

# Décryptage des Tendances de Fond sociétales et de leur impact sur le Tourisme

R&D CRTC Hauts de France

Les  
**TUTOS**

Mission Attractivité  
Hauts-de-France  
Comité Régional du Tourisme et des Congrès





**Mission Attractivité**  
 \_\_\_\_\_ Hauts-de-France \_\_\_\_\_  
 Comité Régional du Tourisme et des Congrès

# LA SEGMENTATION CLIENTS EN HAUTS-DE-FRANCE

Prendre soin  
**HAUT & FORT**

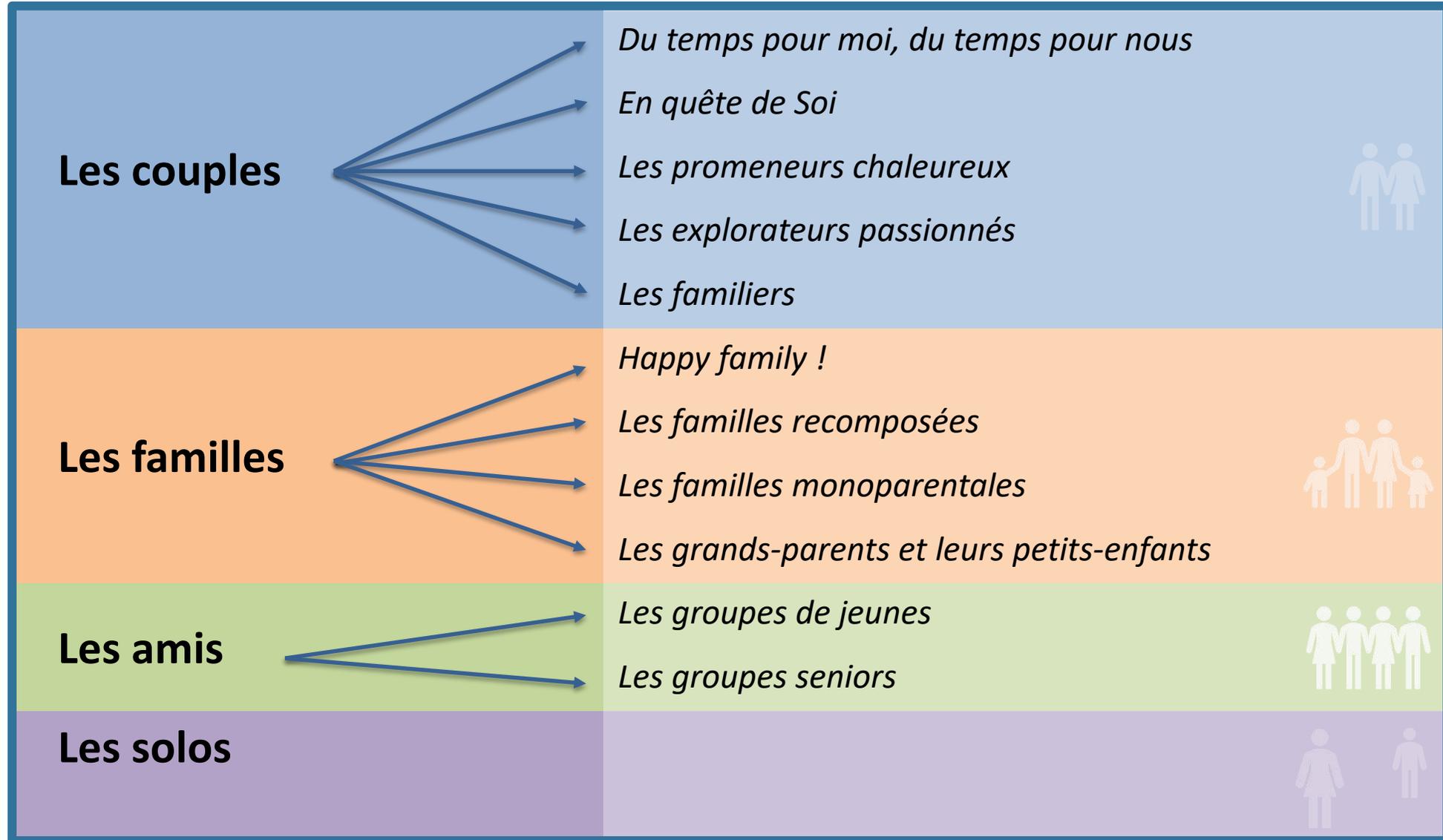
HAUTS-DE-FRANCE

Synthèse issue de la connexion d'études CSA et Think out



Le CRTC Hauts-de-France est auteur de ce document.  
 Toute utilisation faite sans consentement de l'auteur est illicite  
 article L122-4 du Code de la propriété intellectuelle

# LA SEGMENTATION CLIENTS EN HAUTS-DE-FRANCE



# COUPLES / UN TEMPS POUR MOI ET POUR NOUS

*Ralentir, faire une pause*

## Contexte

A partir de 30 ans, actifs, CSP+, souvent très pris par le travail. Le rythme quotidien est soutenu, ils sont en pleine construction de leur couple et de leur parcours professionnel. Passifs, ils souhaitent se détendre individuellement et en couple.

Ils ont un besoin d'évasion afin de parvenir à déconnecter à la fois par le cadre et par le rythme. Ils apprécient d'être surpris, notamment au niveau culinaire

## BESOINS

Besoin PRIORITAIRE :

**RALENTIR** par rapport au rythme soutenu de la semaine

Besoins COMPLÉMENTAIRES :

**SE RETROUVER**, resserrer les liens du couple

**SE DÉPAYSER** : contemplation de paysages, soins bien-être

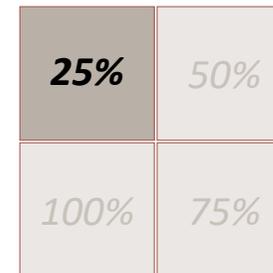
## FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- ++ L'**accessibilité** (pas de perte de temps dans les transports)
- ++ Le **calme et le confort** : vue depuis la chambre, déco moderne et apaisante, hightech / highlevel, prestations de qualité, calme
- ++ Un **accueil chaleureux**
- + La **localisation centrale** de l'hébergement par rapport aux activités de bien-être (spa, piscine, massages)
- + La **liberté** : horaires de petit-déj adaptées, room-service, pas de planning ni de contraintes
- + Des **restaurants calmes, cadre intimiste, décoration raffinée** (fleurs, bougies...), **service discret, cuisine raffinée voire gastronomique**, produits de qualité et locaux. Ex : relais château, restaurant gastronomique, haut de gamme



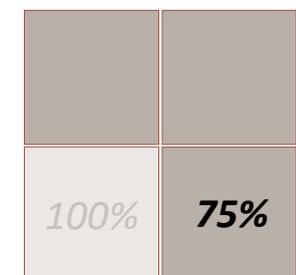
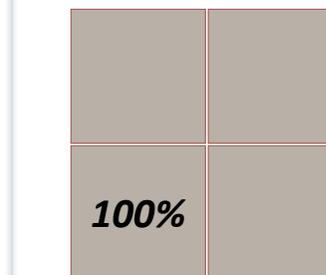
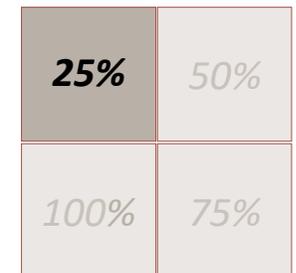
Être rassurés sur les mesures sanitaires prises par tous les acteurs du séjour, et notamment pour les spas, hammams, massages

### SE DIVERTIR



SAVOURER  
CONTEMPLER

### DÉCOUVRIR



S'ÉVADER

# 11 – Lenteur / Rythme de vie

« *Aspiration à la décélération, à un rythme de vie moins intense, à la contemplation. Redevenir maître de son temps, combattre le stress et l'anxiété* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Dans notre société moderne, l'urgence est devenue un mode de vie. Il y a une véritable injonction à la suractivité, au fait d'être parfait et efficace dans tous les domaines.
- ✓ En réaction à l'accélération subie des rythmes de vie, émerge fortement le besoin de se réapproprier l'espace-temps, la douceur de vivre : on s'autorise à ne pas tout voir ou voir autrement, à prendre le temps de découvrir.
- ✓ On redécouvre le luxe du temps long, de la flânerie, des rythmes naturels lents (les saisons..)
- ✓ Les valeurs sont à la légèreté, au lâcher-prise, à la simplicité. On se sent mieux quand on ralentit, on fait le vide.

## Traductions / illustrations concrètes :

- Parcourir la Baie de Somme au rythme du train à vapeur
- Séjour « silence » au château de Lizières
- Les visites de jardins
- Les itinéraires d'itinérance douce

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « *Le temps de la machine nous plonge dans un monde bruyant, intense, dicté par la course contre la montre. suspendre le temps permet de s'affranchir de Chronos et de retrouver du calme, du silence, une forme de repos.* » **BVA**, carnet de tendance bien-être et développement personnel
- « *Nous sommes des êtres cycliques, mais notre mode de vie moderne a tendance à l'oublier ! Pour être en bonne santé, il faut apprendre à reconnaître et respecter nos cycles.* » **Huria Benyaha**, chercheuse à l'Institut Cellule Souche et Cerveau
- « *Se reposer ne signifie pas seulement dormir. Se reposer, c'est aussi flâner, regarder les arbres ou les vitrines, se livrer à une occupation inutile, futile, simple, légère, non programmée, sans but ni objectif précis, dans la gratuité d'un moment où nous relâchons entièrement, corps et esprit.* » **Frédéric Lenoir**

# 3 – Beauté de la Nature

« *La contemplation de la nature est source d'émotions positives...*  
*Déconnexion, reconnexion, retour à soi* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Le monde connaît depuis le début du 20ème siècle une très forte accélération de l'urbanisation qui se traduit par l'accroissement de la taille et des activités des villes.
- ✓ L'environnement urbain pollué et bruyant affecte la santé et la qualité de vie de populations grandissantes.
- ✓ Besoin de compensation à l'urbanisation et à la métropolisation de la vie par la recherche d'environnements non surpeuplés, non toxiques et peu ou pas anthropisés pour (re)poser le regard
- ✓ Besoin de recontacter les éléments naturels (eau, terre, végétation, ...) pour retrouver son équilibre.

## Traductions / illustrations concrètes :

- Les paysages, les grands espaces, les panoramas : la Baie de Somme, la Côte d'Opale, les massifs forestiers
- Les grands parcs urbains, poumons verts au cœur des villes
- Les Parcs Naturels Régionaux,

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « *Des techniques sophistiquées d'imagerie cérébrale ont montré que lorsque nous visionnons des scènes de nature avec une végétation luxuriante, les régions du cerveau associées à la stabilité émotionnelle, à l'empathie et à l'amour sont plus actives.* » **Dr. Alan C. Logan** diplômé du Collège Canadien de Médecine Naturopathique
- « *Nous croyons regarder la nature, mais c'est la nature qui nous regarde et nous imprègne.* » **Christian Charrière**, journaliste et écrivain
- « *La joie de contempler et de comprendre, voilà le langage que me porte la nature.* » **Albert Einstein** (*Comment je vois le monde*, 1934)
- « *Le beau nous guérit de nos doutes. L'émotion esthétique est un réapprentissage de l'estime de soi* » **Charles Pépin**
- "On n'a encore rien fait de mieux que la nature (et l'art qui tente de l'imiter), pour se laisser traverser par plus grand que soi, pour nourrir notre esprit » **Anne Cazaubon**- *Se laisser toucher par le beau*

# 7 – Harmonie avec le Vivant / Reliance

« *Prise de conscience du lien profond reliant l'humanité au vivant (règne animal, végétal, minéral) et à l'univers; abandon de la prévalence de l'homme sur la nature...* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Face à la frénésie des sociétés contemporaines qui génèrent déséquilibre et stress, nous découvrons que se resynchroniser avec le rythme du vivant est symbiotique et nous répare,
- ✓ C'est la fin d'un cycle: on se rend compte que l'Homme n'est pas « au-dessus » de la Nature mais qu'il n'est qu'un élément de cette Nature, composé des mêmes briques élémentaires et traversé des mêmes champs d'énergie. Homme et Nature font partie d'un même grand tout universel et leurs destins sont liés.
- ✓ « Il n'y a pas de croissance infinie dans un monde fini »: émerge l'idée du nécessaire passage d'une société non durable et destructrice des ressources naturelles à une société résiliente, durable et solidaire, respectueuse du vivant et des limites planétaires.

## Traductions / illustrations concrètes :

- La sylvothérapie
- Les visites des lieux d'énergie : les sites mégalithiques, les sources, les fontaines,
- Le sit spotting
- Les expériences de permaculture, de fermes urbaines,



## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « *Avance simplement au rythme de la nature, en accord avec elle, car ses rythmes sont parfaits. Il y a une place pour chaque chose et chaque chose y a sa place* » **Anonyme**
- « *Nous avons pensé que s'affranchir de la nature était un gage de notre intelligence et de notre puissance. Or, plus on s'affranchit de la nature, plus on devient vulnérable.* » **Nicolas Hulot**
- « *Nous oublions souvent que nous sommes nature. La nature n'est pas quelque chose de distinct de notre part. Ainsi, quand nous disons que nous avons perdu notre connexion à la nature, nous avons perdu notre connexion à nous-mêmes.* » **Andy Goldsworthy**
- « *La reliance est essentiellement du domaine de l'expérience intérieure, une quête de l'Unité de la vie qui définit notre rapport au monde* » **Marcel Bolle de Bal**
- « *Je parle au monde et il me répond* » **Harmut Rosa**
- « *Tous nos mouvements, qu'ils soient pensées, émotions, ressentis, gestes, paroles génèrent des vibrations porteuses d'informations en nous, et tout autour de nous.* » **Vibrations, Clélia Félix**



**Comment répondre aux besoins des couples « un temps pour moi et pour nous » ?**

- **Quelles activités / sites leur conseiller pour ralentir et rompre avec le quotidien ? Et notamment en termes d'offres de bien-être chez moi ou autour de chez moi ? Quels sont les lieux propices au ressourcement, les panoramas, les parcs, les jardins, les œuvres à contempler dans les musées... ?**
- **Quels sont les restaurants proposant une cuisine raffinée, voire gastronomique, à base de produits locaux, où l'ambiance est calme et intimiste ? Les terrasses avec une jolie vue ?**
- **Comment je participe à l'ancrage territorial depuis chez moi (ex : au petit-déjeuner, proposition de panier de produits ou panier repas) ?**
- **Quelles sont les activités sportives douces ou les circuits / balades à vélo, à pieds, à cheval... qui permettent de s'immerger dans des espaces naturels ?**

# COUPLES / EN QUÊTE DE SOI

*Se ressourcer*

## Contexte

**Plus de 50 ans**, ils sont CSP+ très actifs ou jeunes retraités et disposent d'une bonne situation financière.

Ou **Moins de 50 ans** et ont acquis de la maturité sur la thématique du bien-être, sont en recherche d'expériences de bien-être approfondies qui vont au-delà des pratiques de découverte. Ils aiment se faire plaisir en prenant soin d'eux-mêmes. Ils sont exigeants et attentifs à eux-mêmes, ils surveillent leur alimentation, pratiquent une activité sportive régulière, utilisent des soins du corps et des techniques de développement personnel. Ils sont **actifs**.

## BESOINS

Besoin **PRIORITAIRE** :

**SE RESSOURCER** physiquement et mentalement par des soins, techniques de bien-être et pratiques sportives **APPROFONDIS**.

Besoins **COMPLÉMENTAIRES** :

**S'ÉVADER** par la contemplation de paysages.

## FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- +++ La **qualité et haute valeur ajoutée des prestations de bien-être**
- +++ Le **confort, le haut de gamme** de l'hébergement
- +++ L'**absence d'irritant** dans chacune des composantes du séjour
- + La **localisation centrale** de l'hébergement par rapport aux activités de bien-être, de sport et aux restaurants (pour les plus âgés : le restaurant sur place est un atout)
- + Des **restaurants calmes, peu fréquentés, cadre esthétique, accueil chaleureux, cuisine healthy, repas léger, produits de qualité et locaux, bio**. Ex : restaurant proposant des plats sans gluten, végétarien, des produits en circuits courts...

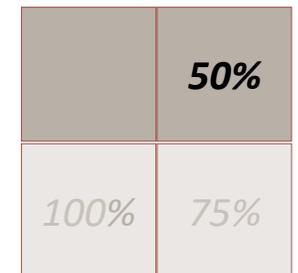


Être rassurés sur les mesures sanitaires prises par tous les acteurs du séjour, et notamment pour les spas, hammams, massages

### SE DIVERTIR

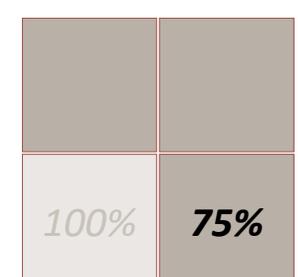
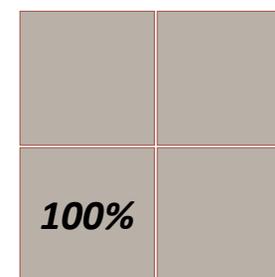


### DÉCOUVRIR



### SAVOURER

### CONTEMPLER



### S'ÉVADER

# 8 – Bien-être

« Recherche de sérénité, de ré harmonisation du corps et de l'esprit en réponse au stress, à l'angoisse, à l'anxiété »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ 83% des Français estiment que le stress a des conséquences néfastes sur leur santé et près de 20% se sentent proches du burn out.
- ✓ L'accélération des modes de vie et de communication, l'insécurité, l'impermanence des règles, des statuts et des situations génèrent un mal-être diffus ...
- ✓ ... que la crise sanitaire amplifie encore.
- ✓ La notion de bien-être est devenue un enjeu crucial dans notre société, elle est aujourd'hui indissociable de la notion de santé.
- ✓ Déjà présent dans les motivations de séjours, le besoin de bien-être s'est renforcé et se traduit par une recherche de temps pour soi, de légèreté (poser les fardeaux de la charge mentale), de lâcher-prise, de détente profonde

## Traductions / illustrations concrètes :

- Séance de méditation accompagnée : méditation face à des paysages immersifs ( devant un coucher du soleil, en forêt...)
- Massages et spas, siestes sonores aux Jardins de Valloire, Balades sophro, sylvothérapie, yoga
- Wutao au Musée de Saint Quentin, art thérapie au Louvre Lens
- Cuisine healthy

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « Apprendre à vivre, cela commence par apprendre à connaître et prendre soin de son corps, de son psychisme et de son esprit, et favoriser la bonne entente de ces trois dimensions de notre être. »  
**Frédéric Lenoir**
- « La sérénité correspond à ces instants indicibles où l'on se sent apaisé intérieurement et en connexion tranquille avec notre environnement. Dans ces moments-là, souvent très simples, nous ressentons une communion pacifiée entre notre monde intérieur et le monde extérieur. Cela peut être au crépuscule quand on observe le soleil se coucher ; en forêt, lorsqu'on écoute les oiseaux, les bruits du vent... » **Christophe André, psychiatre**
- « La véritable satisfaction devant la vie ne provient pas du fait de devenir riche ou mince mais du sentiment profond de se sentir bien avec soi-même. » **Mihaly Csikszentmihalyi, psychologue hongrois**
- « Nous sommes tellement habitués à entendre le vacarme perpétuel du mental, que nous n'avons plus conscience qu'en arrière plan existe un monde infini de tranquillité » **Pensées sur la joie et l'harmonie**

# 3 – Beauté de la Nature

« *La contemplation de la nature est source d'émotions positives...*  
*Déconnexion, reconnexion, retour à soi* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Le monde connaît depuis le début du 20ème siècle une très forte accélération de l'urbanisation qui se traduit par l'accroissement de la taille et des activités des villes.
- ✓ L'environnement urbain pollué et bruyant affecte la santé et la qualité de vie de populations grandissantes.
- ✓ Besoin de compensation à l'urbanisation et à la métropolisation de la vie par la recherche d'environnements non surpeuplés, non toxiques et peu ou pas anthropisés pour (re)poser le regard
- ✓ Besoin de recontacter les éléments naturels (eau, terre, végétation, ...) pour retrouver son équilibre.

## Traductions / illustrations concrètes :

- Les paysages, les grands espaces, les panoramas : la Baie de Somme, la Côte d'Opale, les massifs forestiers
- Les grands parcs urbains, poumons verts au cœur des villes
- Les Parcs Naturels Régionaux,

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « *Des techniques sophistiquées d'imagerie cérébrale ont montré que lorsque nous visionnons des scènes de nature avec une végétation luxuriante, les régions du cerveau associées à la stabilité émotionnelle, à l'empathie et à l'amour sont plus actives.* » **Dr. Alan C. Logan** diplômé du Collège Canadien de Médecine Naturopathique
- « *Nous croyons regarder la nature, mais c'est la nature qui nous regarde et nous imprègne.* » **Christian Charrière**, journaliste et écrivain
- « *La joie de contempler et de comprendre, voilà le langage que me porte la nature.* » **Albert Einstein** (*Comment je vois le monde*, 1934)
- « *Le beau nous guérit de nos doutes. L'émotion esthétique est un réapprentissage de l'estime de soi* » **Charles Pépin**
- "On n'a encore rien fait de mieux que la nature (et l'art qui tente de l'imiter), pour se laisser traverser par plus grand que soi, pour nourrir notre esprit » **Anne Cazaubon**- *Se laisser toucher par le beau*

# 7 – Harmonie avec le Vivant / Reliance

« *Prise de conscience du lien profond reliant l'humanité au vivant (règne animal, végétal, minéral) et à l'univers; abandon de la prévalence de l'homme sur la nature...* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Face à la frénésie des sociétés contemporaines qui génèrent déséquilibre et stress, nous découvrons que se resynchroniser avec le rythme du vivant est symbiotique et nous répare,
- ✓ C'est la fin d'un cycle: on se rend compte que l'Homme n'est pas « au-dessus » de la Nature mais qu'il n'est qu'un élément de cette Nature, composé des mêmes briques élémentaires et traversé des mêmes champs d'énergie. Homme et Nature font partie d'un même grand tout universel et leurs destins sont liés.
- ✓ « Il n'y a pas de croissance infinie dans un monde fini »: émerge l'idée du nécessaire passage d'une société non durable et destructrice des ressources naturelles à une société résiliente, durable et solidaire, respectueuse du vivant et des limites planétaires.

## Traductions / illustrations concrètes :

- La sylvothérapie
- Les visites des lieux d'énergie : les sites mégalithiques, les sources, les fontaines,
- Le sit spotting
- Les expériences de permaculture, de fermes urbaines,



## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « *Avance simplement au rythme de la nature, en accord avec elle, car ses rythmes sont parfaits. Il y a une place pour chaque chose et chaque chose y a sa place* » **Anonyme**
- « *Nous avons pensé que s'affranchir de la nature était un gage de notre intelligence et de notre puissance. Or, plus on s'affranchit de la nature, plus on devient vulnérable.* » **Nicolas Hulot**
- « *Nous oublions souvent que nous sommes nature. La nature n'est pas quelque chose de distinct de notre part. Ainsi, quand nous disons que nous avons perdu notre connexion à la nature, nous avons perdu notre connexion à nous-mêmes.* » **Andy Goldsworthy**
- « *La reliance est essentiellement du domaine de l'expérience intérieure, une quête de l'Unité de la vie qui définit notre rapport au monde* » **Marcel Bolle de Bal**
- « *Je parle au monde et il me répond* » **Harmut Rosa**
- « *Tous nos mouvements, qu'ils soient pensées, émotions, ressentis, gestes, paroles génèrent des vibrations porteuses d'informations en nous, et tout autour de nous.* » **Vibrations, Clélia Félix**



## Comment répondre aux besoins des couples « En quête de soi » ?

- Quelles activités / prestations de bien-être approfondies leur conseiller ? Des prestations à haute valeur ajoutée.
- Quels sont les lieux propices au ressourcement, les panoramas, les parcs, les jardins, les œuvres à contempler dans les musées... ?
- Quels sont les restaurants proposant une cuisine healthy, avec des propositions végétariennes, vegan... à base de produits locaux, valorisant les circuits-courts, où l'ambiance est calme ?
- Comment je participe à l'ancrage territorial depuis chez moi (ex : au petit-déjeuner, proposition de panier de produits ou panier repas) ?
- Quelles sont les activités sportives douces ou plus intenses qui permettent de se ressourcer ?

# COUPLES / PROMENEURS CHALEUREUX

*S'évader ensemble, faire un maximum de découvertes en liberté*

## Contexte

Toutes tranches d'âge. Actifs, ils aiment se balader, voir les incontournables/essentiels d'une région et faire des découvertes variées (sans trop s'y attarder) : visites light de musées, villes et villages atypiques, paysages. Ils sont organisés mais relax, cool en séjour : les visites sont préparées mais ils veulent dérouler le programme à leur rythme, en conservant leur liberté, leur autonomie. Leur hébergement doit leur apporter calme et confort, dans un cadre accueillant (charme).

## BESOINS

Besoin PRIORITAIRE :

DÉCOUVRIR grâce à une MULTITUDE de balades, sans exploration approfondie

Besoins COMPLÉMENTAIRES :

Se faire PLAISIR À TABLE : gastronomie locale, partager des moments de convivialité « like a local »

## FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

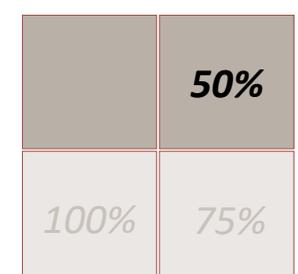
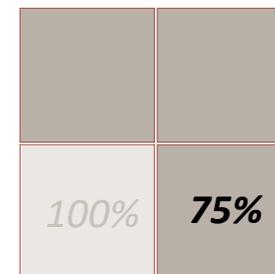
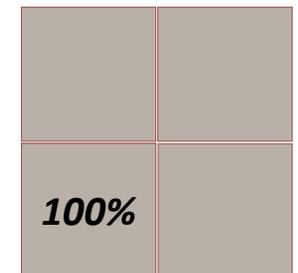
- ++ La grande diversité de sites à visiter et leur facilité d'accès
  - +++ des restaurants typiques du coin, fréquentés par les locaux (gage de qualité), ancrés dans le territoire, emblématiques, accueil et service convivial, cuisine régionale et produits locaux. Ex : bistrot de pays, estaminets...
  - ++ La localisation centrale de l'hébergement, la vue (prioritaire pour les couples jeunes)
  - ++ Le confort de l'hébergement (prioritaire pour les couples seniors)
  - ++ L'organisation cool/relax : le séjour doit être préparé afin de dérouler le programme à son rythme, librement, en savourant chaque instant, sans contraintes.
  - ++ La possibilité d'itinérance douce
  - ++ Le rapport qualité / prix
  - + Les bons plans partagés par hébergeur, habitants
- Être rassurés sur les mesures sanitaires prises par tous les acteurs du séjour, être à distance des autres

### SE DIVERTIR



SAVOURER  
CONTEMPLER

### DÉCOUVRIR



S'ÉVADER

# 4 – Immersions authentiques et multiples

« Immersion nature mais aussi urbaine, culturelle, artistique, humaine ...  
Immersion énergisante, dans des espaces authentiques et au contact des habitants »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Emerge un besoin de dépaysement, sans forcément partir très loin, et de découverte approfondie: on ne veut plus seulement ALLER dans une destination, mais LA VIVRE,
- ✓ Les visiteurs du 21<sup>ème</sup> siècle tendent donc vers un tourisme immersif, où ils ne sont plus seulement des spectateurs qui admirent (le patrimoine) et observent (les habitants): ils deviennent acteurs de leur séjour.
- ✓ Les séjours immersifs permettent de comprendre et d'apprécier d'autres modes de vie (rencontrer), de s'enrichir intellectuellement (apprendre), de pratiquer concrètement une activité (faire), de s'imprégner de l'énergie des lieux (ressentir)
- ✓ En sollicitant les 5 sens (observer, goûter toucher, sentir, écouter), un séjour immersif fait vivre des moments riches en émotions croisées qui facilitent la mémorisation

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « Nous vivons dans une société centrée sur la vision. Mais nos rapports avec l'environnement impliquent nos 5 sens. Si une visite nous procure du bien-être c'est le fait de multiples stimuli sensoriels qui en se mêlant définissent ensemble une même expérience, l'ancrent dans nos souvenirs et nous transforment » **Minh-Xuan Truong**
- « Il est des lieux qui tirent l'âme de sa léthargie, des lieux enveloppés, baignés de mystère, élus de toute éternité pour être le siège de l'émotion » **Maurice Barrès- La colline inspirée**
- « Lutte contre le stress et la dépression, facilitation du sommeil, stimulation du système immunitaire, oxygénation, musicalité (...). Tous les sens en éveil, la marche immersive en forêt permet d'être totalement dans l'instant présent. D'après **Éric Brisbare**

## Traductions / illustrations concrètes :

Visite du parc du Château de Chantilly à cheval pour ressentir l'énergie du lieu, promenade en forêt de Mormal sur le site de l'arboretum, l'ascension multisensorielle du teruil (Lens-Liévin), les immersions sensorielles du PBA de Lille et de La Piscine de Roubaix, l'Atelier du verre à Trélon...

# 3 – Beauté de la Nature

« *La contemplation de la nature est source d'émotions positives...*  
*Déconnexion, reconnexion, retour à soi* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Le monde connaît depuis le début du 20ème siècle une très forte accélération de l'urbanisation qui se traduit par l'accroissement de la taille et des activités des villes.
- ✓ L'environnement urbain pollué et bruyant affecte la santé et la qualité de vie de populations grandissantes.
- ✓ Besoin de compensation à l'urbanisation et à la métropolisation de la vie par la recherche d'environnements non surpeuplés, non toxiques et peu ou pas anthropisés pour (re)poser le regard
- ✓ Besoin de recontacter les éléments naturels (eau, terre, végétation, ...) pour retrouver son équilibre.

## Traductions / illustrations concrètes :

- Les paysages, les grands espaces, les panoramas : la Baie de Somme, la Côte d'Opale, les massifs forestiers
- Les grands parcs urbains, poumons verts au cœur des villes
- Les Parcs Naturels Régionaux,

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « *Des techniques sophistiquées d'imagerie cérébrale ont montré que lorsque nous visionnons des scènes de nature avec une végétation luxuriante, les régions du cerveau associées à la stabilité émotionnelle, à l'empathie et à l'amour sont plus actives.* » **Dr. Alan C. Logan** diplômé du Collège Canadien de Médecine Naturopathique
- « *Nous croyons regarder la nature, mais c'est la nature qui nous regarde et nous imprègne.* » **Christian Charrière**, journaliste et écrivain
- « *La joie de contempler et de comprendre, voilà le langage que me porte la nature.* » **Albert Einstein** (*Comment je vois le monde*, 1934)
- « *Le beau nous guérit de nos doutes. L'émotion esthétique est un réapprentissage de l'estime de soi* » **Charles Pépin**
- "On n'a encore rien fait de mieux que la nature (et l'art qui tente de l'imiter), pour se laisser traverser par plus grand que soi, pour nourrir notre esprit » **Anne Cazaubon**- *Se laisser toucher par le beau*

# 7 – Harmonie avec le Vivant / Reliance

« *Prise de conscience du lien profond reliant l'humanité au vivant (règne animal, végétal, minéral) et à l'univers; abandon de la prévalence de l'homme sur la nature...* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Face à la frénésie des sociétés contemporaines qui génèrent déséquilibre et stress, nous découvrons que se resynchroniser avec le rythme du vivant est symbiotique et nous répare,
- ✓ C'est la fin d'un cycle: on se rend compte que l'Homme n'est pas « au-dessus » de la Nature mais qu'il n'est qu'un élément de cette Nature, composé des mêmes briques élémentaires et traversé des mêmes champs d'énergie. Homme et Nature font partie d'un même grand tout universel et leurs destins sont liés.
- ✓ « Il n'y a pas de croissance infinie dans un monde fini »: émerge l'idée du nécessaire passage d'une société non durable et destructrice des ressources naturelles à une société résiliente, durable et solidaire, respectueuse du vivant et des limites planétaires.

## Traductions / illustrations concrètes :

- La sylvothérapie
- Les visites des lieux d'énergie : les sites mégalithiques, les sources, les fontaines,
- Le sit spotting
- Les expériences de permaculture, de fermes urbaines,



## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « *Avance simplement au rythme de la nature, en accord avec elle, car ses rythmes sont parfaits. Il y a une place pour chaque chose et chaque chose y a sa place* » **Anonyme**
- « *Nous avons pensé que s'affranchir de la nature était un gage de notre intelligence et de notre puissance. Or, plus on s'affranchit de la nature, plus on devient vulnérable.* » **Nicolas Hulot**
- « *Nous oublions souvent que nous sommes nature. La nature n'est pas quelque chose de distinct de notre part. Ainsi, quand nous disons que nous avons perdu notre connexion à la nature, nous avons perdu notre connexion à nous-mêmes.* » **Andy Goldsworthy**
- « *La reliance est essentiellement du domaine de l'expérience intérieure, une quête de l'Unité de la vie qui définit notre rapport au monde* » **Marcel Bolle de Bal**
- « *Je parle au monde et il me répond* » **Harmut Rosa**
- « *Tous nos mouvements, qu'ils soient pensées, émotions, ressentis, gestes, paroles génèrent des vibrations porteuses d'informations en nous, et tout autour de nous.* » **Vibrations, Clélia Félix**

# 5 – Héritage et transmission du patrimoine culturel et naturel

« *Le patrimoine que nous sommes en devoir de transmettre aux générations futures car il est un élément de leur identité comme de la nôtre* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ La dilution des repères en période de crise crée un besoin de référentiel sûr. Se produit un retour aux valeurs traditionnelles et un regain d'intérêt pour l'histoire et le patrimoine
- ✓ Retrouver un lien avec « ce qui a résisté à l'épreuve du temps » (les monuments, les édifices religieux, les musées, les savoir-faire, etc) est vécu comme un retour aux sources de notre identité, équilibrant, fondateur,
- ✓ Emerge simultanément le sentiment de responsabilité de transmission aux générations futures, comme tout parent doit transmettre son origine à son enfant. Toutefois, cette origine ne doit pas être entendue comme un testament mais comme une ressource, comme « ce qui construit »,
- ✓ Réaliser une visite guidée classique ne suffit plus pour satisfaire le visiteur aujourd'hui. Qu'il soit touriste ou habitant, il a envie de découvrir le patrimoine de façon immersive, participative, personnalisée. La médiation culturelle doit faciliter la compréhension et la transmission des connaissances, en restant fidèle à l'esprit des lieux.

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue, d'Historien, d'Expert... :

- « *Tout devient patrimoine: l'architecture, les villes, le paysage, les bâtiments industriels, les équilibres écologiques, le code génétique.* » **Marc Guillaume**
- « *Il faut être fier d'avoir hérité de tout ce que le passé avait de meilleur et de plus noble. Il ne faut pas souiller son patrimoine en multipliant les erreurs passées.* » **Gandhi**
- « *Les lieux sont aussi des liens. Et ils sont notre mémoire.* » **Philippe Besson**

## Traductions / illustrations concrètes :

- Les forêts, les terrils, les marais, les littoraux protégés ...  
L'aménagement de la vallée de la Somme, aménagements qui valorisent le patrimoine naturel
- Les monuments, les blockhaus, les lieux de mémoire
- L'atelier du verre à Trélon, la Manufacture à Roubaix,
- Les nouvelles mises en scène et intermédiations : Festival des Forêts, vidéo mapping, spectacle Chroma à Amiens, les visites théâtralisées, Les visites du Louvre-Lens
- ...

## 8 – Bien-être

« Recherche de sérénité, de ré harmonisation du corps et de l'esprit en réponse au stress, à l'angoisse, à l'anxiété »

### Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ 83% des Français estiment que le stress a des conséquences néfastes sur leur santé et près de 20% se sentent proches du burn out.
- ✓ L'accélération des modes de vie et de communication, l'insécurité, l'impermanence des règles, des statuts et des situations génèrent un mal-être diffus ...
- ✓ ... que la crise sanitaire amplifie encore.
- ✓ La notion de bien-être est devenue un enjeu crucial dans notre société, elle est aujourd'hui indissociable de la notion de santé.
- ✓ Déjà présent dans les motivations de séjours, le besoin de bien-être s'est renforcé et se traduit par une recherche de temps pour soi, de légèreté (poser les fardeaux de la charge mentale), de lâcher-prise, de détente profonde

### Traductions / illustrations concrètes :

- Séance de méditation accompagnée : méditation face à des paysages immersifs ( devant un coucher du soleil, en forêt...)
- Massages et spas, siestes sonores aux Jardins de Valloire, Balades sophro, sylvothérapie, yoga
- Wutao au Musée de Saint Quentin, art thérapie au Louvre Lens
- Cuisine healthy

### Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « Apprendre à vivre, cela commence par apprendre à connaître et prendre soin de son corps, de son psychisme et de son esprit, et favoriser la bonne entente de ces trois dimensions de notre être. » **Frédéric Lenoir**
- « La sérénité correspond à ces instants indicibles où l'on se sent apaisé intérieurement et en connexion tranquille avec notre environnement. Dans ces moments-là, souvent très simples, nous ressentons une communion pacifiée entre notre monde intérieur et le monde extérieur. Cela peut être au crépuscule quand on observe le soleil se coucher ; en forêt, lorsqu'on écoute les oiseaux, les bruits du vent... » **Christophe André, psychiatre**
- « La véritable satisfaction devant la vie ne provient pas du fait de devenir riche ou mince mais du sentiment profond de se sentir bien avec soi-même. » **Mihaly Csikszentmihalyi, psychologue hongrois**
- « Nous sommes tellement habitués à entendre le vacarme perpétuel du mental, que nous n'avons plus conscience qu'en arrière plan existe un monde infini de tranquillité » **Pensées sur la joie et l'harmonie**



## Comment répondre aux besoins des promeneurs chaleureux ?

- Quel est le top 10 des incontournables à conseiller à ces clients, pour une découverte en toute liberté, à proximité de votre structure (patrimoine naturel et culturel, musée, architecture, ...) ?
- Quels sont les restaurants typiques du coin, fréquentés par les locaux, proposant des spécialités locales, où on peut échanger avec le personnel et les habitants ?
- Quels sont les circuits à vélo ou à pieds qui permettent de découvrir le territoire et ses incontournables ?
- Quels sont les lieux propices au ressourcement, les panoramas, les parcs et jardins ?
- Quel est le calendrier des marchés, événements et foires gastronomiques ?
- Quels producteurs locaux peut-on rencontrer à proximité ? Comment je participe à l'ancrage territorial depuis chez moi (ex : au petit-déjeuner, proposition de panier de produits ou panier repas) ?

# COUPLES / EXPLORATEURS PASSIONNÉS

*Approfondir la connaissance d'une thématique qui les passionne au contact d'experts*

## Contexte

Entre **50 et 65 ans**, ils sont en fin de carrière, **CSP+** ou en début de retraite. Ils sont toujours dynamiques et actifs. Leurs enfants sont adultes, ils ont quitté le foyer. Ils ont un besoin perpétuel de s'enrichir et d'apprendre. Ils sont **rigoureux, exigeants, apprécient de faire des découvertes et d'aller au bout des choses sur les sujets qui les passionnent, ils veulent éveiller leur esprit.**

## BESOINS

Besoin **PRIORITAIRE** :

**S'ENRICHIR** de nouvelles connaissances liées à un centre d'intérêt,  
s'immerger totalement dans un sujet pour le  
découvrir en **PROFONDEUR**

## FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- ++ Être accompagnés par des conseillers pour préparer son séjour, puis sur place par des **guides dynamiques, pointus, professionnels et experts** de leur sujet
- ++ Avoir accès à des **visites insolites / VIP** en individuels
- + Un séjour **organisé** afin d'optimiser au maximum le temps du séjour
- + De **l'authenticité** (hébergement, restaurant)
- + Des restaurants proposant des **spécialités locales**, permettant de découvrir la culture régionale, **ancrés dans le territoire, fréquentés par les locaux, où ils peuvent échanger sur les spécialités, l'origine des produits, attention marquée sur la vue sur le paysage, accueil et service convivial.** Ex : bistrots de pays, estaminets...



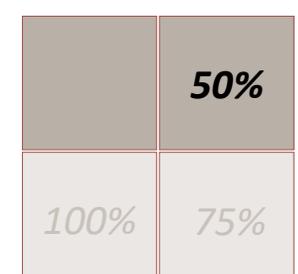
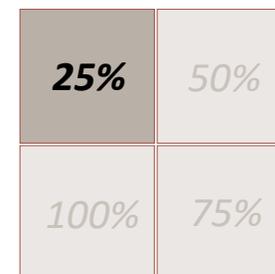
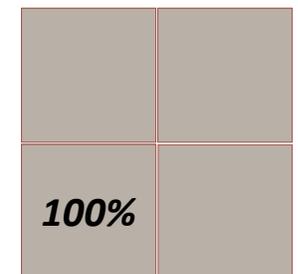
Être rassurés sur les mesures sanitaires prises par tous les acteurs du séjour,  
être à distance des autres (notamment possibilité de guide personnel)

### SE DIVERTIR



SAVOURER  
CONTEMPLER

### DÉCOUVRIR



S'ÉVADER

## 2 – (Re)découverte de la proximité

« Changer de regard, pour que l'espace connu se révèle sous un autre jour et nous surprenne encore »

### Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Ancrage local (tendance 1) et prise de conscience écologique (tendance 17) se mêlent : le 20<sup>ème</sup> siècle d'ouverture totale sur le monde, issue de l'idéologie progressiste de la philosophie des Lumières, est révolu. L'heure n'est plus à l'accumulation d'expériences exotiques hors sol, mais à la compréhension approfondie de destinations choisies parce qu'elles font sens.
- ✓ Dépaysement et lointain se dissocient: on apprivoise désormais l'idée que ce que l'on a sous les yeux tous les jours peut nous surprendre. Changer de regard sur le « connu » rend possible le sentiment de dépaysement près de chez soi.

### Traductions / illustrations concrètes :

- Une escapade en gyropode dans l'Audomarois au cœur d'une forêt jusqu'aux bords du marais audomarois
- L'inattendu de l'escalade d'un terril
- Découvrir Lille autrement, en paddle sur les canaux

### Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « Beaucoup de touristes s'interrogent aujourd'hui sur la nécessité de s'envoler au bout du monde pour retrouver le même univers, mondialisé. Dans ce contexte de renouveau de l'idée de voyage, le court séjour "près de chez soi" retrouve ses lettres de noblesse. Une offre alternative se développe, qui s'adapte à une clientèle exigeante, de plus en plus "verte", à la recherche d'un dépaysement accessible. » **Franck Michel**, anthropologue spécialiste du voyage - *Revue Espace*, 2010
- « A la fois pour des raisons économiques, sécuritaires mais aussi parce que l'époque est au ré-ancrage territorial, on redécouvre le proche et son patrimoine. » *BVA, carnet de tendances*
- « Le bout du monde et le fond du jardin contiennent la même quantité de merveilles. » **Christian Bobin**, écrivain
- « C'est par défaut d'attention que l'on ne s'étonne pas plus souvent. » **André Gide**
- « L'extraordinaire est dans la profondeur de l'ordinaire. Tout est dans l'acuité du regard » **Karl W Dürckheim**

# 5 – Héritage et transmission du patrimoine culturel et naturel

« *Le patrimoine que nous sommes en devoir de transmettre aux générations futures car il est un élément de leur identité comme de la nôtre* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ La dilution des repères en période de crise crée un besoin de référentiel sûr. Se produit un retour aux valeurs traditionnelles et un regain d'intérêt pour l'histoire et le patrimoine
- ✓ Retrouver un lien avec « ce qui a résisté à l'épreuve du temps » (les monuments, les édifices religieux, les musées, les savoir-faire, etc) est vécu comme un retour aux sources de notre identité, équilibrant, fondateur,
- ✓ Emerge simultanément le sentiment de responsabilité de transmission aux générations futures, comme tout parent doit transmettre son origine à son enfant. Toutefois, cette origine ne doit pas être entendue comme un testament mais comme une ressource, comme « ce qui construit »,
- ✓ Réaliser une visite guidée classique ne suffit plus pour satisfaire le visiteur aujourd'hui. Qu'il soit touriste ou habitant, il a envie de découvrir le patrimoine de façon immersive, participative, personnalisée. La médiation culturelle doit faciliter la compréhension et la transmission des connaissances, en restant fidèle à l'esprit des lieux.

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « *Tout devient patrimoine: l'architecture, les villes, le paysage, les bâtiments industriels, les équilibres écologiques, le code génétique.* » **Marc Guillaume**
- « *Il faut être fier d'avoir hérité de tout ce que le passé avait de meilleur et de plus noble. Il ne faut pas souiller son patrimoine en multipliant les erreurs passées.* » **Gandhi**
- « *Les lieux sont aussi des liens. Et ils sont notre mémoire.* » **Philippe Besson**

## Traductions / illustrations concrètes :

- Les forêts, les terrils, les marais, les littoraux protégés ...  
L'aménagement de la vallée de la Somme, aménagements qui valorisent le patrimoine naturel
- Les monuments, les blockhaus, les lieux de mémoire
- L'atelier du verre à Trélon, la Manufacture à Roubaix,
- Les nouvelles mises en scène et intermédiations : Festival des Forêts, vidéo mapping, spectacle Chroma à Amiens, les visites théâtralisées, Les visites du Louvre-Lens
- ...

# 3 – Beauté de la Nature

« *La contemplation de la nature est source d'émotions positives...*  
*Déconnexion, reconnexion, retour à soi* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Le monde connaît depuis le début du 20ème siècle une très forte accélération de l'urbanisation qui se traduit par l'accroissement de la taille et des activités des villes.
- ✓ L'environnement urbain pollué et bruyant affecte la santé et la qualité de vie de populations grandissantes.
- ✓ Besoin de compensation à l'urbanisation et à la métropolisation de la vie par la recherche d'environnements non surpeuplés, non toxiques et peu ou pas anthropisés pour (re)poser le regard
- ✓ Besoin de recontacter les éléments naturels (eau, terre, végétation, ...) pour retrouver son équilibre.

## Traductions / illustrations concrètes :

- Les paysages, les grands espaces, les panoramas : la Baie de Somme, la Côte d'Opale, les massifs forestiers
- Les grands parcs urbains, poumons verts au cœur des villes
- Les Parcs Naturels Régionaux,

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « *Des techniques sophistiquées d'imagerie cérébrale ont montré que lorsque nous visionnons des scènes de nature avec une végétation luxuriante, les régions du cerveau associées à la stabilité émotionnelle, à l'empathie et à l'amour sont plus actives.* » **Dr. Alan C. Logan** diplômé du Collège Canadien de Médecine Naturopathique
- « *Nous croyons regarder la nature, mais c'est la nature qui nous regarde et nous imprègne.* » **Christian Charrière**, journaliste et écrivain
- « *La joie de contempler et de comprendre, voilà le langage que me porte la nature.* » **Albert Einstein** (*Comment je vois le monde*, 1934)
- « *Le beau nous guérit de nos doutes. L'émotion esthétique est un réapprentissage de l'estime de soi* » **Charles Pépin**
- "On n'a encore rien fait de mieux que la nature (et l'art qui tente de l'imiter), pour se laisser traverser par plus grand que soi, pour nourrir notre esprit » **Anne Cazaubon**- *Se laisser toucher par le beau*

## 6 – Gastronomie de terroir

« *Le patrimoine gustatif fait partie intégrante de la découverte globale du territoire... Sensorialité, révélation des traditions locales, dépaysement* »

### Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Face à la standardisation et la mondialisation de l'alimentation, le terroir incarne la spécificité locale, le *human made*, la confiance
- ✓ La table devient un moyen de découvrir un territoire de manière originale, immersive, intense et occupe une place centrale parmi les bénéfices attendus d'un séjour. Elle combine dépaysement et moment de retrouvailles et échanges plus riches
- ✓ Goût pour l'ancrage dans la tradition, mais aussi pour les valeurs de l'imaginaire et de la spiritualité. Le terroir est revisité: le produit est local, frais et de saison, le plat est iconique, mais la recette/façon a évolué (bistronomie, street food, healthy food, cueillette, chef passionné visionnaire et accessible ...),



### Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « *La gastronomie est désormais "une composante importante de l'attractivité touristique. D'importante, elle est devenue essentielle pour certains touristes qui font de la découverte du patrimoine culinaire et viti-vinicole, voire d'un restaurant, le motif principal de leur déplacement" » 2014, Olivier Etcheverria, géographe et auteur (Hors-série Revue Espace, déc. 2020)*
- « *La cuisine est un perfectionnement de l'alimentation ; la gastronomie est un perfectionnement de la cuisine elle-même » Jean-François Revel, de l'Académie française dans Festin en paroles (1979)*

### Traductions / illustrations concrètes :

- Sébastien Porquet, Le Saltimbanque (cueillette, plantes sauvages...)
- Florent Ladeyn, L'auberge du Vert Mont (produits locaux, valorisation de l'identité locale) Le parcours des Sens à Maroilles
- Les associations « culture/food »: dégustation dans un musée, jeu de piste en ville (l'Échappée Bière)
- Les « étoiles vertes » au Guide Michelin, Emergence des « micro-brasseries »

# 15 – Rencontre / connexion vraie et sincère

« *Symétrie des attentions entre le prestataire et le client : rencontres et échanges spontanés, empathiques et chaleureux, ....* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ La digitalisation, la standardisation des offres et des comportements ont déshumanisé, dépersonnalisé les relations.
- ✓ Le surtourisme a entraîné la banalisation des relations au point de les rendre décevantes voire inexistantes,
- ✓ La marchandisation généralisée rend rares les attentions désintéressées,
- ✓ La distanciation sociale, les gestes barrières ne font qu'amplifier le phénomène d'où le besoin, sans cesse grandissant, d'une rencontre vraie et sincère,

## Traductions / illustrations concrètes :

- En réponse à la standardisation de l'offre, la symétrie des intentions constitue la base d'une offre personnalisée.
- Dans le contexte de contraintes nouvelles, les visiteurs seront encore plus attentifs à l'accueil, les attitudes prévenantes, humaines et attentionnées qui montrent une volonté sincère de prendre soin, de contribuer au mieux-être.
- La notion d'hospitalité du prestataire de service se substitue à la notion d'hébergeur : l'hébergeur devient hôte. Les visiteurs doivent se sentir attendus, reconnus et accueillis comme des invités.

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue, d'Historien, d'Expert... :

- « *Il y a des instincts pour toutes les rencontres de la vie.* » **Victor Hugo**, « *Les Misérables* »
- « *L'individu a toujours connu son épanouissement grâce à ces rencontres successives avec l'extérieur.* » **François Cheng**
- « *Il y a quelques rencontres dans la vie où la vérité et la simplicité sont le meilleur manège du monde.* » **Jean de la Bruyère** « *Caractères* »
- « *La qualité relationnelle des équipes de Jo&Joe est un élément essentiel de notre offre. Le réceptionniste ou le barman, par exemple, ne se contentent pas de faire leur travail : ils incarnent la fonction. Moyennant quoi, ils sont dans une relation vraie qui met nos clients à l'aise.* » **Matthieu Perrin**, ex-directeur de la marque Jo&Joe groupe Accorhotels



## **Comment répondre aux besoins des explorateurs passionnés?**

- **Quels guides, experts leur conseiller pour les accompagner sur place et assouvir leur soif d'apprendre (culture, patrimoine, nature, gastronomie, artisans d'art...)?**
- **Comment les aider à optimiser leur séjour pour qu'ils fassent le maximum de visites / activités ?**
- **Quelles visites insolites ou en VIP leur suggérer ?**
- **Quels restaurants leur conseiller où ils pourront échanger avec le personnel ou le chef sur les spécialités, l'origine des produits ... Quels producteurs locaux peuvent-ils rencontrer à proximité ?**
- **Comment je participe à l'ancrage territorial depuis chez moi (ex : au petit-déjeuner, proposition de panier de produits ou panier repas) ?**

# COUPLES / LES FAMILIERS

*Découvrir (encore) et retrouver un territoire familier*

## Contexte

Plus de 50 ans, ils sont très attachés à la région Hauts-de-France qu'ils considèrent comme leur refuge, ils ont des rituels et habitudes. CSP intermédiaire, vivent plutôt à proximité dans un milieu urbain. Ils ont besoin de garder le contact avec le territoire (mails, SMS, etc)

## BESOINS

Besoin PRIORITAIRE :

Se sentir « LIKE A LOCAL », reconnu dans les Hauts-de-France : retrouver ses HABITUDES

Besoins COMPLÉMENTAIRES :

Être surpris : découvrir toujours plus

Se RESSOURCER au calme, grâce à la NATURE

## FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

+++ Une information régulière de la part de la région : se sentir reconnu et attendu (nouveautés, conseils, bonnes adresses)

+++ Un hébergement connu, confortable, au calme

++ Des restaurants refuges, où ils sont reconnus, typiques de la région, cosy et confortables, des plats simples, accueil chaleureux, où ils peuvent échanger avec le personnel et les habitants. Ex : bistrot, bistrot de pays, estaminets, restauration traditionnelle...

+ La proximité de la nature

+ Un bon rapport qualité-prix, des réductions, des bons plans



COVID 19

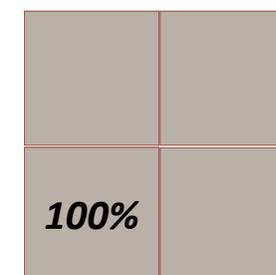
Être rassurés sur les mesures sanitaires prises par tous les acteurs du séjour

### SE DIVERTIR

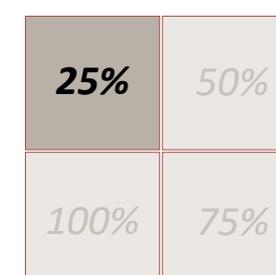
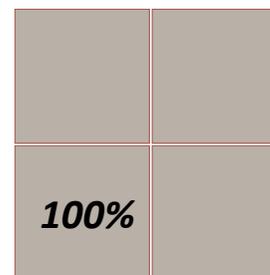


SAVOURER  
CONTEMPLER

### DÉCOUVRIR



S'ÉVADER



# 1 – Ancrage local

« Retrouver ce dont je suis géographiquement et affectivement proche, le lieu qui fait lien (mémoire collective) : attachement aux modes de vie, aux coutumes locales »

## Contexte/Origine/Racines de cette tendance de fond :

- ✓ C'est une tendance qui apparaît en réaction à la mondialisation : la globalisation crée le besoin d'enracinement, de particularisme, de terroir, de repère culturel,
- ✓ A l'envie d'ailleurs et de lointain se substitue une aspiration à redécouvrir ce qui est proche et nous ressemble davantage, ce qui est authentique, donc plus sécurisant,
- ✓ Le voyage qui fait sens répond aujourd'hui à l'envie de (re)-découvrir en profondeur le/son territoire, les traditions, les valeurs portées par ses habitants,
- ✓ L'ancrage local est une reconnexion à un mode de vie/des savoir-faire partagés par un collectif et jugés d'autant plus sûrs qu'ils ont résisté à l'épreuve du temps



## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue, d'Historien, d'Expert... :

- « L'enjeu de l'ancrage local est triple. Il vise tout d'abord à rendre les **habitants fiers de leur territoire...** Il permet ensuite aux visiteurs de **vivre comme un local**, de rencontrer les habitants ambassadeurs de leur mode de vie. Enfin, il favorise les circuits d'approvisionnement courts. » **Revue Espace 2020**
- « Ce qui est proche finit toujours par compter plus que ce qui est loin », **Michel Maffesoli**
- « [...] Chacun sait que la découverte, la rencontre des populations locales [au bout du monde] sont souvent un leurre » **Franck Michel, anthropologue spécialiste du voyage - Revue Espace, 2010**

## Traductions / illustrations concrètes :

Ce qui ne peut être vécu qu' « ici »

- Les fêtes locales (Sainte Barbe, le 1<sup>er</sup> mai au Familistère de Guise...)
- L'escalade d'un terril avec un greeter
- Le marché aux poissons de Boulogne-sur-mer

# 15 – Rencontre / connexion vraie et sincère

« *Symétrie des attentions entre le prestataire et le client : rencontres et échanges spontanés, empathiques et chaleureux, ....* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ La digitalisation, la standardisation des offres et des comportements ont déshumanisé, dépersonnalisé les relations.
- ✓ Le surtourisme a entraîné la banalisation des relations au point de les rendre décevantes voire inexistantes,
- ✓ La marchandisation généralisée rend rares les attentions désintéressées,
- ✓ La distanciation sociale, les gestes barrières ne font qu'amplifier le phénomène d'où le besoin, sans cesse grandissant, d'une rencontre vraie et sincère,

## Traductions / illustrations concrètes :

- En réponse à la standardisation de l'offre, la symétrie des intentions constitue la base d'une offre personnalisée.
- Dans le contexte de contraintes nouvelles, les visiteurs seront encore plus attentifs à l'accueil, les attitudes prévenantes, humaines et attentionnées qui montrent une volonté sincère de prendre soin, de contribuer au mieux-être.
- La notion d'hospitalité du prestataire de service se substitue à la notion d'hébergeur : l'hébergeur devient hôte. Les visiteurs doivent se sentir attendus, reconnus et accueillis comme des invités.

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue, d'Historien, d'Expert... :

- « *Il y a des instincts pour toutes les rencontres de la vie.* » **Victor Hugo**, « *Les Misérables* »
- « *L'individu a toujours connu son épanouissement grâce à ces rencontres successives avec l'extérieur.* » **François Cheng**
- « *Il y a quelques rencontres dans la vie où la vérité et la simplicité sont le meilleur manège du monde.* » **Jean de la Bruyère** « *Caractères* »
- « *La qualité relationnelle des équipes de Jo&Joe est un élément essentiel de notre offre. Le réceptionniste ou le barman, par exemple, ne se contentent pas de faire leur travail : ils incarnent la fonction. Moyennant quoi, ils sont dans une relation vraie qui met nos clients à l'aise.* » **Matthieu Perrin**, ex-directeur de la marque Jo&Joe groupe Accorhotels

# 3 – Beauté de la Nature

« *La contemplation de la nature est source d'émotions positives...*  
*Déconnexion, reconnexion, retour à soi* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Le monde connaît depuis le début du 20ème siècle une très forte accélération de l'urbanisation qui se traduit par l'accroissement de la taille et des activités des villes.
- ✓ L'environnement urbain pollué et bruyant affecte la santé et la qualité de vie de populations grandissantes.
- ✓ Besoin de compensation à l'urbanisation et à la métropolisation de la vie par la recherche d'environnements non surpeuplés, non toxiques et peu ou pas anthropisés pour (re)poser le regard
- ✓ Besoin de recontacter les éléments naturels (eau, terre, végétation, ...) pour retrouver son équilibre.

## Traductions / illustrations concrètes :

- Les paysages, les grands espaces, les panoramas : la Baie de Somme, la Côte d'Opale, les massifs forestiers
- Les grands parcs urbains, poumons verts au cœur des villes
- Les Parcs Naturels Régionaux,

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « *Des techniques sophistiquées d'imagerie cérébrale ont montré que lorsque nous visionnons des scènes de nature avec une végétation luxuriante, les régions du cerveau associées à la stabilité émotionnelle, à l'empathie et à l'amour sont plus actives.* » **Dr. Alan C. Logan** diplômé du Collège Canadien de Médecine Naturopathique
- « *Nous croyons regarder la nature, mais c'est la nature qui nous regarde et nous imprègne.* » **Christian Charrière**, journaliste et écrivain
- « *La joie de contempler et de comprendre, voilà le langage que me porte la nature.* » **Albert Einstein** (*Comment je vois le monde*, 1934)
- « *Le beau nous guérit de nos doutes. L'émotion esthétique est un réapprentissage de l'estime de soi* » **Charles Pépin**
- "On n'a encore rien fait de mieux que la nature (et l'art qui tente de l'imiter), pour se laisser traverser par plus grand que soi, pour nourrir notre esprit » **Anne Cazaubon**- *Se laisser toucher par le beau*

# 4 – Immersions authentiques et multiples

« Immersion nature mais aussi urbaine, culturelle, artistique, humaine ...  
Immersion énergisante, dans des espaces authentiques et au contact des habitants »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Emerge un besoin de dépaysement, sans forcément partir très loin, et de découverte approfondie: on ne veut plus seulement ALLER dans une destination, mais LA VIVRE,
- ✓ Les visiteurs du 21<sup>ème</sup> siècle tendent donc vers un tourisme immersif, où ils ne sont plus seulement des spectateurs qui admirent (le patrimoine) et observent (les habitants): ils deviennent acteurs de leur séjour.
- ✓ Les séjours immersifs permettent de comprendre et d'apprécier d'autres modes de vie (rencontrer), de s'enrichir intellectuellement (apprendre), de pratiquer concrètement une activité (faire), de s'imprégner de l'énergie des lieux (ressentir)
- ✓ En sollicitant les 5 sens (observer, goûter toucher, sentir, écouter), un séjour immersif fait vivre des moments riches en émotions croisées qui facilitent la mémorisation

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « Nous vivons dans une société centrée sur la vision. Mais nos rapports avec l'environnement impliquent nos 5 sens. Si une visite nous procure du bien-être c'est le fait de multiples stimuli sensoriels qui en se mêlant définissent ensemble une même expérience, l'ancrent dans nos souvenirs et nous transforment » **Minh-Xuan Truong**
- « Il est des lieux qui tirent l'âme de sa léthargie, des lieux enveloppés, baignés de mystère, élus de toute éternité pour être le siège de l'émotion » **Maurice Barrès- La colline inspirée**
- « Lutte contre le stress et la dépression, facilitation du sommeil, stimulation du système immunitaire, oxygénation, musicalité (...). Tous les sens en éveil, la marche immersive en forêt permet d'être totalement dans l'instant présent. D'après **Éric Brisbare**

## Traductions / illustrations concrètes :

Visite du parc du Château de Chantilly à cheval pour ressentir l'énergie du lieu, promenade en forêt de Mormal sur le site de l'arboretum, l'ascension multisensorielle du teruil (Lens-Liévin), les immersions sensorielles du PBA de Lille et de La Piscine de Roubaix, l'Atelier du verre à Trélon...



## Comment répondre aux besoins des familiers ?

- Quelles nouveautés, conseils, bonnes adresses leur conseiller pour qu'ils se sentent « like a local » ?
- Quels sont les restaurants typiques du coin, fréquentés par les locaux, proposant des spécialités locales, où on peut échanger avec le personnel et les habitants et où l'accueil est particulièrement chaleureux ?
- Quels sont les lieux calmes, propices au ressourcement, les espaces naturels, les parcs et jardins, la dernière expo ?
- Quel est le calendrier des marchés, événements et foires gastronomiques ?
- Quels producteurs locaux peut-on rencontrer ? Comment je participe à l'ancrage territorial depuis chez moi (ex : au petit-déjeuner, proposition de panier de produits ou panier repas) ?

# HAPPY FAMILY

## Divertir les enfants

### Contexte

Les parents des familles traditionnelles ont **entre 30 et 50 ans**. Ils sont en pleine consolidation de leur carrière professionnelle. Ils doivent concilier, parfois difficilement, vie professionnelle et vie privée (avec des enfants encore jeunes). Ils ont peu de temps disponible au quotidien, se sentent coupables de ne pas passer suffisamment de temps avec les enfants. Le facteur stress est important, surtout chez les femmes. Les vacances et le week-end sont donc des temps de retrouvailles avec les enfants, des moments pour leur faire plaisir et aussi pour décompresser

### BESOINS

#### Besoin PRIORITAIRE :

**Passer du temps ENSEMBLE, faire PLAISIR AUX ENFANTS** : se distraire ensemble selon les préférences des enfants

#### Besoins COMPLÉMENTAIRES :

**Se REPOSER, recharger les batteries si cela est possible** (en priorité pour les mamans). Dormir, récupérer, se détendre.

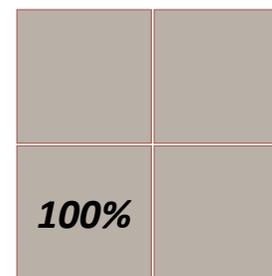
*En plus mineur* : découvrir de nouveaux horizons, de nouvelles activités

### FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

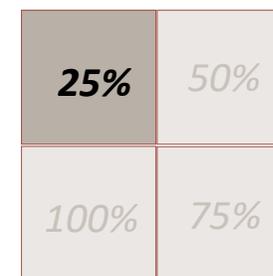
- ++ Proximité et diversité des offres de loisirs par rapport à l'hébergement
- ++ Un hébergement offrant un espace dédié aux enfants et un espace parent (pour se reposer).
- + Un hébergement au calme, literie confortable
- + Accueil kids friendly.
- + Pas de contraintes, beaucoup de souplesse
- + Activités de loisirs permettant de partager du temps ensemble
- + Restaurant familial à proximité, spacieux, carte variée, plats simples et menus enfants, **ambiance conviviale et joyeuse**. Les plus : activités ou aire de jeux, espace extérieur.  
Ex : restaurants traditionnels / bistros / brasseries avec terrasse, jardin et avec suffisamment d'espace entre les tables et de grandes tablées voire une salle privative
- + **sur le lieu de l'hébergement** : proposer des services de restauration ou des partenariats
- + Des prix cohérents sans surprise

**COVID 19** Être rassurés sur les mesures sanitaires prises par tous les acteurs du séjour

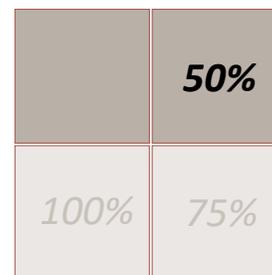
#### SE DIVERTIR



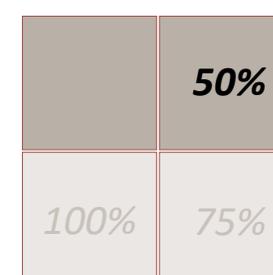
#### DÉCOUVRIR



#### SAVOURER CONTEMPLER



#### S'ÉVADER



# 13 – Renforcement des liens familiaux

« Réconfort de la famille, des proches, resserrement des liens naturels »

(Toutes les familles : traditionnelles, recomposées, monoparentales, homoparentales ...)

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Dans le contexte d'incertitude actuel, la cohésion familiale est plus que jamais essentielle. Une famille soudée sera plus protectrice vis-à-vis des difficultés quotidiennes et du stress. La tribu devient le refuge, le sanctuaire.
- ✓ La renforcement des liens familiaux constitue une réponse à l'émiettement de la société, à la superficialité des relations et à l'éclatement géographique.
- ✓ La famille redevient un élément structurant de la vie, challengeant la position prioritaire que le travail a occupée ces trente dernières années.
- ✓ Le phénomène d'individualisation poussé à l'extrême conduit dans le même temps à un besoin d'appartenance communautaire,

## Traductions / illustrations concrètes :

- Les week-ends en famille à la ferme, dans les arbres, les visites dans les musées en famille, les activités partagées (accrobranche...)
- Une offre d'activités plurielles pour répondre aux attentes spécifiques de chaque membre de la famille ou de répondre à l'ensemble ; notamment par une pluralité d'équipements et de services adaptés aux familles
- Equipements propices au partage: piscine, barbecue, jeux à disposition ...

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue, d'Historien, d'Expert... :

- « Avec le confinement, la famille est (re)devenue synonyme de reconfort. » **Geneviève Reynaud- BVA**
- « Les vacances sont souvent l'occasion d'un repli familial. Dans les années à venir, le tourisme familial va continuer à se développer, car il est rassurant. La cible familiale sera d'autant plus stratégique que le visage des familles a beaucoup changé : aux familles "traditionnelles" s'ajoutent les familles recomposées, les familles monoparentales, etc. où le lien est d'autant plus précieux » **Rémy Oudghiri**
- « Un séjour de vacances familiales à l'extérieur du domicile a une incidence positive sur la relation parents-enfants, la communication et l'écoute envers l'enfant, la vie de couple, l'exercice de la discipline par les parents. Ainsi, cette période de détente et de divertissement que suppose le tourisme permet de s'accepter, de s'écouter, de dialoguer, de partager des activités, voire de consolider le lien familial » **Conseil national du tourisme, 1998**
- « Pour la jeune génération, la famille apparaît comme le fondement, le socle garantissant la sécurité affective. Elle est l'ingrédient majeur de l'épanouissement personnel, du bonheur » **Isabelle Gerber**

# 14 – Être et faire ensemble

« Être ensemble, les uns avec les autres, dans un climat harmonieux, équilibré et rassurant.  
Espace-temps que l'on choisit, où l'on se sent bien, où l'on est joyeux »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Si la solitude et l'isolement sont les maladies du XXIème siècle, renforcées par la pandémie, le moyen d'en sortir est de pouvoir se sentir bien avec les autres,
- ✓ Avec l'accélération des rythmes de vie, les temps partagés se font plus rares, donc plus précieux. Très investis psychologiquement, ils doivent absolument être réussis
- ✓ Partager une activité/une découverte resserre voire répare les liens au sein de la tribu, apaise les tensions, renforce la complicité et crée les souvenirs communs



## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « Un château de sable construit à 4 ou 6 mains : la mer peut le détruire, mais il reste à jamais présent dans l'histoire familiale »
- « Ce besoin de retrouver du lien et de redécouvrir l'Autre pour retrouver du sens et se retrouver Soi ne fait que croître. Accélééré par la recherche de réconfort due à la pandémie, on observe un regain d'investissement sur la famille, les amis, les « proches » et plus globalement, un retour à l'humain, au lien, à l'entraide et de nouvelles solidarités, souvent dans la proximité. [...] Échanger pour exister, partager. » **Geneviève Reynaud- BVA**
- « La complicité : voilà la clé d'un moment partagé qui ancre le souvenir. Ce n'est ni le prix ni le cadre qui comptent, c'est la qualité et l'intensité des moments vécus »

## Traductions / illustrations concrètes :

- La conscientisation du caractère précieux des moments partagés conduit le consommateur à mieux préparer le séjour voire à élever son degré d'exigence.
- Réunir les conditions de réussite d'un séjour passe par la préparation, les services, la conciergerie, la disponibilité de l'hébergeur et son intention de contribuer à l'enrichissement des liens des visiteurs.

# 16 – Favoriser la joie

« *La joie est une émotion qui ressemble au plaisir et qui peut devenir une incarnation du bonheur. Recherche de ce qui va mettre en joie mes "invités", visiteurs, mes clients* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Le quotidien moderne (l'urbanisation, la logique productiviste, la digitalisation des échanges, l'incertitude, l'insécurité, le terrorisme, la peur de l'avenir...) engendre tristesse et fatigue,
- ✓ Les crises (pandémie, confinement, ...) amplifient cette sinistrose et ce mal-être,
- ✓ Le contexte actuel « manque cruellement d'optimisme, de couleur, de beauté, de liberté, d'harmonie et de jeu. » *Ingrid Fettel, psychologue en neurosciences*
- ✓ ... Favoriser la joie s'inscrit en contre-point

## Traductions / illustrations concrètes :

- « Favoriser la joie » ne sera jamais aussi puissant que lorsque cette joie sera incarnée par le prestataire (ce qui suppose que le prestataire a conscientisé ce qui lui-même le met en joie).
- Rechercher ce qui va mettre en joie : un paysage, un coucher de soleil, un chef d'œuvre, un bon repas ... Sans oublier que des ambiances, des postures individuelles (le sourire, l'attention, la qualité de l'accueil, la recommandation d'acteurs passionnés par leur métier donc joyeux...) permettent une forme d'expression de la joie.

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « *La joie est une puissance, cultivez-la.* » **Dalai Lama**
- « *La joie ne se décrète pas, mais on peut créer un climat favorable, un état d'esprit pour permettre à ce sentiment d'émerger. On peut, par exemple, être attentif à tous les petits plaisirs que procure la vie, être présent à ce que l'on fait. Développer des qualités de présence aux autres, savourer les bons moments de la vie.* » **Frédéric Lenoir**
- « *Quand nous regardons quelque chose de beau, nous sommes joyeux. Voilà qui est déroutant de simplicité* »
- « *Plus intense et plus profonde que le plaisir, plus concrète que le bonheur, la joie est la manifestation de notre puissance vitale* » **Frédéric Lenoir**
- « *La joie est l'affect fondamental qui accompagne notre puissance d'agir* » **Baruch Spinoza**

# 3 – Beauté de la Nature

« *La contemplation de la nature est source d'émotions positives...*  
*Déconnexion, reconnexion, retour à soi* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Le monde connaît depuis le début du 20ème siècle une très forte accélération de l'urbanisation qui se traduit par l'accroissement de la taille et des activités des villes.
- ✓ L'environnement urbain pollué et bruyant affecte la santé et la qualité de vie de populations grandissantes.
- ✓ Besoin de compensation à l'urbanisation et à la métropolisation de la vie par la recherche d'environnements non surpeuplés, non toxiques et peu ou pas anthropisés pour (re)poser le regard
- ✓ Besoin de recontacter les éléments naturels (eau, terre, végétation, ...) pour retrouver son équilibre.

## Traductions / illustrations concrètes :

- Les paysages, les grands espaces, les panoramas : la Baie de Somme, la Côte d'Opale, les massifs forestiers
- Les grands parcs urbains, poumons verts au cœur des villes
- Les Parcs Naturels Régionaux,

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « *Des techniques sophistiquées d'imagerie cérébrale ont montré que lorsque nous visionnons des scènes de nature avec une végétation luxuriante, les régions du cerveau associées à la stabilité émotionnelle, à l'empathie et à l'amour sont plus actives.* » **Dr. Alan C. Logan** diplômé du Collège Canadien de Médecine Naturopathique
- « *Nous croyons regarder la nature, mais c'est la nature qui nous regarde et nous imprègne.* » **Christian Charrière**, journaliste et écrivain
- « *La joie de contempler et de comprendre, voilà le langage que me porte la nature.* » **Albert Einstein** (*Comment je vois le monde*, 1934)
- « *Le beau nous guérit de nos doutes. L'émotion esthétique est un réapprentissage de l'estime de soi* » **Charles Pépin**
- "On n'a encore rien fait de mieux que la nature (et l'art qui tente de l'imiter), pour se laisser traverser par plus grand que soi, pour nourrir notre esprit » **Anne Cazaubon**- *Se laisser toucher par le beau*

# Les spécificités selon l'âge des enfants

## De 0 à 5 ans

Un âge où les **enfants suivent les parents dans leurs activités** : brocantes, marché, promenades. Le **rythme du séjour est plutôt tranquille** et les activités sont dictées par le rythme des enfants.

La dimension **divertissement** et ludique est particulièrement importante : jeux d'eau, activités avec des animaux, ferme pédagogique, parc animalier

## De 6 à 10 ans

Un rythme autour du **partage en famille** : des moments partagés pour faire plaisir aux enfants : jardins, vélo, poney, activités avec des animaux, parc à thème, parc d'attraction, parc scientifique, balade en bateau, visites enfants dans les musées

Un rythme mêlant **détente** (flâneries, promenades) et **activités diversifiées** afin de profiter au maximum du séjour

## FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS SPÉCIFIQUES

+++ Un hébergement **sécurisé, fonctionnel et bien équipé** pour ne pas devoir apporter des équipements complémentaires (chaise haute, lit bébé, jeux pour enfants), avoir ainsi peu de logistique à gérer, **recherche de facilité**

++ La recherche de **proximité du domicile** est plus grande.

+++ Un hébergement **sécurisé**, des **chambres séparées** avec de vrais lits pour les enfants

++ des **jeux** pour les enfants, des vélos à disposition et des parcours sécurisés

++ La recherche de proximité du domicile est plus grande.

# Les spécificités selon l'âge des enfants

## 11 ans et plus

Un âge où **les enfants partagent les activités de leurs parents** : visites de ville, découverte du patrimoine, découvertes culinaires, randonnées... incluant des activités pensées pour eux et partagées en famille : accrobranche, char à voile, paddle, canoé kayak, musée, tourisme de mémoire, sorties nature et en cas de mauvais temps escape game, bowling

Un rythme d'adulte incluant des activités pensées pour les adolescents.

Une place pour les activités solo ou duo pour les parents autour du bien être : SPA, yoga, footing, farniente, lecture.

Un **rythme cool ou actif** selon l'envie du moment.

## BESOINS SPÉCIFIQUES

Etre dépaycé, changer d'air, s'aérer. Prédilection pour les grands espaces naturels mais aussi pour **la ville** avec de grands enfants.

## FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS SPÉCIFIQUES

Wifi ++

Vélos à disposition

Une cuisine plus raffinée pourra être appréciée



## Comment répondre aux besoins des Happy family ?

- Quelles activités à faire tous ensemble pouvez-vous conseiller à ces clients ? à proximité de votre structure, adaptées à l'âge des enfants, pour se divertir, faire plaisir aux enfants et se créer des souvenirs : activités de loisirs, sorties nature, ateliers ludiques ...
- Quelles activités conseiller pour que les enfants s'amuse pendant que les parents se détendent ?
- Quelles activités suggérer en cas de météo défavorable ?
- Quels sont les circuits/balades à pieds et à vélo, sécurisés, qui permettent de s'oxygéner à proximité ?
- Avec quels restaurateurs ou producteurs locaux y a-t-il des partenariats pour proposer des repas sur le lieu de l'hébergement ? Comment je participe à l'ancrage territorial depuis chez moi (ex : au petit-déjeuner, proposition de panier de produits ou panier repas) ?
- Quels sont les restaurants kids friendly, à l'ambiance conviviale, spacieux, avec une carte variée, des animations/activités pour les enfants, avec un jardin, une terrasse ?

# LES GRANDS-PARENTS AVEC LEURS PETITS ENFANTS

*Faire plaisir, transmettre et créer des souvenirs en toute sécurité*

## Contexte

Les occasions offertes aux grands-parents de passer du temps, seuls, avec leurs petits-enfants, sont rares. Les grands-parents se considèrent comme la soupape possible de décompression pour les parents comme pour les enfants. Ils ont une grande responsabilité envers leurs petits-enfants. Les grands-parents cherchent avant tout à renforcer leur relation. Ils ont envie de profiter d'eux et de partager des moments forts ou tout simplement de les rendre heureux et de leur donner envie de revenir. Ils veulent leur assurer une sécurité maximale pendant le séjour.

## BESOINS

**Besoin PRIORITAIRE :**

**Faire PLAISIR AUX PETITS-ENFANTS**  
de complicité, resserrer les liens

**Besoins COMPLÉMENTAIRES :**

**TRANSMETTRE et éveiller les petits-enfants :** transmettre des centres d'intérêt,  
un état d'esprit plutôt que des connaissances

## FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

+++ Des activités nombreuses

++ **Confort et fonctionnalités de l'hébergement :** adapté aux enfants, **calme, sécurisé.** Un hébergement central.

++ Accueil **kids-friendly**

+ **sur le lieu de l'hébergement :** cuisine bien équipée et propositions de services de restauration ou de partenariats

- **Restauration sur place,** menus enfants, **produits locaux, découverte de spécialités régionales.** Ex : Bistrot de pays, estaminets, restaurants traditionnels

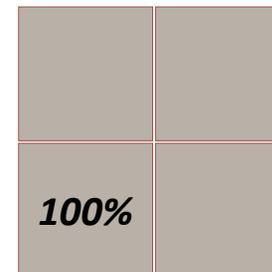
- Facilité de **parking**

- **Jeux, équipements** permettant d'occuper les enfants en cas de pluie ou pendant les repas

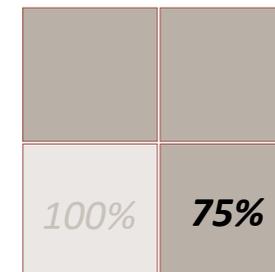


Être rassurés en choisissant un hébergement connu, être rassurés quant aux mesures sanitaires prises par tous les acteurs du séjour.

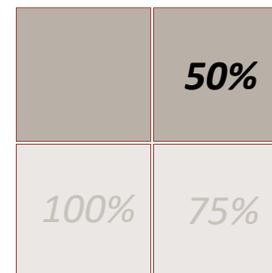
**SE DIVERTIR**



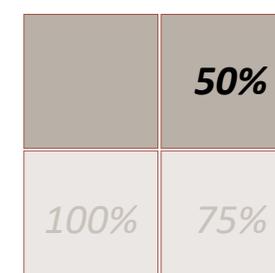
**DÉCOUVRIR**



**SAVOURER  
CONTEMPLER**



**S'ÉVADER**



# 16 – Favoriser la joie

« *La joie est une émotion qui ressemble au plaisir et qui peut devenir une incarnation du bonheur. Recherche de ce qui va mettre en joie mes "invités", visiteurs, mes clients* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Le quotidien moderne (l'urbanisation, la logique productiviste, la digitalisation des échanges, l'incertitude, l'insécurité, le terrorisme, la peur de l'avenir...) engendre tristesse et fatigue,
- ✓ Les crises (pandémie, confinement, ...) amplifient cette sinistrose et ce mal-être,
- ✓ Le contexte actuel « manque cruellement d'optimisme, de couleur, de beauté, de liberté, d'harmonie et de jeu. » *Ingrid Fettel, psychologue en neurosciences*
- ✓ ... Favoriser la joie s'inscrit en contre-point

## Traductions / illustrations concrètes :

- « Favoriser la joie » ne sera jamais aussi puissant que lorsque cette joie sera incarnée par le prestataire (ce qui suppose que le prestataire a conscientisé ce qui lui-même le met en joie).
- Rechercher ce qui va mettre en joie : un paysage, un coucher de soleil, un chef d'œuvre, un bon repas ... Sans oublier que des ambiances, des postures individuelles (le sourire, l'attention, la qualité de l'accueil, la recommandation d'acteurs passionnés par leur métier donc joyeux...) permettent une forme d'expression de la joie.

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « *La joie est une puissance, cultivez-la.* » **Dalai Lama**
- « *La joie ne se décrète pas, mais on peut créer un climat favorable, un état d'esprit pour permettre à ce sentiment d'émerger. On peut, par exemple, être attentif à tous les petits plaisirs que procure la vie, être présent à ce que l'on fait. Développer des qualités de présence aux autres, savourer les bons moments de la vie.* » **Frédéric Lenoir**
- « *Quand nous regardons quelque chose de beau, nous sommes joyeux. Voilà qui est déroutant de simplicité* »
- « *Plus intense et plus profonde que le plaisir, plus concrète que le bonheur, la joie est la manifestation de notre puissance vitale* » **Frédéric Lenoir**
- « *La joie est l'affect fondamental qui accompagne notre puissance d'agir* » **Baruch Spinoza**

# 3 – Beauté de la Nature

« *La contemplation de la nature est source d'émotions positives...*  
*Déconnexion, reconnexion, retour à soi* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Le monde connaît depuis le début du 20ème siècle une très forte accélération de l'urbanisation qui se traduit par l'accroissement de la taille et des activités des villes.
- ✓ L'environnement urbain pollué et bruyant affecte la santé et la qualité de vie de populations grandissantes.
- ✓ Besoin de compensation à l'urbanisation et à la métropolisation de la vie par la recherche d'environnements non surpeuplés, non toxiques et peu ou pas anthropisés pour (re)poser le regard
- ✓ Besoin de recontacter les éléments naturels (eau, terre, végétation, ...) pour retrouver son équilibre.

## Traductions / illustrations concrètes :

- Les paysages, les grands espaces, les panoramas : la Baie de Somme, la Côte d'Opale, les massifs forestiers
- Les grands parcs urbains, poumons verts au cœur des villes
- Les Parcs Naturels Régionaux,

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :

- « *Des techniques sophistiquées d'imagerie cérébrale ont montré que lorsque nous visionnons des scènes de nature avec une végétation luxuriante, les régions du cerveau associées à la stabilité émotionnelle, à l'empathie et à l'amour sont plus actives.* » **Dr. Alan C. Logan** diplômé du Collège Canadien de Médecine Naturopathique
- « *Nous croyons regarder la nature, mais c'est la nature qui nous regarde et nous imprègne.* » **Christian Charrière**, journaliste et écrivain
- « *La joie de contempler et de comprendre, voilà le langage que me porte la nature.* » **Albert Einstein** (*Comment je vois le monde*, 1934)
- « *Le beau nous guérit de nos doutes. L'émotion esthétique est un réapprentissage de l'estime de soi* » **Charles Pépin**
- "On n'a encore rien fait de mieux que la nature (et l'art qui tente de l'imiter), pour se laisser traverser par plus grand que soi, pour nourrir notre esprit » **Anne Cazaubon**- *Se laisser toucher par le beau*

# 12 – Care

« *Care : prendre soin de soi et des autres* »

## Contexte/Origine/Racines de cette Tendance de fond :

- ✓ Prise de conscience qu'il faut prendre soin de soi pour bien prendre soin des autres ...
- ✓ ... que prendre soin de l'autre, nous fait du bien (égoïsme altruiste) ...
- ✓ .... Et que prendre soin des autres, c'est aussi prendre soin des générations à venir, donc prendre soin de la planète, notre « maison commune »
- ✓ Le care exprime ainsi la transversalité et l'universalité de la bienveillance

## Citations de Philosophe, de Sociologue, d'Anthropologue , d'Historien, d'Expert... :



- « Une tendance au self-care : de la nécessité d'être doux avec soi-même afin de pouvoir l'être avec les autres » **BVA**
- « Penser un rapport à l'autre sur le mode de la confiance et du souci de l'autre plutôt que sur le mode de la défiance » **Fabienne de Brugère**
- *Signification du Care* : « Tout ce que nous faisons en vue de maintenir, de continuer et de réparer notre monde. » **Joan Tronto, politologue**

- « La morale du care est devenue un enjeu éthique universel qui a fait sa place dans l'humanisme moderne » **Nicolas Journet**,
- « Ce n'est plus un secret pour personne, le bonheur ne se trouve plus dans l'avoir mais dans une forme d'être qui oscille entre soin desoi et ouverture aux autres : notre propre tribu et les générations à venir » **Psychologie.com**
- « Le care concerne aussi bien le souci de soi que celui d'autrui ou du monde, dès lors que nous admettons que nous sommes tous vulnérables, car dépendants de nos semblables pour survivre. Pratiquer le care, c'est trouver le geste, le regard, le mot juste pour répondre aux besoins des autres ; c'est parvenir à exprimer de la compassion, de la sollicitude, du respect. » **Psychologie.com**

## Traductions / illustrations concrètes :

- La qualité et la personnalisation de l'accueil, la qualité de la relation qui va s'établir pendant le séjour, la prise en charge du bien-être de l'hôte visiteur
- Les valeurs de convivialité, solidarité, ouverture
- Les attentions sincères, la prévenance



## Comment répondre aux besoins des Grands-parents avec leur petits-enfants ?

- Quelles activités à faire ensemble pouvez-vous conseiller à ces clients ? à proximité de votre structure, adaptées à l'âge des enfants, pour se divertir, faire plaisir aux enfants et se créer des souvenirs : activités de loisirs, sorties nature, ateliers ludiques ...
- Quelles activités suggérer pour favoriser la transmission entre grands-parents et petits-enfants autour du patrimoine, de la culture, de l'art, de la gastronomie... ?
- Quels sont les circuits/balades à pieds, à vélo, en bateau sécurisés à proximité ?
- Avec quels restaurateurs ou producteurs locaux y a-t-il des partenariats pour proposer des repas sur le lieu de l'hébergement ? Comment je participe à l'ancrage territorial depuis chez moi (ex : au petit-déjeuner, proposition de panier de produits ou panier repas) ?
- Quels sont les restaurants kids friendly, permettant de découvrir les spécialités locales, avec un jardin, une terrasse sécurisés ?



**Mission Attractivité**  
Hauts-de-France  
Comité Régional du Tourisme et des Congrès

**HAUT & FORT**  
HAUTS-DE-FRANCE