



“Le réseau de petites entités artisanales et autonomes, fédérées par un projet fort et animées par des interactions permanentes, sera le modèle largement dominant”.

Marc Halévy
« Prospective 2015 - 2025 »

LES
RENCONTRES
DES ACTEURS
DU TOURISME
01/12/16



Dossier de presse

Rencontres des acteurs du tourisme

Jeudi 1er décembre 2016

Artois Expo, Arras

Le Programme

Pour leur 12ème édition, les **Rencontres des Acteurs du Tourisme** prennent le virage Hauts-de-France et c'est le Comité Régional du Tourisme de la grande région qui sera le moteur de ces rencontres. Souvent reconnu comme l'un des plus dynamiques et innovants de France, le CRT fera le tour d'horizon des nouvelles tendances du tourisme.

A PARTIR DE 8H30

OUVERTURE DES RENCONTRES DES ACTEURS DU TOURISME
par **Frédéric Leturque**, Président des CRT du Nord-Pas-de-Calais et de Picardie.

MUTATIONS DE L'ECONOMIE TOURISTIQUE : MENACES ET OPPORTUNITES.

Conflits sociaux, attaques terroristes, état d'urgence, vols :
Quelles réponses apporter à une image de la France fragilisée ?
Avec **Christian Mantéi**, directeur général d'Atout France,
Agence de développement touristique de la France.

TABLE RONDE : QUELLES CONSEQUENCES DU BREXIT POUR LE TOURISME ?

Avec la participation d'acteurs du tourisme Britanniques.

QUEL IMPACT DES TECHNOLOGIES EXPONENTIELLES (REALITE AUGMENTEE, IMPRIMANTE 3D...) SUR L'ECONOMIE TOURISTIQUE ?

Avec **Michel Lévy-Provençal**, organisateur des conférences TEDxParis,
Co-fondateur de Rue 89, chroniqueur aux Echos et au Huffington Post.

QUEL IMPACT DES NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION SUR L'ECONOMIE TOURISTIQUE ?

Avec **Philippe Moati**, économiste, professeur à l'université Diderot de Paris, fondateur de l'Observatoire de la société de consommation, spécialiste du commerce, de la distribution et de la consommation, auteur d'ouvrages dont «*La société malade de l'hyperconsommation*», Odile Jacob 2016.

12h30 : DEJEUNER

A PARTIR DE 14H

VERS UN NOUVEAU MODE DE DEVELOPPEMENT
Témoignages d'acteurs du tourisme sur de nouvelles démarches.

QUELLE EST LE RÔLE DE L'IDENTITE DANS L'ATTRACTIVITE ?

Avec **Sophie de Paillette**, consultante, experte en identité des territoires et des marques,
créatrice et responsable des « Portraits identitaires » de territoires.

LES FONDEMENTS D'UN NOUVEAU MODE DE DEVELOPPEMENT DE L'ECONOMIE TOURISTIQUE
Avec **Jean-Philippe Gold**, Directeur préfiguré de la fusion des CRT Nord Pas de Calais et Picardie.

17H : CLOTURE DES RENCONTRES DES ACTEURS DU TOURISME
par **Xavier Bertrand**, Président du Conseil régional Hauts-de-France.

Les Intervenants



Christian Mantéi

Directeur général d'Atout France, Agence de développement touristique de la France

[@atout_france](https://twitter.com/atout_france)

Philippe Moati

Economiste, professeur à l'université Diderot à Paris, fondateur de l'Observatoire de la société de consommation, spécialiste du commerce, de la distribution et de la consommation, auteur de nombreux ouvrages dont « *La nouvelle révolution commerciale* », Odile Jacob 2011 et « *La société malade de l'hyperconsommation* », Odile Jacob 2016.

[@phmoati](https://twitter.com/phmoati)



Michel Lévy-Provençal



Organisateur des conférences TEDxParis, cofondateur de Rue 89 le premier site d'info pro-amateur français, de Joshfire la première agence internet des objets

connectés de France, et organisateur de L'ÉCHAPPÉE, le do-tank qui met l'innovation au service du bien commun.

Intervenant à Sciences Po, chroniqueur aux Echos et sur le Huffington Post, il est reconnu comme une des voix qui compte dans l'écosystème d'innovation hexagonale.

[@mikiane](https://twitter.com/mikiane)

Grégory Guzzo

Directeur de l'office du tourisme de Val Thorens. Il a développé pour la station une stratégie unique et performante de relation client et de business intelligence.

La station de Val Thorens a obtenu de nombreuses récompenses (World Ski Awards 2015, European Best Ski Resort 2016, France's best Ski Resort 2016).

[@gregguzzo](https://twitter.com/gregguzzo)



Jean Paul Mulot

Journaliste, consultant en stratégie dans le domaine du luxe et de la finance, spécialiste des nouveaux médias il fut directeur

délégué du Figaro et fondateur du Figaro.fr. Spécialiste des relations franco-britanniques.

[@jeanpaulmulot](https://twitter.com/jeanpaulmulot)

Sophie de Paillette

Consultante, experte en identité des territoires et des marques, créatrice et responsable des « *Portraits identitaires* ».

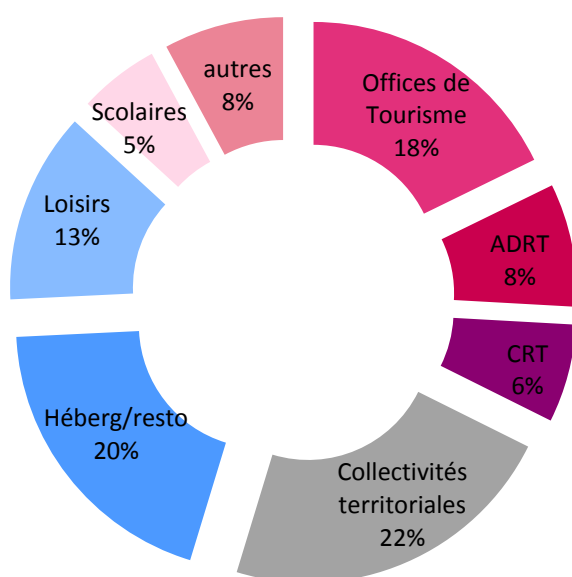
Auteur de plusieurs portraits et de l'ouvrage « *Corps et âmes* ».



Répartition des participants aux Rencontres

Les Rencontres des acteurs du Tourisme rassemblent chaque année près d'un millier de professionnels avec comme enjeu de décrypter les grandes tendances sociologiques, économiques et technologiques qui impactent l'économie touristique et d'identifier des solutions concrètes aux problématiques rencontrées par les professionnels des Hauts-de-France.

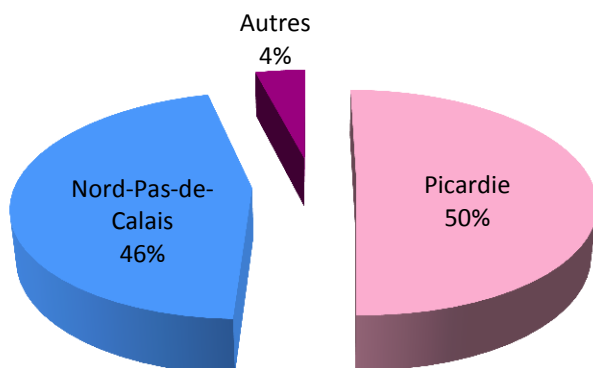
Répartition des inscrits par type d'organisme



Offices de Tourisme	151
ADRT	69
CRT	55
Collectivités territoriales	190
Hébergeurs/restaurateurs	166
Loisirs	107
Scolaires	45
Autres	67

Total des inscrits à J-6 850

Répartition des inscrits par région



Chiffres clés du tourisme en Hauts-de-France

L'INSEE a publié le 25 novembre un bilan de l'été 2016 : la vente de nuitées en France est en baisse de 2,5% par rapport à l'été 2015. Les Hauts-de-France font exception à la règle, la région est l'une des seules (avec la Corse) à signer une progression de 1,8% !

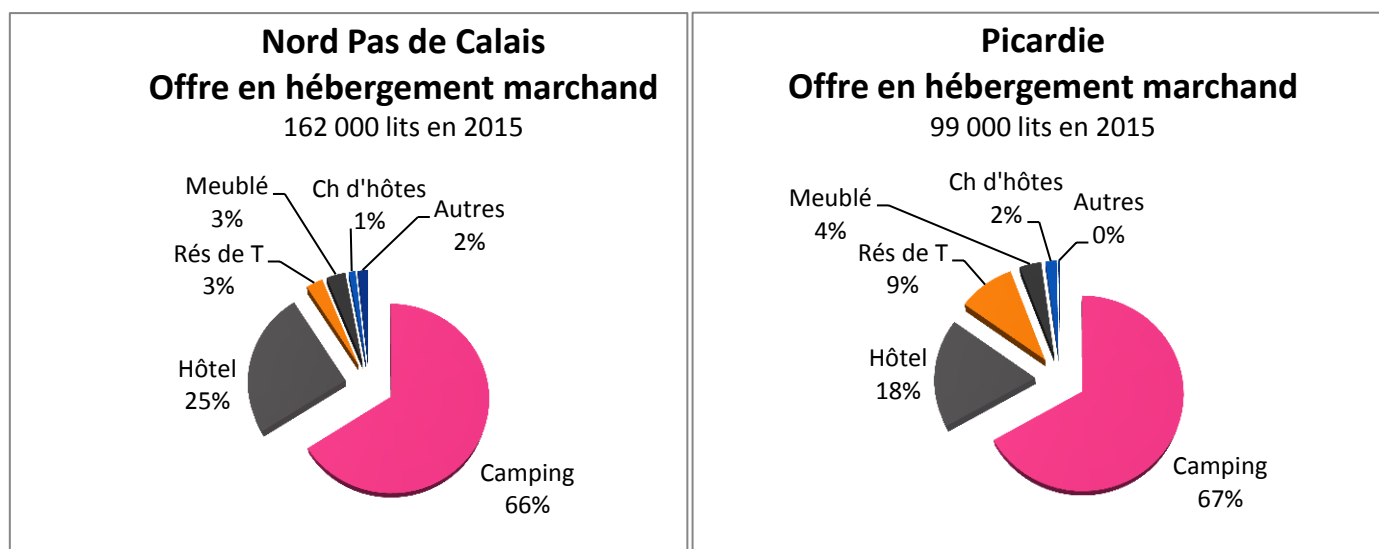
La tendance se vérifie avec les nuitées étrangères, en baisse de 5,5% en France et en hausse de 4,5% en Hauts-de-France. Une amélioration qui place la région en seconde position en termes de progression de la clientèle étrangère et en fait l'une des régions les plus dynamiques du pays.

Les hébergements marchands en Hauts-de-France

	Picardie	Nord-Pas-de-Calais	Hauts-de-France
Hôtels	253	455	708
Campings	192	346	538
Résidences de tourisme	14	18	32
Meublés (label Gîtes de France et Clévacances)	889	1317	2206
Chambres d'hôtes (label Gîtes de France et Clévacances)	916	957	1873
Auberges de jeunesse et villages vacances	3	16	19
Sous total nombre d'équipements marchands	2267	3109	5376
Résidences secondaires	38 000	52 000	90 000

L'offre d'hébergement marchand en 2015 (nombre de lits)

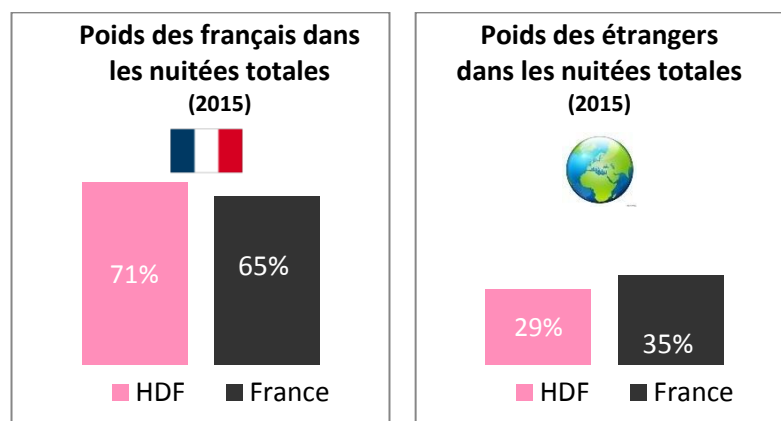
- Picardie : 99 000 lits en 2015
- Nord-Pas-de-Calais : 162 000 lits en 2015
- **Total Hauts-de-France : 261 000 lits en 2015**

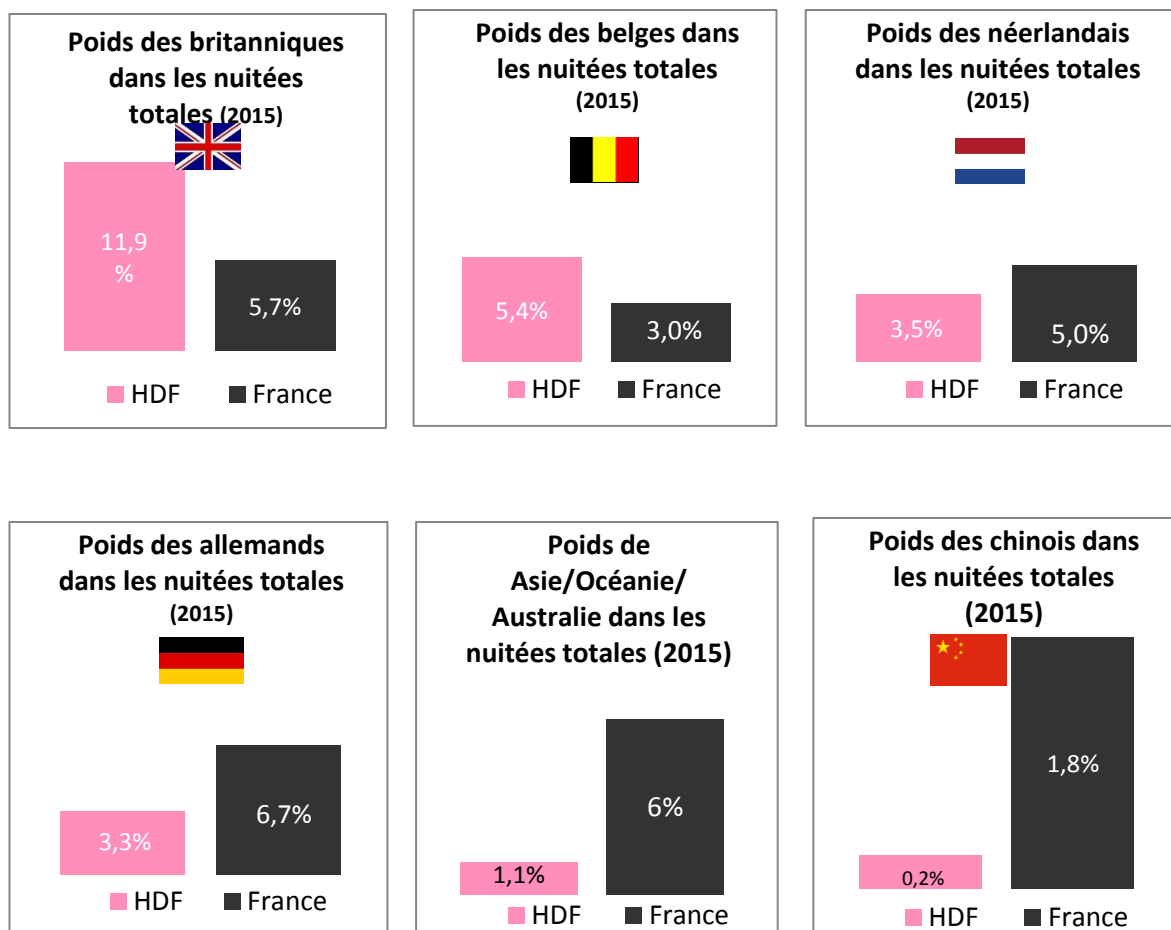


Les nuitées en hébergement marchand en 2015

	Hôtellerie			Hébergements collectifs			Hôtellerie de plein air		
	Picardie	NPDC	HDF	Picardie	NPDC	HDF	Picardie	NPDC	HDF
Nb d'équipements	253	455		17	34		192	346	
Nuitées 2015	2 566250	6 350800	8 917050	1 464850	839 000	1 548750	1 170400	782 900	1 953300
Variation des nuitées 2015/2011 en %	-5%	+10%		-1%	+2%		+6%	+3,5%	
% clientèle étrangère en 2015 (nuitées)	21%	27%		21%	17%		50%	39%	
Taux d'occupation 2015	55,8%	58,4%		46%	38%		33,7%	25,9%	
Variation du taux d'occupation 2015/2011 en points	-2 points	+0,6 point		-6 points	+2 points		+3 points	+1 point	

Le poids des marchés en Hauts-de-France et en France (cumul des nuitées en hôtels et campings)





- La clientèle en provenance d'**Asie/Océanie/Australie** est en forte progression depuis 2013. Même si les volumes sont faibles, la croissance est plus forte en région qu'en France.
Variation des nuitées 2015/2014 : **HDF : +35%** vs France : +12%
- La **clientèle chinoise** est en forte progression depuis 2012 même si son volume dans les hôtels de la région reste faible. Sa croissance est 2 fois plus importante en Hauts-de-France qu'en France
Variation des nuitées 2015/2014 : **Picardie : +102%** vs France : +46%

Chiffres clés du tourisme en Hauts-de-France

- **Les dépenses des touristes dans le secteur marchand**
5,6 milliards d'Euros de retombées économiques, soit l'équivalent de 4,1% du PIB
- **68 400 emplois touristiques** sur l'ensemble de la région. A titre de comparaison, l'agro-alimentaire, 1^{er} secteur industriel de la région, compte environ 50 000 emplois salariés.

Top 10 des équipements culturels et de loisirs en 2015

Parc Astérix (60 – Plailly)	1 850 000	Payant
Cathédrale d'Amiens (80-Amiens)	693 000	Gratuit
Nausicaa (62 – Boulogne)	547 100	Payant
Domaine de Chantilly, Musée Condé et Musée du Cheval (60- Chantilly)	467 000	Payant
Parc de loisirs d'Olhain (62 – Olhain)	400 000	Gratuit, activités payantes
Parc Saint Paul (60 – St Paul)	362 500	Payant
Louvre- Lens (62- Lens)	353 800	Gratuit
Mer de Sable (60- Ermenonville)	330 000	Payant
Val Joly (59-Eppe Sauvage)	325 000	Gratuit, activités payantes
Parc Bagatelle (62- Merlimont)	309 700	Payant

Top 5 des évènements incontournables (chiffres 2015)

Braderie de Lille	2 500 000
Course cycliste Paris(Compiègne) – Roubaix	2 000 000
Marché de Noël d'Amiens	1 000 000
Rencontres internationales de cerfs-volants Berk	700 000
Le Carnaval de Dunkerque	550 000

Hauts-de-France : territoire de parcs et jardins



110 Parcs et jardins dénombrés en Hauts-de-France (69 en Picardie, 41 en Nord-Pas-de-Calais)

26 jardins remarquables en Hauts-de-France dont 7 en NPDC et 19 en Picardie.

Projets et actualités

- **Portrait identitaire du territoire Hauts-de-France** dont la restitution se fera fin Juin 2017
- **3 magazines de tourisme Hauts-de-France** :
 - # version française, tiré à 300 000 exemplaires (1.2 millions de lecteurs), dont 57% des lecteurs sont des habitants des Haut-de-France
 - # néerlandaise, tiré à 90 000 exemplaires (210 000 lecteurs)
 - # britannique on-line
- **Business développement des marchés étrangers** : marchés de proximité (Grande-Bretagne, Pays-Bas, Belgique, Allemagne) mais aussi marchés lointains (Chine et Inde)

Focus sur les marchés lointains

Marché chinois

L'économie touristique chinoise représente 13% de l'économie du tourisme mondial

En 2015, la croissance de la deuxième puissance économique de la planète s'est établie à +6,7%. Sur une population de 1,3 milliard d'habitants, la **Chine** compte aujourd'hui plus de 1% d'habitants très riches (soit 13 millions d'habitants¹). La classe moyenne chinoise est, elle aussi, en progression constante: **300 millions de chinois** ont aujourd'hui un revenu leur permettant d'effectuer des voyages à l'étranger et près de 200 millions de retraités chinois déclarent avoir l'intention de « faire du tourisme ». Une croissance exponentielle : on dénombrait 47 millions de touristes chinois dans le monde en 2009 ; ils seront **200 millions en 2020** selon l'OMT et sont déjà les **touristes les plus dépensiers au monde** depuis 2014 avec 163 milliards de dollars dépensés à l'étranger. Cette contribution de la Chine aux revenus du tourisme mondial est de 13% de l'économie globale.



Personnaliser les produits et services proposés aux TO chinois

C'est la stratégie développée par le Comité Régional du Tourisme (CRT) qui a, dès 2012, internalisé la compétence culturelle chinoise avec le recrutement d'une **Business Developer d'origine chinoise** et créé avec l'Université de Picardie Jules Verne, **une formation au guidage en chinois spécifiquement adaptée aux besoins des TO**. Ces rapports de confiance ont permis de fluidifier les échanges avec les Tour-Operators

chinois et d'accélérer la programmation de la région dans les circuits européens : en deux ans, la clientèle chinoise est devenue la première clientèle étrangère du Domaine de Chantilly.

Fin octobre, le TO Caissa, un leader du marché chinois vers l'Europe, a signé un accord inédit avec la région Hauts-de-France. Cet **accord de coopération stratégique** vise au **développement de nouvelles offres touristiques personnalisées pour les groupes de format classique, les groupes attirés par le luxe** et ceux souhaitant un **programme sur-mesure**. Caissa envoie actuellement 25 groupes par mois en région Hauts-de-France, dont 7 qui consomment de la nuitée sur le territoire.



Le coup d'envoi de cette collaboration renforcée avait été donné en août dernier, lorsque que Caissa a dépêché une équipe vidéaste pour tourner un film promotionnel de la région. Le film va faire largement le tour de la Chine grâce à une diffusion dans les salles de cinémas (un réseau qui a touché 0.151 milliard de personnes en 2015), sur China Central Télévision (CCTV 4: 50 millions de téléspectateurs par jour et CCTV9 :10 millions par jour) et sur Youku, l'équivalent chinois de Youtube...avec 0.6 milliards de clics par jour.

Un levier de développement pour l'économie des Hauts-de-France

La taille et les perspectives de développement font du marché chinois un enjeu stratégique pour le développement de l'économie touristique régionale.

Pour capter cette croissance exponentielle le CRT va devoir agir simultanément sur la demande (prospection permanente de voyageurs) et sur l'offre (propositions personnalisées, intégration des attentes des visiteurs chinois par les professionnels du tourisme de la région Hauts de France).

Plus largement : toute opportunité de développement des échanges culturels entre chinois et reste du monde permet à la Chine de faciliter ses investissements dans les pays visités par ses ressortissants. Les échanges culturels sont toujours au service –et les prémises- d'échanges économiques à venir.

Nota :

Caissa est un TO chinois leader sur les destinations européennes pour les segments CSP + et luxe.

Il représente en 2016, 100 000 visiteurs chinois en Europe dont 90% viennent en France. Caissa compte 4 000 salariés, possède son propre réseau d'agence de voyages (400 agences) et sa propre compagnie aérienne.

Marché indien

2 Tours Operators partenaires en décembre 2014, 22 en août 2016 : le référencement de la destination Hauts-de-France chez les voyageurs indiens – ils captent 80% des flux sur ce marché très intermédiaire-enregistre une croissance exponentielle.

Après l'accueil, au printemps, du tournage de la production bollywoodienne « *Bekfire* » (le film sort en salles en décembre), la région lance aujourd'hui un site internet dédié aux professionnels indiens du tourisme. C'est à ce jour le seul exemple en France.

Pour l'Inde, la région a deux atouts majeurs: la **proximité de Paris** et un **patrimoine** qui répond à l'évolution rapide des attentes du voyageur indien individuel, désormais davantage mono-destination et à la recherche d'expériences à *la française* exclusives, hors des sentiers battus du tourisme de masse.

« *France's best kept secret destination, just outside Paris* », le positionnement de la région sur le marché Inde vient d'ailleurs de lui valoir d'accueillir le tournage du film *Befikre*, une super-production Bollywood dont l'exploitation en salle débutera dans les 1ers jours décembre dans 60 pays et qui va déboucher sur la création d'une nouvelle ligne de produits de séjours « romantiques » et « wedding » en Hauts-de-France.



Le premier site web dédié au BtoB indien en France

Mis en ligne le 15 septembre 2016, le site <http://northernfrance-tourism.in/> qui s'adresse aux Tours-Opérateurs (TO) indiens a deux objectifs de performance économique:

- **Faciliter l'accès à l'information utile aux prescripteurs de voyages de groupes** (les « GIT »), générateurs de gros volumes
- **Faciliter le positionnement de la région sur les segments de clients à haute valeur ajoutée:**
 - Le segment familles (les « FIT » pour « family individual traveller »)
 - Le segment MICE (acronyme de Meetings, Incentive, Convention & Events)

Il positionne également **un Business Developer dédié comme interlocuteur à valeur ajoutée** : comme pour le marché chinois en 2012, la région a fait le pari de l'internalisation de la compétence culturelle indienne en recrutant un Business Developer indien en 2015... et avec les mêmes attendus : que la compréhension « innée » du marché, la connaissance fine des critères de choix des clients et la confiance naturelle avec les professionnels indiens viennent **accélérer les performances économiques du modèle**.

Dès 2017, ce support numérique va faciliter **l'extension de la gamme de séjours et des services proposées aux TO indiens à l'échelle de la région Hauts-de-France**.

Le potentiel du marché indien en chiffres :

- 1,3 milliard d'habitants, 18% de la population mondiale.
- Un taux de croissance de +7,3% en 2015/2016
- Des hausses de salaire de +11% en moyenne en 2015
- 18 millions de touristes indiens à travers le monde en 2014... ils seront 30 millions en 2018 et 50 millions en 2020.
- Le nombre de touristes indiens en France croît en moyenne de 15% par an depuis 2013.

Picardy Experiences Northern France Regional Tourism Hauts-de-France

Follow us Get in touch Search ...

FRANCE'S BEST KEPT SECRET DESTINATION

1 hour from Paris & 30 minutes from CDG

"[...] When you drive from Paris to Picardy, it's just one hour drive. You feel like it's the countryside of France. It's a beautiful drive, no traffic, clean air [...]"
Vinayak Laud, Director at Vinyaayak Holidays

No Commission World-Class Sites One-Stop Services Indian Food

NEED HELP?
Get in touch with Lucie
Your dedicated expert