

hello  
lille

l'agence d'attractivité

Communiqué  
de presse

\* les premiers  
chiffres de l'été et  
perspectives dans la  
métropole lilloise \*

22 août 2019

hello  
lille

Hôtels Lille   
CLUB HÔTELIER LILLE METROPOLE

hello,

## Une belle saison touristique pour Lille et sa métropole

Avec un **taux d'occupation de 66,7%** et une **augmentation de 1 point** pour les mois de juin et juillet 2019 par rapport à 2018, la progression de la fréquentation des hôtels de Lille et de sa métropole se poursuit.

Cette hausse s'explique essentiellement par l'**augmentation sensible de 3,7 points** de touristes français par rapport à la même période en 2018 qui ont choisi cet été de mettre le cap au nord notamment sur Lille et la métropole.

A titre d'exemple, la fréquentation de la ligne SNCF entre Paris et Lille a très fortement augmenté sur les mois de juin et juillet 2019 : **290 000 billets vendus** contre 256 000 pour la même période l'an dernier soit une augmentation très importante de **12 %**.

L'Agence d'attractivité Hello Lille a eu également l'occasion dans la même période de lancer une campagne inédite d'activation de séjours en lien avec Oui.SNCF qui a porté ses fruits avec une **augmentation sensible de 20 %** durant les périodes de vente.

Pour Michel Delepaul, Président de l'Agence d'attractivité Hello Lille : **« La fréquentation de notre destination est en hausse ce qui est un point très positif pour l'ensemble de nos professionnels qui sont mobilisés pour accueillir nos visiteurs. Les actions menées par l'Agence d'attractivité Hello Lille notamment à destination de la clientèle française portent leurs fruits ce qui ne peut que nous inciter à les poursuivre au service de notre destination. »**

## Des professionnels confiants pour la Braderie de Lille

Interrogés, les hôteliers de Lille et la métropole le confirment, la fréquentation sera au beau fixe : 39% d'entre eux estiment que la fréquentation de leur établissement sera identique ou supérieure à l'an dernier. Le taux de réservation pour vendredi est à la mi-août de 68% et pour samedi de 78%.

Pour Sébastien Restagno, président du Club Hôtelier de Lille et la métropole : **« Les hôteliers retrouvent un niveau de fréquentation qu'ils avaient connu avant l'annulation de la Braderie de Lille en 2016 ce qui est très encourageant. L'édition 2019 représentera un bon cru pour notre destination avec des touristes qui restent plus longtemps. »**

hello,

## L'agence d'attractivité Hello Lille

**Créée en février 2019**, à l'initiative de la Métropole Européenne de Lille, de la CCI Région Hauts de France et d'Entreprises et Cités, l'Agence d'attractivité Hello Lille a pour ambition de développer l'attractivité territoriale, touristique et économique de la destination Lille au travers de sa marque Hello Lille.

Ses objectifs sont d'**accroître la fréquentation touristique** et développer puissamment le tourisme d'affaires ; de **soutenir les candidatures des grands évènements**, participer à leur organisation et à leur promotion, assurer des retombées sur tout le territoire métropolitain, de **prospector tous types d'investisseurs** susceptibles de s'intéresser aux opportunités de notre territoire, notamment en matière immobilière ; et de **créer du marketing territorial, notamment en déployant la marque « Hello Lille » en France et à l'International** en appui d'actions visant au développement économique et touristique du territoire de la Métropole Européenne de Lille, se traduisant par une hausse de sa notoriété, de sa force de séduction et de conviction

## Le Club Hôtelier Lille Métropole

**Le Club Hôtelier Lille Métropole** est une association qui regroupe **85 hôtels** et qui a pour objet de **faire connaître et promouvoir** les hôtels de la Métropole. Cette promotion concerne aussi bien l'hébergement, les loisirs, le transport des clients que l'organisation, la tenue des congrès, colloques, conférences et toutes autres réunions.

Le Club Hôtelier est en lien avec les institutions, les acteurs touristiques et économiques de la Métropole Européenne de Lille ; ce qui lui permet de communiquer sur les événements et les temps forts qui s'y déroulent.

## Les évènements et l'observation au cœur de la stratégie de la destination

Les enjeux de l'**Observatoire métropolitain du tourisme** sont multiples. Appui de la gouvernance, il permet d'éclairer et nourrir la réflexion, de piloter la mesure et d'atteindre les objectifs. Croisées avec les nouvelles tendances en termes de consommation, comportements ou pratiques touristiques, d'innovation technologique etc., les analyses permettent d'appréhender de manière approfondie la dynamique de notre destination, et de mieux adapter les actions et projets à la réalité et aux perspectives du territoire.

Dans ce cadre, une étude sur l'**impact économique et médiatique des grands évènements métropolitains** est menée sur la période 2018-2021.