

Communiqué de presse
5 mai 2026

« Ne venez pas, vous ne voudrez pas repartir. »
La nouvelle campagne de promotion touristique hors-saison du Finistère

Après avoir installé le Finistère dans l'imaginaire des destinations hivernales avec « **Raz le bol du ski ? Changez d'hiver en Finistère** », le Département poursuit sa stratégie de valorisation touristique hors saison.

Avec une nouvelle campagne Printemps / Automne 2026 au ton volontairement malicieux « **Ne venez pas, vous ne voudrez pas repartir** », l'agence départementale d'attractivité Tout commence en Finistère confirme une ambition claire : renforcer l'attractivité du territoire au-delà des pics estivaux.

Derrière la formule complice, l'enjeu est stratégique : encourager la fréquentation hors-saison, soutenir le développement touristique local, un moteur économique essentiel pour le Finistère avec plus de 22 000 emplois directs à la clé et enfin répartir la découverte du territoire sur toute l'année.

Un succès inédit pour la campagne hivernale

Lancée à l'hiver 2025-2026, la campagne « Raz le bol du ski ? Changez d'hiver en Finistère » avait pour objectif de positionner le Finistère comme une destination hivernale à part entière. En jouant sur un contre-pied assumé face aux imaginaires traditionnels des vacances d'hiver, elle a permis de valoriser une autre manière de vivre la saison : plus iodée, plus ouverte, plus ancrée dans les paysages et les savoir-faire locaux.

Les résultats confirment la pertinence de cette prise de parole. La campagne a touché **au minimum 22,5 millions de personnes**, dont 12,3 millions au travers de l'affichage, 5 millions via le reportage diffusé au JT de 20h de TF1 et 5,2 millions grâce aux actions digitales.

Les retombées presse témoignent de la portée nationale du dispositif, avec **30 articles print ou web**, sujets ou interviews radio et télévision recensés, notamment dans des médias comme TF1, RMC, Le Figaro, Le Parisien, Le Progrès ou encore France Inter.

Le volet digital confirme également l'efficacité de la campagne : 2,5 millions de vues sur l'écosystème Google, 37 092 clics vers le site, 493 053 vues complètes de la vidéo sur YouTube, ainsi que **6,3 millions de vues sur les réseaux sociaux**.

La dynamique se retrouve également dans les indicateurs de fréquentation. Entre le début des vacances de Noël 2025-2026 et la fin des vacances d'hiver 2026, le Finistère a enregistré 3,6 millions de nuitées touristiques. La clientèle hivernale représente désormais 12 % de la fréquentation annuelle, tandis que **le bilan fait état d'une progression de +5 % de la fréquentation touristique** à l'hiver 2025-2026 par rapport à l'hiver précédent.

Printemps / Automne 2026 : une campagne pour étirer la saison

Dans le prolongement de cette dynamique, le Département lance sa campagne Printemps / Automne 2026 autour d'un nouveau slogan : « Ne venez pas, vous ne voudrez pas repartir ».



Formulée comme une mise en garde complice, cette accroche conserve le ton malicieux déjà installé par la campagne hivernale, tout en portant un objectif très concret : encourager la découverte du Finistère sur des périodes moins concentrées, soutenir l'activité touristique hors été.

La campagne s'appuie sur trois marqueurs forts : les offres sélectionnées avec les Offices de tourisme, les espaces naturels départementaux et les couchers de soleil, signatures sensibles d'un territoire tourné vers l'ouest.

Les Offices de tourisme finistériens ont ainsi réuni 88 expériences pour explorer le Finistère autrement : navigation avec La Recouvrance dans la rade de Brest, réveil de la forêt de Huelgoat dans les Monts d'Arrée, découverte de l'art de la broderie dans le Cap Sizun, veillée crépusculaire à la Pointe du Raz ou encore immersion patrimoniale à l'ancienne abbaye de Saint-Maurice à Quimperlé-les-Rias.

On pourra y relever notamment 3 nouveautés à vivre uniquement en Finistère :

- l'exceptionnelle **exposition Andy Warhol** de plus de 200 œuvres au Fonds Hélène et Edouard Leclerc (FHLE) à Landerneau, une première rétrospective majeure consacrée à l'artiste en France depuis sa dernière grande présentation, il y a près de dix ans ;
- une virée en bateau direction **l'Île Tristan** dans la Baie de Douarnenez avec Liaam Océan à bord de l'Etoile de Douarn ou de la Sardine ; une croisière intimiste pour découvrir la face cachée et les mystères de l'île ;
- une nouvelle façon de randonner et de s'immerger dans les emblématiques Monts d'Arrée avec Adde au cœur des landes et des tourbières ; « **Aux portes des ombres** », est une expérience contée et immersive de deux heures où les légendes prennent vie.

Couchers de soleil au Conquet, à la Pointe du Raz, au Menez Hom ; falaises, landes, zones humides, sommets des Monts d'Arrée et littoral spectaculaire : cette campagne met aussi en valeur les grands paysages finistériens dans une logique d'équilibre entre attractivité et préservation. **Avec plus de 5 000 hectares répartis sur 130 sites, les espaces naturels départementaux** incarnent pleinement cette ambition : faire du printemps et de l'automne des saisons de découverte à part entière, au service des visiteurs, des entreprises et des territoires.

Plus d'informations :

<https://www.toutcommenceenfinistere.com/printemps/les-coups-de-coeur-des-offices-de-tourisme-au-printemps/>
<https://www.toutcommenceenfinistere.com/paysage-dexception/des-espaces-naturels-departementaux-a-decouvrir-en-finistere/>

La campagne printemps-automne sera déclinée en une dizaine de visuels qui seront mis en ligne progressivement au cours de l'année 2026. En voici deux exemples complémentaires pour un équilibre entre terre, mer et art de vivre finistérien.



Rendez-vous en novembre 2026 pour la prochaine campagne hivernale

Fort du succès inédit de sa campagne hivernale et du lancement de cette campagne Printemps / Automne 2026, le Département donne d'ores et déjà rendez-vous en novembre 2026 pour découvrir sa prochaine prise de parole dédiée à l'hiver.

Cette future campagne s'inscrit dans la continuité du positionnement engagé : une communication toujours ambitieuse, pour poursuivre l'installation du Finistère comme la destination touristique littorale en hiver ; toujours malicieuse, pour conserver une signature créative identifiable ; et portée par une offre plus complète et plus structurée, afin de renforcer encore les raisons de choisir le Finistère lorsque les températures baissent.

"Le développement du tourisme hors-saison, toute l'année, est au centre de la stratégie de notre agence d'attractivité et de notre Département. C'est bon pour le chiffre d'affaires de nos entreprises et c'est bon aussi pour l'annualisation des contrats de travail des salariés de l'économie touristique," confirme Yannick Moreau, directeur de l'agence Tout commence en Finistère.

Avec cette campagne printemps-automne 2026, le Département amplifie son soutien au développement touristique du Finistère, qui génère déjà des retombées financières directes évaluées à 2,8 milliards d'euros par an.

VOTRE CONTACT

Emilie Khan

Agence aiRPur pour l'agence départementale d'attractivité Tout commence en Finistère
ekhan@agence-airpur.fr / 06 66 40 04 74