



Bilan des **tendances touristiques** estivales en Vendée 2021

Dossier de presse du 3 septembre 2021



Une saison touristique 2021 qui tire son épingle du jeu : meilleure que 2020, mais qui n'égale pas le niveau d'avant-crise

Le bilan des tendances touristiques estivales en Vendée 2021 est établi à partir :

- de l'expression de l'opinion de plus de 310 professionnels du tourisme (recueillie jusqu'au 20 août) interrogés sur la perception de leur activité touristique sur la période estivale,
- des contacts et échanges établis auprès des fédérations professionnelles, des acteurs de la grande distribution, des structures institutionnelles et des entreprises privées du tourisme,
- du recueil d'informations statistiques concernant divers indicateurs de fréquentation touristique.

La pandémie qui touche le monde depuis plus de 18 mois désormais a considérablement impacté le secteur touristique. Elle a modifié l'approche des touristes quant à l'organisation de leurs vacances et nécessité de la part des professionnels une forte capacité d'adaptation de leurs pratiques et de leurs offres. La crise sanitaire et les mesures prises par le gouvernement et les acteurs

institutionnels pour y faire face ont eu des conséquences directes (comme en 2020) sur l'activité touristique en Vendée. C'est avec la grille d'analyse de ce contexte très particulier qu'il faut lire le bilan de la saison estivale 2021.

Plusieurs points sont à retenir pour ce tout premier bilan des tendances de la saison touristique 2021 à la fin du mois d'août :

- ▶ Un avant et un début de saison perturbés par la crise sanitaire mais qui annonce une dynamique encourageante pour la saison estivale,
- ▶ Une sensibilité à la crise et au « pass sanitaire » différente selon les activités et les territoires,
- ▶ Avec la pandémie des pratiques touristiques nouvelles et d'autres qui se confirment,
- ▶ Des professionnels dans l'attente de l'arrière-saison.

Un avant et un début de saison perturbés par la crise sanitaire mais, qui annonce une dynamique encourageante pour la saison estivale

Un avant et un début de saison nettement meilleur qu'en 2020 mais inférieur à 2019.

Le mois d'avril marque habituellement l'ouverture de la saison touristique. Comme en 2020, crise sanitaire oblige, aucune activité n'a véritablement démarré à cette période.

Après ce mois atone, marqué par des mesures sanitaires renforcées sur l'ensemble du territoire national, l'activité touristique s'est progressivement relancée avec un fort rebond courant mai. Les chiffres l'attestent, sur les ponts de l'Ascension et de la Pentecôte, ce sont plus de 1,3 million de nuitées qui ont été enregistrées (respectivement 820 000 et 530 000 nuitées sur les ponts de l'Ascension et de la Pentecôte). C'est une différence notable avec l'année précédente. En 2020, il a fallu attendre le mois de juin pour voir la fréquentation touristique décoller. A l'activité prometteuse du mois de mai, malgré une météo peu clémente, s'est ajouté

l'allègement progressif des restrictions. Ce contexte favorable a regonflé les intentions de départ en vacances, particulièrement de la clientèle française et insufflé un nouvel élan touristique.



Pour rappel, les grandes étapes du déconfinement national :

- 3 mai : fin des restrictions de déplacement,
- 19 mai : passage du couvre-feu à 21h et réouverture des commerces, terrasses et musées (avec jauges),
- 9 juin : passage du couvre-feu à 23h et réouverture des cafés et restaurants en intérieur (avec jauges),
- 17 juin : fin du couvre-feu.

Dans sa globalité, la fréquentation des mois de mai et de juin a été nettement supérieure à 2020. Mais, à la peine par rapport à 2019. Dans le même temps, les professionnels affichaient leur optimisme pour le début de saison 2021. Rappelons qu'interrogés en Juin 2021, 75% des professionnels indiquaient un taux de réservation et des perspectives d'activité pour les mois d'été supérieurs à ceux constatés à la même période en 2020. Ils indiquaient même que pour 58% d'entre eux la saison estivale serait meilleure qu'en 2019.

À noter que le 1^{er} et le 8 mai tombaient un samedi et que le mois de juin ne comptait aucun jour férié.

Des tendances positives quant aux intentions de départ en vacances des français.

D'après une enquête réalisée par ADN Tourisme et les 13 Comités Régionaux de Tourisme, auprès de 2 000 français interrogés entre le 7 et le 21 juin sur leurs projets pour l'été 2021, 61 % des français déclaraient penser partir en vacances et/ou week-ends cet été entre juin et septembre. Un chiffre fortement supérieur à celui de 2020 où ils n'étaient que 50 %.

Au-delà de l'intention de départ en vacances, les français affichaient très clairement leur préférence pour la destination France. 83% d'entre eux déclaraient vouloir rester dans l'hexagone. Le littoral, sans surprise, engrangeait la majorité des suffrages : 43% des français affirmaient avoir déjà prévu d'y séjourner.



Photo : S. BOURCIER

Une sensibilité à la crise et au « pass sanitaire » différente selon les activités et les territoires

Les professionnels du tourisme vendéens se sont armés pour faire face une saison estivale placée sous le signe de la crise sanitaire et rythmée par les nombreuses annonces gouvernementales.

- ▶ **79 % des acteurs du tourisme témoignent d'une fréquentation estivale égale ou supérieure à celle de 2020.** Un indice de perception de l'état de la saison estivale 2021 qui mérite d'être nuancé avec des disparités incontestables entre les différentes filières et secteurs touristiques.
- **Un bilan estival très positif pour la majorité des campings.** 86 % des professionnels de l'hôtellerie de plein air jugent leur activité touristique, pendant la saison estivale, stable ou supérieure à celle de l'année dernière. C'est en matière de ressenti le meilleur taux obtenu au cours des sept dernières années. Ce taux est nettement plus favorable que celui enregistré par rapport à la même période de 2019, puisqu'ils étaient 65 % alors à parier sur une saison estivale meilleure que l'année précédente. Les exploitants de campings soulignent,

sur ce cœur de saison, une présence accrue des touristes français et une forte diminution des clientèles étrangères, particulièrement marquée en ce qui concerne les touristes britanniques.

Ils notent par ailleurs un niveau plus élevé de consommation. Le montant du panier client a augmenté. Les services annexes, (restauration, épicerie, jeux, animations...) ont été très prisés par une clientèle qui plus encore que les autres années a fait le choix de privilégier le temps passé à l'intérieur du camping. Ce comportement a compensé le léger fléchissement de fréquentation, notamment sur les emplacements nus, observés cet été.

Une activité estivale hôtelière relativement stable. Près d'un professionnel du tourisme sur deux affiliés au secteur de l'hôtellerie en Vendée juge l'activité touristique sur cette saison estivale 2021 stable, et 31 % d'entre eux même supérieure par rapport à la même période de l'année dernière, soit 81% exposant une opinion favorable par rapport à la saison.

- **Gîtes et meublés ont la faveur des touristes.** 96 % des propriétaires de locations de vacances font part d'une saison estivale 2021 stable ou supérieure par rapport à celle de 2020. Un résultat encore supérieur à l'année dernière qui traduit une orientation de plus en plus forte de la clientèle vers des structures « prêtes-à-vivre », assurant un cadre de séjour autonome et sécurisé (notamment dans le contexte sanitaire actuel).
- Près des 2/3 de propriétaires de **chambres d'hôtes** témoignent d'une stabilité voire d'une augmentation de leur niveau de fréquentation par rapport à 2020.
- L'activité des **villages de vacances et des résidences de tourisme** enregistre des résultats encourageants sur la saison estivale. L'ensemble des professionnels de résidences de tourisme et de villages de vacances ayant répondu à l'enquête témoignent d'un bilan de fréquentation touristique stable ou en progression par rapport au cœur de saison de l'année dernière.



● Photo : S. BOURCIER

- **Des sites de visite et activités de loisirs bousculés par la mise en application du « pass sanitaire ».** 64 % des sites de visite et activités de loisirs témoignent d'une fréquentation stable ou supérieure sur les mois de juillet et d'août par rapport à la même période de l'année dernière. Difficile à partir de ce seul chiffre de tirer un enseignement général pour ce secteur d'activité tant les témoignages d'un professionnel à l'autre différent. Il semble bien qu'ici le cas par cas soit la seule règle à retenir. Deux facteurs ont joué les intrus dans cette saison 2021 décidément atypique. La météo d'une part, globalement maussade qui a pu favoriser les sites couverts. « Le pass sanitaire » d'autre part, dont l'application a commencé dès le 21 juillet (en tous cas pour les sites dont la jauge était supérieure à 50 personnes) ce qui a pu avantager les sites de plein air, voire dans un premier temps les petits sites, et tous ceux qui, compte tenu de leur configuration, permettaient aux visiteurs d'échapper à une certaine promiscuité. D'autres éléments entrent en compte : il faut distinguer les sites d'impulsion (on s'y rend sans réservation et sans préparation) des autres. « Le pass sanitaire » a pu handicaper les premiers et rendre plus attractif les seconds. Il faut aussi mesurer

l'appropriation progressive par le public des règles sanitaires. Incomprises au début, elles ont été peu à peu intégrées puis anticipées.

- **Une fréquentation en retrait sur les sites départementaux**

Les sites culturels du Département enregistrent – hors événementiels – une baisse de fréquentation sur la période estivale (du 1^{er} juillet au 31 août) de 18% par rapport à la même période en 2020. La situation est différente selon les sites. Ainsi l'Historial de la Vendée connaît un regain de fréquentation (+ 4%). Les conditions météorologiques, maussades, peu propices aux activités de loisirs en extérieur, ont pu paradoxalement être un élément favorable. Par ailleurs l'accueil cet été, de l'exposition *Trésors révélés de la Vendée, le patrimoine dépoussiéré !* a été un facteur d'attractivité supplémentaire. En revanche, le haras à la Roche sur Yon a accusé une chute de fréquentation de 28%.

Il convient en outre de noter que le retour des événementiels sur les sites départementaux a permis, au-delà des visites traditionnelles, de soutenir la fréquentation des sites culturels,

en limitant la baisse de fréquentation à – 4 % par rapport à 2020. (*Nocturnes* au Château de Tiffauges et à l'Abbaye de Nieul sur l'Autise ; *La Bretagne* à la Chabotterie ; le festival *voix et musiques au Prieuré* à Grammont...).



Photo : S. BOURCIER

Les sites naturels du Département (La Cité des Oiseaux et la Réserve biologique départementale) enregistrent, quant à eux, cet été, une hausse de fréquentation à la journée de 21 % comparée à 2020, avec 11 218 personnes accueillies en 2 mois, et 19 % par rapport à 2019.

- **Des évènements, fêtes et manifestations qui se relancent progressivement.** Cette année encore de nombreux évènements, fêtes et manifestations ont été annulés (*festival viens dans mon île (L'Île d'Yeu)*, *festival 7^{ème} vague (Brétignolles sur Mer)* ...). Néanmoins, un rebond a pu voir le jour sur la période estivale avec différents évènements qui ont pu se tenir dans de bonnes conditions en suivant des protocoles sanitaires spécifiques. Ces évènements, qui rythment la saison estivale en Vendée, sont un vecteur important de la dynamique touristique vendéenne et il faut noter la détermination et la forte capacité d'adaptation des organisateurs. Cette année a été également la première pour de nouveaux évènements qui ont pu compter sur un engouement toujours aussi fort du public ;

Quelques exemples notables :

- Festival de Poupet - Saint-Malô-du-Bois (44 000 festivaliers),
- Les Puces Ligneronaises - Saint-Christophe-du-Ligneron (15 700 personnes),
- Festival R.Pop - La Roche-sur-Yon (5 700 festivaliers),
- Festival [A] OUT - Notre-Dame-de-Monts (2 500 personnes),
- Festival Réveillons-Nous ! - Saint-Jean-de-Monts (800 personnes),
- Festival Dans les jardins de William Christie – Thiré (record de fréquentation avec plus de 10 000 spectateurs).

- **La restauration : une fréquentation toujours ralentie par les mesures sanitaires, mais une clientèle qui continue de se faire plaisir.** Les professionnels de la restauration font état d'une activité toujours ralentie à la mi-août avec toutefois une petite moitié des professionnels (52 %) exprimant une activité stable ou en hausse par rapport à la même période de l'année dernière. La clientèle étrangère n'est pas au rendez-vous. Seulement 10 % des professionnels rapportent un niveau de fréquentation supérieur à 2020. La clientèle française quant à elle, est bien présente avec 77 % des professionnels de la restauration qui témoignent d'une fréquentation stable ou supérieure par rapport à 2020. La clientèle semble toujours décidée à vouloir se faire plaisir avec un panier moyen jugé identique ou supérieur à 2020 pour 77 % des interrogés. À noter que plus de la moitié des professionnels du secteur témoignent d'un impact direct sur leur chiffre d'affaires des dernières mesures et notamment la mise en place du « pass sanitaire » ;
- **Une fréquentation orientée à la hausse dans les offices de tourisme.** 73 % des offices de tourisme font état d'une

fréquentation touristique en hausse par rapport à 2020. La clientèle étrangère revient timidement après une année (presque) blanche. Les offices de tourisme s'accordent sur des conditions météorologiques estivales peu clémentes et un impact majeur du « pass sanitaire » pour l'activité touristique de leur territoire. Parmi les témoignages recueillis auprès des offices de tourisme on note : beaucoup d'interrogations sur les mesures sanitaires. Des demandes d'information de la part d'un public français qui pour la première fois venait en Vendée.



● Photo : S. BOURCIER

- ▶ En ce qui concerne **le secteur de la grande distribution** (grandes et moyennes surfaces), les professionnels ayant répondu à l'enquête de fréquentation observent une stabilité voire une légère augmentation de leur activité durant cette saison estivale. Ils notent un nombre de « passage en caisse » à la hausse et un panier moyen de consommation qui aurait tendance à se tasser par rapport à l'exercice 2020 où il avait été particulièrement élevé.

En ce qui concerne le commerce de détail, de nombreux témoignages recueillis sur le terrain dans les stations balnéaires révèlent un bon niveau de fréquentation et un niveau élevé de consommation.

- ▶ **Secteurs géographiques : Sur le littoral et le pays yonnais les professionnels expriment un taux élevé de satisfaction.** Le niveau de satisfaction exprimée par les professionnels sur leur activité pendant la saison estivale en fonction des secteurs touristiques révèle que c'est sur le littoral que le ressenti est le meilleur. Sur cette zone 84 % des professionnels ont une

opinion positive de la saison qui vient de se passer, suivi de près par le pays yonnais qui relève un niveau de satisfaction nettement supérieur à l'année passée avec 82 % d'opinions positives. Le sud Vendée et le bocage semblent réaliser une saison correcte avec respectivement 72 % et 70 % d'opinions positives. C'est sur le rétro-littoral que la fréquentation sur cette saison estivale apparaît la moins positive mais convenable avec 69 % d'opinions positives.

- ▶ **Les comptages routiers révèlent un maintien de la fréquentation touristique**

Les comptages routiers sont un indice, parmi d'autres, pour apprécier le niveau de la fréquentation touristique. Réalisés au cours de la saison estivale du 1^e juillet au 21 août, ils révèlent une stabilité (voire une très légère augmentation de 1 %) de la fréquentation touristique par rapport à l'observation réalisée sur la même période en 2020. Cette quasi-stabilité vaut pour le mois de juillet comme pour août.

► **Une répartition inédite de la clientèle étrangère**

Pour la période estivale 2021, la clientèle étrangère provient majoritairement des Pays-Bas (17 %), d'Allemagne (16 %), de Belgique (16%) et du Royaume-Uni (8 %). Une clientèle qui a été en partie chamboulée par les restrictions européennes et internationales et plus particulièrement avec l'inscription à certaines périodes de la France en « zone rouge » pour certains pays. La désaffection des touristes britanniques est à noter. Traditionnellement première clientèle touristique étrangère de Vendée, les britanniques sont, cet été, rétrogradés en quatrième position.

► **Le littoral plébiscité**

Concernant la répartition sur les différents secteurs touristiques vendéens, c'est massivement vers le littoral que s'est porté le choix des touristes avec 68 % des nuitées enregistrées sur cette zone, devant le rétro-littoral (16 %), le sud Vendée (7 %), le bocage (5 %) et enfin, le pays yonnais (4 %).



● Photo : A.LAMOUREUX

- ▶ **L'engouement des touristes pour le vélo se renforce** : d'après les comptages réalisés sur les itinéraires cyclables, la pratique du vélo poursuit sa progression en Vendée puisque sur la saison estivale 2021 (période étudiée du 1^{er} juillet au 23 août), les éco-compteurs positionnés par le Département de la Vendée sur les pistes cyclables d'intérêt départemental ont comptabilisé plus de 490 000 passages cyclistes. Cela représente une augmentation de la fréquentation de près de 9 % par rapport à la saison estivale de l'année 2019 (année dite "classique" car avant crise sanitaire).

Focus sur le tourisme à vélo en Vendée

La montée en régime du tourisme à vélo constitue pour le Département un vrai motif de satisfaction. Depuis plus de 25 ans de façon constante le Département de la Vendée poursuit une politique volontariste en matière de développement du tourisme à vélo. L'action comprend un investissement lourd dans les infrastructures, leur réalisation et leur entretien au quotidien ainsi que dans la signalétique. L'effort engagé par le Département est complété par le concours des collectivités. Au-delà des pistes et des circuits un travail de fond est engagé sur la

qualité pour réserver aux touristes le meilleur accueil. C'est dans ce but que Vendée Expansion déploie la marque *Accueil Vélo* depuis 2013. Aujourd'hui ce sont 190 prestataires touristiques qui sont labellisés. Hébergements, sites de visite, loueurs/réparateurs de vélo, offices de tourisme, ces établissements répondent à des critères de qualité précis et proposent des équipements et des services spécifiques pour l'accueil des cyclistes. Grâce à ses 1 800 Km de pistes cyclables (dont 350 km en site propre), ses deux itinéraires nationaux qui traversent le Département (la Vélodyssée et la Vélo Francette) la Vendée est au niveau national un département de référence en matière de tourisme à vélo.



► Les réservations enregistrées via notre **plateforme de réservation en ligne Open System** montrent une concentration des réservations de séjours et activités sur la période juin, juillet et août. Sur ces trois mois, on recense un volume d'affaires en prise de réservations de près d'un million d'€ en 2021, soit 25 % de plus qu'en 2020 et 40 % de plus qu'en 2019. Cela reflète la tendance dominante de réservations de dernière minute, voire d'ultra dernière minute liée à une absence de réservations début 2021. Les hébergements les plus prisés sont les campings et les meublés. À noter l'importante part des réservations en ligne pour les activités de loisirs et sites touristiques, notamment en raison de la nécessité de réserver (jauges et limitation de places). Fin août 2021, nous enregistrons une évolution de +10 % du volume d'affaires sur la place de marché Open System par rapport à 2020 à la même date.

► **Fréquentation du site internet www.vendee-tourisme.com en 2021**

Après un démarrage de saison lent en raison du contexte sanitaire, le site vendee-tourisme.com reprend une activité

forte dès le mois de mai, après les annonces gouvernementales.

Les contenus les plus consultés pendant la saison 2021 :

Dans les Top Destinations, **les Sables d'Olonne, l'île de Noirmoutier et Saint Jean de Monts occupent le trio de tête.**

Les tendances hébergements pendant la saison 2021 :

Les locations et gîtes occupent désormais une place prépondérante (37% des pages vues de la rubrique Hébergements), suivi des **campings** (25%).

L'origine des visiteurs pendant la saison 2021 :

Les visiteurs français représentent 96 % du trafic sur le site. L'île de France et les Pays de la Loire sont les deux régions les plus émettrices de trafic. On constate aussi une **poussée du visitorat en Nouvelle Aquitaine** : si ce visitorat représentait 10 % en 2019, il en représente désormais 15 % en 2021.

A noter : La première partie de l'année 2021 a offert une belle couverture médiatique pour la Vendée (les JT de 13h et de 20h sur TF1, les émissions Capital sur M6 et la Carte aux trésors sur France 3...), ce qui a notamment permis de booster les réservations sur l'ensemble de la saison touristique.

Des pratiques touristiques nouvelles et d'autres qui se confirment

Des chiffres collectés et des témoignages apportés par les acteurs du tourisme, il ressort une première photographie de la saison estivale 2021. Au-delà, ces éléments nous livrent aussi des informations sur les comportements (et leurs évolutions) des touristes comme des professionnels durant cette période inédite. Il est nécessaire de les identifier. Ils sont pour certains une simple réponse conjoncturelle à une situation de crise, pour d'autres ils annoncent des changements structurels dont il va falloir tenir compte demain dans la mise en œuvre des politiques touristiques.

► **Le retour en force du tourisme de proximité**

Avec la crise sanitaire, les français ont fait massivement le choix de la destination France. La Vendée a bénéficié pleinement du phénomène. Des touristes ont essayé pour la première fois la Vendée ; il y a un défi à ce qu'ils l'adoptent plus durablement. L'enjeu est de taille. Demain, lorsque la crise sanitaire sera derrière nous, la concurrence des destinations étrangères se

ouvrira pleinement. Dans ce contexte, la promotion de la Vendée auprès du public français doit être réaffirmée.

Parmi les visiteurs présents en Vendée cet été, ce sont plus particulièrement ceux proches géographiquement du département qui se sont déplacés. Le phénomène n'est pas nouveau, (les Pays de la Loire et le Centre Val de Loire sont traditionnellement des zones fortement émettrices de touristes), mais s'est renforcé avec la pandémie. Le tourisme de proximité est une réalité avec laquelle il va falloir compter. A l'occasion de premières vacances en Vendée des touristes ont pu être séduits, nos promotions et nos offres vont devoir s'adapter pour, au-delà du coup de cœur, les capter plus définitivement.



► **Un nombre de visiteurs étrangers en retrait et une chute sévère de la clientèle britannique.**

Tassement, repli, sont les mots les plus appropriés pour évoquer l'évolution de la fréquentation de la clientèle étrangère cet été. Le mot désertion n'est pas justifié. Néerlandais, allemands et belges se sont déplacés, durant la saison estivale 2021 en Vendée, dans des proportions certes moindres, mais leur présence a été réelle. En revanche, pour le visitorat britannique, il n'est pas exagéré de parler d'effondrement. La crise sanitaire redéfinit les hiérarchies. Traditionnellement première clientèle étrangère en Vendée en nombre et en proportion, le visitorat britannique, avec 8%, pointe péniblement durant cet été 2021 à la quatrième place pour le nombre de visiteurs étrangers, derrière les néerlandais, les allemands et les belges qui tous se tiennent de près entre 20 et 15%. Le décrochement de la clientèle britannique interroge. La pandémie est une cause majeure, c'est incontestable. Cependant y a-t-il des raisons plus profondes ? Le Brexit entraîne-t-il des répercussions plus durables ? La reconquête de la clientèle britannique est un enjeu essentiel pour la Vendée, des actions devront être poursuivies dans ce sens.

► **Un besoin accru de sécurité et de réassurance**

Le virus bouscule notre rapport avec l'autre, notre façon de vivre ensemble, dans notre travail comme dans nos vacances. Cette contrainte induit des pratiques nouvelles. Elles ont été observées au cours de la saison estivale : engouement pour des hébergements « prêts-à-vivre » assurant un cadre de séjour sécurisé et des pratiques plus autonomes (balades à pied, randonnées, visite de villes et villages, vélo...). Volonté d'échapper aux brassages de population importants avec une partie des vacanciers moins actifs (comportement notamment constaté dans l'hôtellerie de plein air) dont certains n'ont presque pas quitté leur mobil-home durant leur séjour. Pour bon nombre de professionnels beaucoup de ces comportements, même une fois la crise sanitaire maîtrisée, resteront ancrés (certains sociologues évoquent l'avènement d'une civilisation du cocon). Ils prévoient dans cette perspective d'adapter leurs offres.

► **Une envie de vacances réaffirmée**

Si la pandémie fait évoluer les comportements, elle ne change rien à l'envie (au besoin) de détente, de loisirs, au plaisir de la table au souhait de découvrir et de se cultiver... Les enquêtes dans ce sens convergent. C'est un enseignement essentiel et rassurant pour tous les professionnels du tourisme et les destinations touristiques. L'expérience sur le terrain confirme la tendance. Les professionnels de l'hôtellerie de plein air et de la restauration notamment font le constat d'un panier moyen de consommation par touriste en augmentation. Développer demain la valeur ajoutée des offres touristiques (à travers notamment des services supplémentaires) autant que leur fréquentation constitue un objectif à suivre.

► **Une « météo-dépendance » incontournable**

Composante essentielle de l'activité touristique, la météo a été cette année très contrastée. Avec un mois de juillet aux allures automnales, rythmé par une succession de vagues nuageuses et une seule fenêtre estivale (du 17 au 24 juillet) ainsi qu'un début de mois d'août dans la même veine, la météo ne semblait pas

très clémente avec la Vendée. Les conditions estivales ont pu faire leur retour à compter de la deuxième semaine d'août avec un soleil plus généreux et des températures à la hausse. La fin du mois est marquée par « le retour de l'été » avec de très bonnes conditions météorologiques (du 23 au 29 août) sur l'ensemble de la Vendée. Un climat, c'est à espérer, annonciateur de bon auspices pour l'arrière-saison.

La sensibilité à la météo n'est pas une révélation. Tous les professionnels du tourisme sont habitués à composer avec. C'est, cependant, une contrainte suffisamment prégnante pour affirmer la nécessité de poursuivre les politiques de désaisonnalisation. Elles permettent de mieux lisser l'activité touristique sur l'année et ainsi de mutualiser le risque météo.

- Toujours en veille sur l'évolution des besoins exprimés par la clientèle, Vendée Tourisme a su anticiper et adapter son plan de communication à cette nouvelle donne. Il s'appuie sur deux objectifs qui définissent une stratégie de moyen terme : **la désaisonnalisation et la montée en gamme**. C'est dans cet esprit que dès le mois de juin a été mis en place par Vendée Tourisme une campagne de communication en deux temps :

- **Une campagne de promotion sur le marché français « REVIVRE L'ESSENTIEL »** valorisant le tourisme nature et les tendances actuelles. Vendée Tourisme a pris la parole dans différents médias régionaux et franciliens : l'affichage urbain dans 16 villes du Grand Ouest, l'affichage Métro à Paris en juin, la presse écrite féminine en mai/juin (ELLE et Paris Match) et les réseaux sociaux.



- **Une campagne de communication digitale « Vendée Vlogs »**, basée sur le concept d'une websérie avec des influenceurs pour séduire les Millenials et communiquer sur la Vendée en toute saison. Jamais la Vendée n'aura accueilli autant d'influenceurs ! 7 influenceurs voyage et lifestyle sont venus visiter la Vendée cette année : Floriane_LT, Léa Camilleri, Papilles et Pupilles*, Best Jobers*, Globe Blogueurs*, Bruno Maltor*, Clo&Clem*. Tous renforcent la présence de la Vendée sur différents médias

et réseaux sociaux : Instagram, YouTube, Facebook, Twitter, TikTok, Pinterest, blogs... Au total, ce sont près de 14 articles de blogs, plus de 57 000 vues des vlogs et de nombreux posts et stories sur les réseaux sociaux. L'aventure continue en octobre avec le prochain Vendée Vlog #cetautomneenvendee !

**en partenariat avec Solutions&Co.*



Vendée Tourisme mise ainsi sur le **marketing d'influence** et les **réseaux sociaux** pour communiquer sur de nouvelles inspirations et de nouvelles expériences de visite en Vendée ;

- Comme chaque année, des vidéos valorisant **les nouveautés touristiques 2021** en Vendée ont été diffusées. Pointe d'originalité cette année : Vendée Tourisme a fait appel à l'humoriste vendéen Clément LANOUE (animateur sur Virgin

Radio et Europe 1 cet été) pour mettre en avant ces nouvelles pépites touristiques (la Villa Arthus Bertrand, le Bourgenay Golf Club, la Wave School, le Village Club Miléade, le nouveau Chef au restaurant de la Chabotterie, le Monde Imaginaire de La Fontaine au Puy du Fou®, le Domaine de l'Oiselière et la Villa Océans). La diffusion de ces 8 vidéos « Nouveautés touristiques 2021 » ont permis de générer plus de 312 000 vues depuis le mois de juin ainsi que des réservations !

Des professionnels dans l'attente de l'arrière-saison

Des prévisions pour l'arrière-saison marquées par un manque de visibilité des professionnels du tourisme vendéens.

Plus que jamais l'arrière-saison est un enjeu. Rappelons qu'au cours de ces cinq dernières années le mois de septembre fait jeu égal avec les mois de mai et de juin. A ce stade, il est difficile d'avoir une visibilité sur les semaines qui viennent. Comme en 2020, l'arrière-saison dépendra principalement de l'évolution de la situation épidémique, des conditions météorologiques qui semblent s'améliorer nettement, mais aussi des évolutions concernant les clientèles de groupes et d'affaires. Parmi les professionnels du

tourisme vendéens ouverts, 60 % d'entre eux prévoient une activité touristique stable ou supérieure pour le mois de septembre par rapport à la même période de l'année dernière. Pour les vacances de la Toussaint (du 23 octobre au 8 novembre 2021), la pression épidémique ainsi que les probables effets prolongés des mesures sanitaires se font déjà ressentir, avec à ce stade, 56 % des professionnels qui prévoient une activité touristique inférieure à la même période de l'année dernière.

Vendée Tourisme poursuit sa mobilisation au service du développement de l'activité touristique.

Différentes actions sont programmées :

- **Stratégie forte de désaisonnalisation** avec une campagne de promotion automne/hiver pour prolonger la saison le plus possible en Vendée : campagne Métro en Gare Montparnasse à Paris du 22 septembre au 12 octobre 2021, campagne « Pleine Vie » et « Notre Temps » en septembre et novembre pour cibler les seniors actifs, événement presse à Paris pour séduire la presse féminine, vidéos Vendée guides : « la Vendée secrète de nos créateurs vendéens », nouvelle collection de séjours

automne/hiver en Vendée pour se ressourcer en arrière-saison, espace web dédié à l'automne/hiver et suite des Vendée Vlogs ;



- **Promotion sur les marchés étrangers pour relancer l'international en 2022** : campagne digitale sur le marché britannique, campagne de communication européenne sur les marchés belges, néerlandais et allemands avec le collectif Côte Atlantique Française ;
- **Relance de l'activité MICE** (« Meetings, incentives, conferencing, exhibitions ») : mise en ligne d'un nouveau site Internet dédié au tourisme d'affaires fin septembre et diffusion de contenus inspirationnels sur le web et les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn...), supplément Ouest-France, workshop Assistante Plus à Nantes et participation au Salon IFTM à Paris ;



- Le **service Observation territoriale et touristique** de Vendée Expansion publiera d'ici la fin de l'année, les résultats d'une enquête menée auprès de plus de 500 propriétaires de meublés de tourisme et chambres d'hôtes en partenariat avec différents territoires touristiques de Vendée. Le service Observation territoriale et touristique mettra également en ligne une première étude réalisée en partenariat avec l'ADILE sur la thématique des résidences secondaires en Vendée.



Photo : A. LAMOUREUX

Contacts :

Olivier POIRIER-COUTANSAIS

Directeur adjoint de Vendée Expansion

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

Karen ALLETRU

Directrice du Pôle Tourisme

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

www.vendee-expansion.fr

www.vendee-tourisme.com

