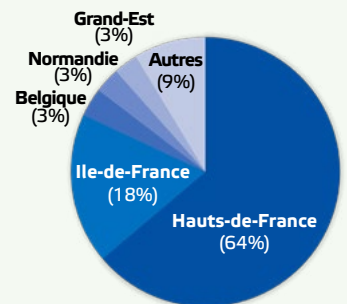
LE NOUVEAU NUMÉRO DU MAGAZINE ESPRIT HAUTS-DE-FRANCE

- 1 million de lecteurs,
- 192 000 abonnés,
- 2,8 millions d'€ (estimation impact économique)*,
- 8,7/10* (rôle du magazine sur la fierté d'appartenance des habitants).

FEUILLETEZ LE MAGAZINE
ESPRIT HAUTS-DE-FRANCE N°9



Répartition géographique des abonnés



* Résultats issus de l'étude d'impact du magazine - Édition 2025 - ThinkOut

A LA UNE

#RESPIREZHAUTSDEFRANCE LA CAMPAGNE VACANCES D'ÉTÉ 2026

Durant tout l'été Hauts-de-France Tourisme diffuse une campagne mettant en avant le tourisme de proximité en région à travers différents médias :

- Magazine *Esprit Hauts-de-France*,
- Webmagazine thématique *Esprit Hauts-de-France*,
- Guides d'inspiration,
- Carnet d'escapades,
- Newsletters thématiques et mensuelles,
- Réseaux sociaux,
- Landing page sur la plateforme weekends Hauts-de-France.

Une campagne également répliquée sur nos marchés européens :
#BREATHENORTHERNFRANCE.



DÉCOUVREZ PLUS D'INFORMATIONS SUR LA CAMPAGNE



4 CAMPAGNES DIGITALES ONT GÉNÉRÉ PRÈS DE 12 000 TÉLÉCHARGEMENTS. BILAN DES CAMPAGNES :

■ **Marché français : campagne digitale Art Déco**

Campagne diffusée du 23 mars au 15 avril avec l'équipe du Printemps de l'Art Déco.

Résultat

2 397 téléchargements.



■ **Marché français : campagne 10 pauses ressourçantes en Côte d'Opale en partenariat avec Opale and Co**

Campagne diffusée du 20 avril au 11 mai.



Résultat

3 801 téléchargements.

■ **Campagne Tourisme à vélo : 16 itinéraires à vélo pour s'évader chacun à son rythme**

Campagne diffusée du 20 avril au 25 mai.



Résultat

3 733 téléchargements.

■ **Marché britannique : campagne digitale Côte d'Opale**

Hauts-de-France Tourisme, en partenariat avec Calais XXL Tourisme et Nausicaá, a lancé une campagne digitale sur le marché britannique : « Séjour en famille inoubliable sur le littoral du nord de la France ».

Résultat

Plus de 2 000 téléchargements.



DÉCOUVREZ
LES 4 GUIDES



SOUTIEN À LA MISE EN MARCHÉ B TO B

4 types d'actions majeures : salons et workshops, prospection, formation, eductours.

Marché allemand : Salon RDA Group Travel Expo – Cologne

Du 27 au 29 avril, Hauts-de-France Tourisme participait au salon allemand du tourisme de groupe.

Résultats

- 22 rendez-vous professionnels réalisés,
- 14 programmes groupes en préparation.

La destination était présente aux côtés de :

- Calais XXL Tourisme,
- Hello Lille,
- H.I.F Gruppenreisen nach Frankreich 4.

Une visibilité renforcée par une parution dans **Bus Blickpunkt**, diffusé auprès de 7 640 professionnels du tourisme.



Marché chinois : renforcement des actions commerciales en Chine

Tournée de prospection menée à Pékin, Chengdu et Chongqing.

Résultats

- 27 rendez-vous B to B organisés,
- développement des segments loisirs et MICE.



MICE

55 étudiants MBA de la Cheung Kong Graduate School of Business accueillis au Château de Chantilly pour une opération incentive.



Marché britannique : Éductour scolaire avec le Parc Astérix

Du 19 au 21 mai, 10 tour-opérateurs scolaires britanniques ont découvert l'offre groupes des Hauts-de-France, en partenariat avec le Parc Astérix, le Château de Chantilly, Calais XXL Tourisme et La Coupole, Centre d'Histoire et Planétarium 3D.



Marché belge : voyage de presse

6 journalistes accueillis en partenariat avec les offices du tourisme du Touquet-Paris-Plage et de Montreuil-sur-Mer.



Résultats

- 1 article dans La Libre Belgique
- 1 article dans Déco Idées magazine (Belgique)
- 16 posts vidéos sur Facebook

Marché néerlandais : accueil du tour-opérateur Fox Reizen



Résultat

Référencement dans la brochure Fox Reizen pour la programmation ANWB 2027 – Autotour.

RETOMBÉES PRESSE NATIONALES, RÉGIONALES ET INTERNATIONALES

■ **Retombée presse nationale : 5 adresses régionales sélectionnées par Le Figaro Magazine**

■ **Retombée presse régionale : Tourisme brassicole dans *Terres et Territoires***



■ **Retombée presse internationale : La cathédrale d'Amiens à l'honneur sur la chaîne japonaise NHK**



2 VOYAGES DE PRESSE IMMERSIFS Faire vivre aux journalistes des activités signatures dans des lieux emblématiques des Hauts-de-France

■ Du 20 au 22 mai, six médias nationaux ont été accueillis dans le cadre du voyage de presse **"Bains d'art en Hauts-de-France"** : Arts Magazine, Psycho pour Elles Magazine, L'Agora des Arts, France 5, Eskal Magazine et Info Travel.

■ Du 3 au 5 juin, Hauts-de-France Tourisme a organisé un voyage de presse **"Évasion active au grand air version Hauts-de-France"** en baie de Somme.

Au programme : le Louvre-Lens, La Piscine de Roubaix, le LaM, la Villa Cavrois, le festival Art & Jardins aux Hortillonnages d'Amiens et le Festival des Forêts.

Au programme : longe-côte et char à voile, marche, pirogue en baie de Somme, cyclotourisme dans la vallée de la Somme.



DÉCOUVREZ LES ACTUALITÉS ET RETOMBÉES PRESSE



TEMPS FORTS AUX CÔTÉS DES TERRITOIRES ET DES PROFESSIONNELS

Baromètre régional de la qualité de l'expérience client – Présentation de l'outil à Nausicaá, l'hôtel du Cap Hornu, l'Aquaclub et le golf de Belle Dune.

Déployé avec Better World Collective Intelligence depuis un an, le baromètre analyse plusieurs dizaines de milliers d'avis visiteurs.

Objectifs

- diagnostiquer la qualité de l'expérience client,
- mieux comprendre les attentes des visiteurs,
- améliorer la qualité de l'expérience vécue par les visiteurs.

Villes et Villages Fleuris – Réunion de lancement de la tournée 2026

Le 28 avril, le label Villes et Villages Fleuris Hauts-de-France a officiellement lancé sa nouvelle saison qui a débuté le mardi 9 juin.

Chiffres clés

- 83 communes visitées cet été,
- 40 membres du jury mobilisés,
- 9 semaines de tournée,
- 5 départements parcourus.

Hébergement – Les petits-déjeuners protéinés

Hauts-de-France Tourisme accompagne les hébergeurs dans le développement d'offres de petits-déjeuners protéinés valorisant les produits du territoire.



DÉCOUVREZ
CES TEMPS FORTS



L'AGENDA DE HAUTS-DE-FRANCE TOURISME

12 juin : Sommet de « L'IA avec NOUS ». Euratechnologies, Lille.

16-18 juin : Accueil presse The Guardian.

19-22 juin : Accueil presse The Telegraph.

20 au 23 juin : Tournée de démarchage en Allemagne avec 3 partenaires régionaux.

6 juillet : Réunion de mise en œuvre de la convention du Canal Seine Nord Europe.

23 septembre : Workshop presse, Paris.

6 octobre : Lancement du guide Michelin gourmand.



Hauts-de-France
Tourisme

Siège social : 3 rue Vincent Auriol - CS 11116 - 80011 AMIENS Cedex 1 - Tél. : +33 (0)3.22.22.33.66

5 rue des Précurseurs - CS 90484 - 59654 VILLENEUVE D'ASCQ Cedex



Région
Hauts-de-France

