



Bilan des tendances touristiques estivales en Vendée 2016

Dossier de Presse du 31 août 2016

2016

Une saison qui se révèle satisfaisante malgré un démarrage difficile

Arrêtées à la date du 25 août 2016, les tendances de la saison touristique 2016 sont l'expression de l'opinion de 353 acteurs du tourisme vendéen sur la fréquentation estivale.

Après une saison 2015 record avec 36,1 millions de nuitées touristiques réalisées, la saison 2016 apparaît satisfaisante et meilleure que prévue. La saison touristique qui a démarré avec retard, semble avoir été soutenue principalement par la clientèle française, la part du visitorat étranger étant en léger retrait. L'indice de perception de stabilité et de progression de l'activité établi par les professionnels se révèle disparate selon les secteurs d'activités et les secteurs géographiques. Ainsi, dans un contexte national qui affiche des indicateurs touristiques médiocres, la Vendée tire correctement son épingle du jeu. La météo clémente de l'été explique en partie la bonne tenue de ces résultats. Cependant, il faut mettre aussi en évidence le travail de fond et de longue haleine engagée au service de l'image de la Vendée pour promouvoir la qualité et la diversité de son offre touristique. L'action des professionnels du tourisme, en matière d'investissement pour le renouvellement ou la création de nouveaux équipements, dans le domaine de la communication et de la commercialisation, avec un recours de plus en plus poussée aux techniques du numérique est également à souligner.

Au titre de la saison 2016, cinq points sont à retenir :

- ▶ Une avant saison 2016 en retrait mais des perspectives encourageantes ;
- ▶ Pour l'été 2016, 67 % des professionnels jugent que la saison est stable ou supérieure à l'année antérieure ;
- ▶ Des facteurs qui confortent l'activité touristique vendéenne ;
- ▶ La Vendée est adaptée aux nouveaux modes de consommation des estivants ;
- ▶ Des prévisions pour l'arrière-saison prometteuses.

Nous détaillerons chacun de ces points.

Une avant-saison 2016 en retrait mais des perspectives encourageantes

Au printemps 2016, 38 % des professionnels ont observé une fréquentation de l'avant-saison stable ou supérieure par rapport à l'année précédente (64 % en 2015 par rapport à 2014). Le chiffre d'affaires enregistré par ces professionnels suit cette même tendance. **Sur l'avant saison, les professionnels du tourisme ont notamment été fortement touchés par la conjoncture économique nationale (grèves, pénurie d'essence, grands événements sportifs), un manque de pont sur le mois de mai ainsi qu'une météo maussade (inondations, climat peu favorable) ne favorisant pas le développement touristique en Vendée. Il en ressort une tendance générale sur l'avant-saison difficile.**

Les professionnels de l'hébergement touristique enregistrent une baisse des réservations sur l'avant-saison. La fréquentation étrangère se maintient pour seulement 37 % des professionnels interrogés.

Cependant, toujours sur la période d'avril à juin 2016, **les perspectives d'activités pour le secteur du tourisme ont été marquées au niveau national par une hausse significative des intentions de départ en vacances des Français (64 % contre 57 % en 2015, soit 7 point de plus par rapport à l'année précédente).**

Dans le même temps en Vendée, 59 % des professionnels vendéens estimaient que les prévisions pour la saison estivale 2016 étaient encourageantes, stables ou en progression par rapport au cœur de saison de l'année précédente.

- 51 % des campings et 55 % des hôtels témoignaient d'un cœur de saison stable ou en progression à l'année passée ;
- 59 % des gîtes et meublés affichaient un optimisme égal ou supérieur à l'activité réalisée l'année passée ;
- 73 % des villages de vacances anticipaient une activité égale ou supérieure à l'année antérieure, ils étaient 50 % en 2015 ;
- 45 % des chambres d'hôtes prévoyaient une fréquentation égale ou supérieure par rapport à la précédente saison estivale.

► **Fin juin 2016, 59 % des professionnels jugeaient que l'activité de l'été 2016 devrait être stable ou supérieure par rapport à celle de 2015. Qu'en est-il de cette prévision à ce jour ?**

Pour l'été 2015, 67 % des professionnels jugent que la saison est stable ou supérieure à l'année antérieure

Après un début de saison difficile, et alors que 59 % des professionnels prévoyaient que le cœur de saison serait stable ou supérieure à celle de l'année passée, 67 % de ces mêmes professionnels, à la fin de l'été, estiment que l'activité a été stable ou supérieure à celle de 2015. L'ensemble des secteurs d'activités est globalement plus satisfait de la saison estivale 2016 que ne le laissaient penser les prévisions.

► Face à ces premiers résultats, la saison estivale 2016 apparaît meilleure que ne le craignaient les professionnels au mois de juin même si des disparités sont à noter par rapport à la situation de chaque secteur.

- Près de 63 % des professionnels de l'hôtellerie de plein air témoignent d'une activité égale ou supérieure à l'été 2015 (contre 51 % fin juin 2016 par rapport à la saison estivale 2015) ;

- 79 % des hôtels affichent une fréquentation identique ou supérieure par rapport à 2015 (contre 76 % en 2015 par rapport à 2014) ;
- 77 % des propriétaires de gîtes et de meublés indique un bilan de fréquentation stable ou supérieur par rapport à 2015 (contre 59 % fin juin 2016 par rapport à la saison estivale 2015) ;
- Les propriétaires de chambres d'hôtes font également part d'une situation en progression par rapport à 2015. 74 % d'entre eux expriment une fréquentation stable ou supérieure par rapport à 2015 (contre 59 % en 2015 par rapport à 2014) ;
- L'activité des villages de vacances et des résidences se stabilise. 69 % d'entre eux rendent compte d'une activité égale ou supérieure à l'été 2015 alors qu'ils étaient 71 % fin juin 2016 par rapport à la saison estivale 2015 ;
- 54 % des sites touristiques et des activités de loisirs rapportent une saison stable ou en progression par rapport à 2015 (contre 71 % en 2015 par rapport à 2014). Le taux de satisfaction monte à 63 % pour les sites de plein air ;

- **Le secteur de la restauration, témoigne fin août, d'une tendance à la baisse par rapport à 2015 avec seulement 43 % d'opinions de stabilité ou de progression par rapport à la fin de l'été précédent** (contre 67 % en 2015 par rapport à 2014 et 58 % en 2014 par rapport à 2013) ;
 - **Le secteur de la distribution** (grandes et moyennes surfaces) **affiche une situation comparable à celle de 2012**. 40 % des enseignes observent une stabilité, 20 % une progression et 40 % une diminution de la fréquentation contre 100 % de stabilité en 2015.
- ▶ Second indicateur, **les comptages routiers** réalisés au cours de la saison estivale en Vendée montrent une augmentation de la fréquentation de 1,6 % par rapport à celle de 2015.
- Le mois de juillet enregistre une progression en début d'été plus faible qu'en 2015 pour la même période (+1,5 % contre une hausse de 3,7 % en 2015 par rapport à 2014) confirmant un cœur de saison qui commence véritablement à la mi-juillet ;

- Le mois d'août augmente également de 1,4 % (contre +2,9% en 2015 par rapport à 2014).

- ▶ Troisième indicateur, **la fréquentation étrangère se dégrade légèrement par rapport à 2015**. **55 % des professionnels font état d'une fréquentation stable ou en progression** (contre 71% en 2015 et 70 % en 2014). La Grande-Bretagne demeure en tête des pays émetteurs de clientèles (20,6 % des touristes étrangers contre 21,7 % en 2015), suivie de près par la Belgique (20 % contre 21,7 % en 2015), de l'Allemagne (16 %), de l'Espagne (9,9%) et de l'Italie (9,5 %).

Dans tous les cas, l'ensemble des indicateurs d'activité témoigne, à la fin août, d'une activité perçue comme équivalente à celle de l'année passée.



Des facteurs qui confortent l'activité touristique vendéenne

La saison estivale 2016 renverse la tendance pressentie au printemps de cette année. L'attractivité touristique en Vendée se maintient grâce à la diversité de l'offre touristique et une météo clémente, alors que le contexte économique est toujours difficile. En 2016, différents facteurs dynamisent l'activité touristique vendéenne.

▶ **Premièrement, des conditions météorologiques globalement bonnes.** La Vendée a su profiter d'un été 2016 ensoleillé propice au développement des activités touristiques. La météo est en ce sens un facteur clé dans la réussite d'une saison touristique. Le mois d'avril a été doux alors que les mois de mai et de juin ont été médiocres impliquant une activité touristique en demi-teinte sur l'avant-saison. Enfin, le mois de juillet a été plutôt morose jusqu'au 15 juillet mais bon par la suite et le mois d'août ensoleillé a garanti les conditions du développement de l'activité ;

▶ **Deuxièmement, la saison estivale a véritablement commencé à partir de la deuxième semaine de juillet** (à partir du 15 juillet).

Liées au calendrier des vacances scolaires des Français et des étrangers du Nord de l'Europe et au contexte national difficile (acte terroriste, image négative à l'étranger de la France et attente d'une météo favorable), la saison touristique a démarré plus tardivement que l'année passée ;

▶ **Les multiples animations et événements favorisent l'attractivité du département de la Vendée. La qualité des sites de visites et de loisirs renforce le succès grandissant des activités de spectacle,** en voici quelques exemples :

- **Le Puy du Fou enregistre un nouveau record de fréquentation sur la saison 2016 avec 2,2 millions de visiteurs,** soit 6,5 % de plus que sur la saison 2015. D'avril à juin, 20 % de visiteurs supplémentaires ont été comptabilisés. Les nouveautés de 2016 (Le Dernier Panache, Les Neopters) et l'exportation outre-Manche du spectacle nocturne « Kynren » ont contribué à la poursuite de l'ascension du Puy du fou ;

- Le Festival de Poupet a fait le plein en attirant plus de 116 000 festivaliers. Le Festival « Vers les Arts » à Saint Hilaire de Riez a attiré 23 000 spectateurs. Les Festivals « Jaunay’Stivales » et « Viens dans mon île » ont enregistré respectivement 9 000 et 7 500 personnes.
- **Les sites touristiques départementaux** parviennent à maintenir leurs fréquentations par rapport à l’année antérieure et **confirment ainsi la pertinence du spectacle vivant sur le territoire.**

▶ **La Vendée est une marque de destination touristique reconnue.** La Vendée conserve une place prépondérante dans le classement des plus grandes destinations touristiques française. Le travail de fond engagé par Vendée Tourisme en partenariat avec les professionnels du tourisme concourt à la renommée de la marque Vendée. Ainsi, en 2016, Vendée Tourisme a mis à l’honneur la gastronomie et le savoir-faire des acteurs du territoire dans une campagne multicanal « **La Vendée, destination Gourmande** ». Cette campagne a pour but de valoriser l’offre touristique à travers la richesse du terroir vendéen. Vendée Tourisme a par ailleurs mis en ligne un jeu

concours « **Les Dîners Toqués de Vendée** » afin de mettre à l’honneur la gastronomie vendéenne et promouvoir par ce biais la destination touristique sous un angle nouveau. En 2016, le **Vendée Globe**, dont la notoriété médiatique nationale et internationale n’est plus à démontrer contribuera également à renforcer l’image de la Vendée.



▶ **La bonne tenue de la fréquentation touristique est liée au caractère offensif du tourisme vendéen.** La Vendée est un département qui regorge de richesses, Vendée Tourisme a souhaité mettre en avant la diversité culturelle du patrimoine vendéen et l’offre de loisirs dans une nouvelle campagne « **Culture, Patrimoine et Loisirs** ». En vue de la saison estivale 2016, une campagne « Citez-moi la seule destination en France ... » avec deux vagues d’affichages dans le métro parisien et un jeu concours en ligne « Le quiz de vos vacances » ont été mises en place.

La Vendée est adaptée aux nouveaux modes de consommation des estivants

La Vendée attire parce que les professionnels du tourisme sont innovants et proposent des produits de qualité adaptés aux modes de consommation des estivants. La saison estivale 2016 confirme des modifications comportementales dans la pratique des vacances.

- ▶ **L'accentuation des réservations de dernières minutes s'inscrit saison après saison durablement comme un nouveau mode de consommation.** Ce phénomène est fortement lié à l'attente par les estivants de conditions météorologiques favorables et rend difficile les prévisions d'activité. Pour accompagner le développement de cette tendance, Vendée Expansion travaille toujours à l'étalement de la saison avec une campagne digitale « **Tourisme d'affaires** » qui va se dérouler du 14 septembre au 5 octobre. La Vendée présente d'excellents atouts pour satisfaire les attentes des entreprises : proximité, sens de l'accueil, équipements et services dignes des grandes destinations de l'hexagone ;

- ▶ **Le développement du tourisme de proximité.** La Vendée attire de plus en plus de touristes en provenance des départements limitrophes ou de centres urbains peu éloignés et facile d'accès par les réseaux aériens, routiers et ferroviaires. Ce point est par ailleurs corroboré par la répartition des internautes français consultant www.vendee-tourisme.com depuis le début de l'année 2016 : 33 % des sessions sont enregistrées dans la Région des Pays de la Loire, 26 % dans la Région Ile de France, 8 % dans la région Nouvelle-Aquitaine, 5 % en Bretagne et 5 % dans la région Auvergne-Rhône-Alpes.
- ▶ **Le raccourcissement de la durée des séjours est un comportement de consommation avéré et va de pair avec un pouvoir d'achat des ménages en baisse ;**
- ▶ **L'attente d'offres promotionnelles avantageuses, avec comme critère de sélection principal : le prix.** La consommation dans le secteur de la distribution reste globalement stable mais le secteur de la restauration reste égratigné par des budgets toujours plus serrés des ménages ;
- ▶ **L'accroissement des séjours non marchands (familles, amis) ;**

- ▶ **La facilité d'accès à l'information touristique sur Internet (disponibilités, tarifs) ;**
- ▶ **L'engouement pour les nouveautés des sites touristiques :** ces derniers ont été fortement sollicités en raison notamment d'une météo clémente et grâce aux efforts d'innovation des professionnels (« Le Dernier Panache » au Puy du Fou, Le Musée des Enfants à l'Historial de la Vendée, O'Gliss Park, « Le Trésor du Pirate » au Château des aventuriers, ...) ;
- ▶ **La place d'Internet et de l'accès au Wifi comme critère de réservation de vacances.** Depuis cette année, des plages en sont d'ailleurs équipées, constituant un véritable atout pour le développement touristique de la Vendée. Le marché de l'e-tourisme progresse chaque année et de nouveaux acteurs du secteur intègrent régulièrement le marché. **À noter notamment que le site www.vendee-tourisme.com a connu une nette hausse de la qualité de son trafic :** + 14,7 % de pages vues et +22,9 % de sessions par rapport à la saison estivale de l'année précédente. En parallèle, la consultation des informations relatives à la Vendée s'effectue majoritairement sur mobile pour 45,2 % des sessions, 41 % via l'ordinateur et 13,7 % via les

tablettes. **Ces données confirment le poids grandissant de l'Internet mobile.**

- ▶ **La clientèle française est de plus en plus présente.** Selon le baromètre d'Europ Assistance, au début de l'été, 64 % des Français envisageaient de rester en France pendant leurs vacances soit 7 % de plus par rapport à 2015 et 62 % privilégieraient en destination le bord de mer, contre 59 % l'année antérieure. A la fin août 2016, 73 % des professionnels du tourisme en Vendée observent une fréquentation stable ou supérieure de la clientèle française par rapport au cœur de saison de l'année dernière.
- ▶ **Les clientèles étrangères toujours au rendez-vous.** A la fin de l'été 2016, 55 % des professionnels du tourisme font état d'une fréquentation stable ou en progression par rapport au cœur de saison de l'année 2015. Malgré l'image négative donnée de la France à l'étranger et le climat d'insécurité véhiculé par la série d'attentats, la clientèle étrangère n'a pas déserté le territoire vendéen. Vendée Expansion poursuit ainsi la promotion de la Vendée touristique en accentuant encore plus sa présence sur les marchés étrangers.

Des prévisions pour l'arrière-saison prometteuses

L'activité touristique ne se limite pas aux mois d'été. A la fin de la saison estivale, 58 % des professionnels du tourisme prévoient que l'activité de l'arrière-saison 2016 sera stable ou supérieure par rapport à celle de 2015. L'année 2016 possède également un atout indéniable en fin de saison : le départ du Vendée Globe aux Sables d'Olonne le 6 novembre, dont les retombées et effets positifs sont multiples :

- ▶ **L'allongement de la saison touristique** : bon nombre de professionnels du tourisme profiteront de la fréquentation du week-end du départ et des 3 semaines précédant le départ (Village Vendée Globe) pour augmenter de façon significative leur remplissage. Les hôtels aux Sables d'Olonne et ses alentours sont presque tous complets pour le week-end du 5 et 6 novembre. Il reste néanmoins des disponibilités en camping, résidence et en meublé/appartement. Les hébergements situés dans un rayon de 30 km aux alentours des Sables d'Olonne bénéficient également de ces retombées. La fréquentation

pendant la période du Village Vendée Globe (du 15/10 au 6/11/16) sera également augmentée de façon significative et coïncide avec les Vacances de la Toussaint.

- ▶ **L'exposition médiatique exceptionnelle** de l'évènement permet une publicité à grande échelle auprès du grand public mais également des clientèles B2B. Ces effets de longue traîne se ressentiront également sur la saison 2017. Lors de l'édition 2012, selon les données du Conseil Départemental de la Vendée, on recensait plus de 100 000 sujets traitant de l'évènement pour un équivalent publicitaire de plus de 180 millions d'€. Les retombées pour le territoire étaient estimées à plus de 13 millions d'€ et 313 000 nuitées touristiques.
- ▶ **La visibilité de la marque Vendée à Paris**, au pied de la Tour Eiffel pendant 3 mois à compter du 7 novembre grâce au **PC Course du Vendée Globe**. Cet espace sur plus de 1700 m² sera divisé en 4 parties avec des animations, expositions et un restaurant-bar proposé au grand public. la Vendée y sera promue via un espace du tourisme de 87 m² et proposera des animations sur le thème de la mer, de l'environnement, de la gastronomie et pour les enfants.

Contacts :

Olivier POIRIER-COUTANSAIS, Directeur adjoint de Vendée Expansion

Tél. 02 51 44 91 01 – o.coutansais@vendee-expansion.fr

Karen ALLETRU, Directrice adjointe du Pôle Tourisme

Tél. 02 51 47 61 86 – k.alletru@vendee-expansion.fr

www.vendee-expansion.fr

www.vendee-tourisme.com



AMÉNAGEMENT - DÉVELOPPEMENT - TOURISME



Photo : A. LAMOUREUX