

# Assemblée générale du Cluster Bien-être

ARTICLE

L'Assemblée Générale du Cluster Bien-être s'est tenu le 23 janvier 2019 dans les locaux de Atout France.

Au cours de celle-ci, Bart Van Cauwelaert, Directeur Général du site SOFITEL Thalassa à Quiberon a été élu Président du Cluster. Il succède à une grande personnalité du monde du Bien-être : Marie-Noelle Veillet-Berry, Directrice Générale du site Alliance Pornic, qui a assuré la présidence pendant 9 ans.

**Bilan 2018**

- Une campagne digitale en Belgique a généré 3 312 220 impressions, 24 412 pages vues sur 3 articles de la campagne en ligne sur France.fr. 19 249 click sur Facebook ADS, 348 405 de Reach pour un cout par clic de 0,19 CPR.
- 4 opérations grand public dont 2 événements d'envergure en Belgique et en Suisse ont permis de réaliser la rencontre avec 29 journalistes, 309 invités VIP ciblés. 104 350 lecteurs ont été touchés par les articles de presse à l'issue des événements, 7 000 Consumer Mag ont été distribués.

Le tourisme de bien-être est un secteur en pleine croissance. Le marché mondial du tourisme de bien-être pèse 639 milliards de dollars en 2017et possède une croissance (+6.5%)deux fois supérieure à la croissance du tourisme en général.
*(source : Global Wellness Institute , octobre 2018)*

La France maintient sa place de 4ème destination mondiale bien-être. Cependant, dans un environnement de plus en plus concurrentiel, les enjeux pour la France sont d'améliorer son offre et de répondre aux nouvelles attentes des

clientèles pour être plus performante.

Depuis 5 ans, l'offre française est nettement montée en gamme et s'est diversifiée sur un marché de plus en plus segmenté, notamment grâce aux investissements à la fois public et privés :

- 81 millions d'euros investis en 2017 pour le Thermalisme et le Thalassothérapie.
- En 2018, pour les 2 secteurs réunis, l'investissement est estimé à 93 millions d'euros.

Dans un contexte où le bien-être est désormais un élément constitutif du voyage, il apparaît aujourd'hui incontournable pour les acteurs du bien-être de mieux concevoir et promouvoir leurs offres comme une composante incontournable d'un séjour en France. Le bien-être est devenu un enjeu de premier plan pour notre société, permettant un renouveau dans l'attractivité de l'offre de la France comme destination touristique, afin de séduire de nouvelles clientèles. C'est également un produit qui contribue à la dessaisonalisation des séjours et à une meilleure répartition des flux sur le territoire.

Le Cluster a pris la bonne mesure de ce contexte en proposant aux membres des axes de travail pour 2019, sur les marchés belge et suisse, faisant écho aux bons résultats des campagnes menées en 2018: les campagnes de communication principalement digitales seront au cœur du plan d'action avec une approche marketing ciblée et la mise en avant du produit à travers la destination.

**Des objectifs à horizon 2020** ont été fixés avec les membres, et seront notamment travaillés lors du séminaire pour :

- Permettre aux spas de trouver un positionnement clair au sein du Cluster
- Favoriser une communication adaptée auprès des cibles thalasso
- Et augmenter le nombre d'adhérents au sein du Cluster

Florence Houppert
Chefe de produit "Bien-être"