

SAISON TOURISTIQUE 2017

VENDEE EXPANSION - POLE TOURISME

Jeudi 6 avril 2017

- WILFRID MONTASSIER PRESIDENT DE VENDEE EXPANSION -

1) Les tendances de la saison touristique 2017

La saison touristique 2017 a commencé dès le 1^{er} avril à l'occasion des vacances de Pâques ; c'est l'occasion pour Vendée Expansion de **présenter les premières tendances sur la saison à venir ainsi que le plan d'actions pour le tourisme vendéen.**

En 2016, la Vendée a confirmé sa place de destination touristique phare sur le littoral atlantique avec 35,589 millions de nuitées touristiques, soit une hausse de 2,5 % par rapport à 2012 (année Vendée Globe), la saison vendéenne 2016 affiche un bon résultat de fréquentation au-delà des deux mois d'été.

Dès mars 2017, les prévisions de fréquentation d'activité pour l'avant saison mettent en évidence une tendance à la stabilité par rapport à la même période sur l'année précédente. Les professionnels du tourisme font néanmoins face à des réservations de plus en plus tardives (il s'agit d'une tendance lourde qui se confirme) rendant difficile l'anticipation des tendances d'activités.

Cette période reste également particulièrement corrélée aux conditions météorologiques. Cependant, l'avant-saison devrait être propice au développement des courts-séjours avec **l'organisation calendaire des vacances scolaires et de nombreux ponts** tombant souvent sur des jours de semaine. Bien entendu, cette tendance devra se confirmer.

Au niveau national, **la clientèle française serait de plus en plus présente.** L'indicateur de fréquentation de la clientèle française reste au vert. Cette évolution est corroborée par une enquête réalisée par Protourisme, « **34 % des Français ont prévu de s'offrir quelques jours de congés d'ici à la fin du mois de juin et les Français sont plus nombreux à envisager de partir en vacances cet été** en raison notamment d'un contexte économique jugé plus favorable ».

Cette tendance favorable concerne aussi, mais dans une moindre mesure, les clientèles étrangères. Dans une note publiée par l'INSEE en février 2017, un rebond de +2,9 % de la fréquentation des touristes étrangers était pointé sur le dernier trimestre 2016 par rapport à la même période l'année précédente.

La fréquentation estivale s'annonce pour l'heure sous de bons auspices. L'état **des réservations pour la saison estivale 2017 est plutôt à la hausse** par rapport à 2016 à la même période de l'année. Ces premières tendances demanderont à être validées par la prochaine enquête de conjoncture auprès d'un panel élargi de professionnel du tourisme en Vendée (mai 2017).

2. Le plan d'actions Tourisme 2017

2.1. Communication et Promotion : des campagnes médias, des relations presse, des supports de communication (vidéos, Internet, publications....)

Concernant l'aspect communication, Vendée Tourisme réalise aujourd'hui des campagnes de communication multipartenaires en s'appuyant sur la marque Vendée et des thématiques phares. En 2017, 2 grandes campagnes sont d'ores et déjà prévues.

La première campagne met en avant la filière Nature et vacances actives et va positionner la Vendée dans les médias sur la période du printemps jusqu'à l'arrivée de la haute saison, dans un objectif de développer la fréquentation sur l'avant saison et de favoriser les réservations des grandes vacances. L'objectif de la campagne est de sortir des sentiers battus pour partir à la découverte d'une Vendée à l'écart de la foule. Pour faire découvrir un tourisme vendéen qui sublime ses grands sites naturels, qui offre plus de 100 espaces protégés, un tourisme qui garantit des expériences clients inédites faites de rencontres et de découvertes, un tourisme de plaisirs partagés en famille et entre amis, et un tourisme d'activités douces et sportives en lien avec l'océan et la nature. Vendée Tourisme a recensé ces nombreuses richesses dans une campagne valorisant les loisirs, sites touristiques, hébergements et restaurants proposant un cadre naturel d'exception.

Le dispositif de communication cible la Région Paris Ile de France et le Grand Ouest. A partir du 24 avril 2017, jusqu'à mi-juillet, Vendée Tourisme met en place un plan d'actions global qui prévoit une campagne d'affichage métro, une campagne digitale et un voyage de presse inédit.

Cette campagne nationale permettra de marquer la différence de la Vendée, avec pour accroche « En Vendée, la nature va vous surprendre ! ». En avant-première, je vous laisse découvrir quelques visuels de la campagne.

Le concept créatif de l'agence Rellinger repose sur une illustration d'activités dans un paysage naturel, surréaliste et onirique. L'objectif est de surprendre et de faire rêver le public. Ces visuels seront affichés dans le métro parisien sur un réseau de 180 faces gare du Nord, gare de l'Est et gare Montparnasse, pendant un mois et demi, du 7 juin au 18 juillet.

A partir du 24 avril, une large campagne publicitaire permettra de diffuser un spot vidéo de plus de 30 secondes sur le web et les réseaux sociaux. La Vendée sera ainsi visible en 2017 sur une marque média forte Voyages SNCF, un programme TV en replay et Facebook.

Le digital est largement utilisé dans le nouveau plan de communication 2017 grâce au ciblage précis qu'il propose. Internet est effectivement devenu un outil incontournable pour les vacanciers qui s'en servent régulièrement avant de planifier un séjour. 65% des Français font des recherches sur Google et 74% d'entre eux consultent également les réseaux sociaux avant de réserver le voyage de leur rêve. De plus, l'enquête en ligne réalisée en janvier février 2017 auprès des socio professionnels vendéens dans le cadre du Schéma Départemental du Tourisme 2017-2021 (949 répondants) confirme que « la place du digital est fondamentale : pour ¾ des professionnels le web doit être le premier support de communication (surtout les hébergeurs : 75%), et 42% veulent exploiter les réseaux sociaux ».

Le spot de campagne sera diffusé sur TF1.fr ; nous avons opté pour le **replay de Koh Lanta**, un programme à forte audience répondant à la thématique de la campagne et à la cible, jeune, active et familiale. Le spot sera également diffusé sur le site internet www.voyages-sncf.com, le premier site français de réservation

en ligne avec plus de 10 millions de visiteurs par mois. La stratégie repose sur la géolocalisation des internautes de Paris Ile-de- France et de Loire-Atlantique, et des utilisateurs souhaitant voyager à destination de la Vendée et de Bordeaux, La Rochelle, Nantes, Vannes et Pornic. Le dispositif sur Voyages SNCF sera en ligne du 1^{er} au 13 mai 2017 pour un nombre total de 1 250 000 vues. Enfin, le spot passera en vidéo sponsorisée près de 500 000 fois sur le réseau social **Facebook** pendant 1 mois. Le plan de diffusion cible les profils ayant le plus d'intérêts communs avec les valeurs de la campagne « Nature et Vacances actives ». Grâce au ciblage précis, la campagne Facebook Ads permet d'atteindre le public de La Bretagne, la Normandie, Paris Ile-de-France, des Hauts de France et du Grand Est.

Vendée Tourisme mettra en ligne dès le lancement de la campagne un nouvel espace dédié à la nature et aux vacances actives sur www.vendee-tourisme.com, enrichi de vidéos, de beaux visuels et d'un contenu thématique... Par exemple, l'internaute découvrira une sélection de belles adresses dans la rubrique « Dormir en pleine nature », des idées originales d'activités dans la rubrique « activités dans les airs, sur l'eau, sur terre », des idées de sorties nature en famille, les plus belles aires de pique-nique dans la rubrique « étapes gourmandes », une sélection d'itinéraires pédestres, cyclables et équestres, ou encore des portraits de guides et de passionnés.

Vendée Tourisme met en place un accueil presse, intitulé « La Vendée Vue du Ciel », du 26 au 28 avril. Pendant 48 heures, des journalistes de la presse nationale et féminine auront le privilège de découvrir les plus beaux panoramas de Vendée en avion. Chaque étape au sol sera l'occasion de profiter d'une activité en pleine nature, de dîner et dormir dans un cadre exceptionnel. C'est une première en Vendée ! **Vous savez mieux que moi que les journalistes ont besoin d'originalité !**

Afin d'enrichir le kit de communication Vendée, un photographe va sillonner la Vendée au printemps. Plus de 100 photos seront mises à disposition de la presse et des professionnels du tourisme dans la photothèque Vendée Tourisme.

Une deuxième campagne de communication aura lieu en septembre, autour d'une autre filière importante du tourisme vendéen : le tourisme d'affaires.

Le tourisme d'affaires représente un véritable enjeu de développement pour les hébergements touristiques de Vendée. La filière tourisme d'affaires présente la particularité d'avoir une saisonnalité inversée à celle du tourisme loisirs, favorisant la « dessaisonnalisation » de l'activité touristique. Le tourisme d'affaires génère par ailleurs des retombées économiques substantielles avec des dépenses par visiteur jusqu'à 3 fois supérieures à celles des touristes de loisirs.

Le dispositif de communication est lui aussi ciblé avec la mise en place d'une campagne média digitale géolocalisée sur le secteur de la Région des Pays de la Loire et Paris Ile de France, en septembre 2017. Le nouveau film valorisant la Vendée en tant que destination affaires sera promu sur 60 des plus gros médias ciblés BtoB français : les Echos, le Point, le Figaro Mag, Capital, Le Monde...

Les publications de Vendée Tourisme

Même si la part des efforts consacrés au numérique est toujours croissante, les publications restent demandées par les vacanciers. Vendée Tourisme a retravaillé son **dispositif « Editions », avec plusieurs évolutions :**

- De nouveaux points de diffusion pour le **magazine haut de gamme Destination Vendée**, diffusé à 50 000 exemplaires, en région Pays de la Loire, région parisienne, Nouvelle-Aquitaine et Hauts de France.

- Diffusion lors d'opérations événementielles dans les grands magasins à Paris comme aux Galeries Lafayette, au Printemps, au Bon Marché..., en Gare Montparnasse sur les quais des lignes de Bordeaux et de Tours, en Gare du Nord sur le quai de la ligne de Lille, en gares de Rouen, La Rochelle, Poitiers et Caen, dans les salons de coiffure et cabinets médicaux de 16 grandes villes du Grand Ouest et du Nord...
- Intensification du réseau de diffusion **des fiches « Sites Touristiques »**. Face au succès du chevalet en 2015 puis en 2016, ce nouveau support adapté pour les gîtes et chambres d'hôtes, Vendée Expansion équipera **500 hébergements supplémentaires**, ainsi **plus de 2 000 points de diffusion pour les fiches sites touristiques ont été comptés pour 2017**.
- **Lancement d'une collection de cartes postales Destination Vendée l'an passé.**

Au total, la nouvelle collection 2017 représente plus de 6 millions de publications.

Les vidéos nouveautés

Des vidéos autour des principales nouveautés touristiques de la Vendée seront également réalisées et mises en ligne tout au long de la saison.

Au Puy du Fou®, pour fêter ses **40 ans**, **Le Grand Parc offre de nombreuses nouveautés avec un investissement record de 30 millions d'euros** ! La Cité Nocturne s'étoffe d'un cinquième hôtel thématique : la *Citadelle*. 2 nouveaux restaurants ont également ouvert leurs portes. Le Grand Parc propose une nouvelle création originale : *Le Grand Carillon*.

Situé proche de la base de loisirs du lac, le **Camping 3 étoiles du Lac de la Tricherie à Mesnard La Barotière se lance dans des hébergements insolites** (un hébergement insolite tout en bois aux formes arrondies et la Cabane des Leprechauns, petite cabane aux formes extérieures étranges qui vous plonge dans l'univers de petites créatures féeriques).

Après 30 ans d'existence et 18 mois de travaux, le site touristique **Le Daviaud à La Barre de Monts** a complètement revu sa scénographie et sa muséographie. Réouverture le 13 mai prochain. **Le château de Talmont Saint Hilaire**, quant à lui, se réinvente et propose en 2017, un **escape game**, un **jeu d'évasion grandeur nature** sur la thématique de Richard Cœur de Lion. **Indian Forest passe en mode Intervilles ! Avec sa nouvelle attraction Duel Arena**, le parc propose à ses visiteurs de revivre l'ambiance des férias.

La gastronomie toujours à l'honneur ! Fin février dernier, Le Guide Rouge Michelin a décerné une étoile aux deux chefs : Xavier Giraudet à la Robe à Montaigu et Nicolas Coutand aux Genêts à Brem sur Mer. Les chefs innovent en cuisine mais également investissent ! Par exemple, au cœur de la vieille ville de Montaigu, **Le Restaurant La Robe de Xavier Giraudet** a connu récemment une grande rénovation. Elu cuisinier de l'année 2017 par le Gault & Millau, **Alexandre Couillon, chef deux étoiles au Guide Michelin** du restaurant gastronomique « La Marine » à Noirmoutier en l'île s'est lancé, quant à lui, un nouveau défi : **l'ouverture d'un hôtel de charme en juillet prochain.**

2.2 Concernant la deuxième priorité, la commercialisation, les efforts des équipes se concentrent sur le site www.vendee-tourisme.com et le déploiement de l'outil de réservation en ligne.

La version française de www.vendee-tourisme.com a enregistré une fréquentation record en 2016, avec plus de 2,4 millions de visites, soit une hausse de 46% sur un an (+96 % de cessions sur mobiles) et près de 8 millions de pages vues. Sans oublier les réseaux sociaux qui font partie intégrante de notre stratégie

numérique, avec l'animation quotidienne de notre compte Facebook, (qui touche notre cible « famille » et plus de 15000 fans) et de notre compte Instagram pour la valorisation de la destination par l'image.

Le déploiement de l'Open System, depuis 2010, permet aujourd'hui de proposer près de 1 900 offres réservables en ligne réparties sur tout le territoire vendéen ; le nombre de ventes globales sur l'ensemble des sites Web utilisant l'outil a également considérablement augmenté (7 646 ventes en 2016, +23% par rapport à 2015). L'objectif est de poursuivre le déploiement de la solution de vente en ligne auprès des acteurs du tourisme vendéen afin de proposer un panel de l'offre touristique vendéenne réservable en ligne le plus large et représentatif possible.

Vendée Tourisme développe une stratégie digitale orientée client et va investir en 2017 dans de nouvelles solutions numériques pour capter l'internaute et réaliser un meilleur ciblage des publics. Ce nouvel outil va permettre d'identifier les intérêts des internautes ayant visité notre site internet puis de leur proposer ensuite une offre personnalisée sous forme de newsletter ou de bannières. Aussi, une solution d'assistance et de discussion en ligne sera mise en place pour répondre en direct aux attentes des internautes. L'objectif est de tracer les futurs clients sur internet afin de pouvoir leur proposer les produits adaptés.

Vendée Tourisme commercialise également des séjours packagés afin de mettre en avant la diversité de l'offre touristique et de soutenir les acteurs du tourisme dans leur commercialisation. Une offre variée et thématique regroupe près de 50 idées séjours avec **une nouveauté en 2017 : le Bon Cadeau Vendée.** Au total, ce sont près de 100 prestataires vendéens qui sont proposés via le bon cadeau.

Autre axe de développement important de notre stratégie commerciale : le tourisme d'affaires !

Un effort est mis sur la prospection commerciale afin d'attirer les événements d'entreprises en Vendée. En février 2017, une participation au **salon Bedouk à Paris** a permis de positionner clairement la Vendée comme destination tourisme d'affaires. Vendée Tourisme assistera à des rencontres d'affaires telles qu'un événement afterwork organisé pour 150 assistantes de direction de grandes entreprises à Nantes puis à Paris. En lien étroit avec les professionnels, un éducteur sera organisé pour faire découvrir nos infrastructures à des décideurs, ainsi qu'un voyage de presse.

2.3 Concernant la 3ème priorité, l'international, de nombreuses actions marketing, événementiels, relations presse, sont menées sur les marchés prioritaires émetteurs de touristes : la Belgique, les Pays-Bas, l'Allemagne et la Grande Bretagne mais également sur des marchés dits d'opportunités tels que la Chine.

Le principe est de mutualiser les moyens financiers et humains, ce qui permet de lancer des actions plus impactantes à l'étranger. **Vendée Expansion est en effet partie prenante de différents dispositifs de communication avec des régions de l'Ouest de la France.**

Sur le marché britannique, la Vendée participe au dispositif « Contrat de Destination Grand Ouest », avec 3 Régions (Bretagne, Normandie, Pays de la Loire) ainsi que de nombreux partenaires privés tels que Brittany Ferries. Pour l'année 2017, près de 1 million d'euros sont consacrés au plan média, incluant une campagne d'affichage dans le métro londonien. Vendée Expansion s'implique également dans une démarche de qualification de l'offre, avec la création d'une communauté d'accueillants vendéens « Welcome to Vendée », qui regroupe plus de 80 acteurs du tourisme vendéens.

Aux Pays-Bas, en partenariat avec la Région Pays de la Loire, Vendée Expansion participe à une campagne de communication sur le thème du littoral atlantique. Vendée Expansion était également présent avec

son partenaire la Fédération de l'hôtellerie de Plein Air de Vendée au salon Vakantiebeurs à Utrecht du 10 au 15 janvier 2017. Notre participation au workshop presse « France » à Amsterdam le 16 février dernier nous a permis de rencontrer plus de 20 journalistes et a déclenché 3 accueils presse au printemps.

En Allemagne, Vendée Expansion est partenaire d'une campagne de communication « Côte Atlantique - Atlantikkuste » de grande envergure, soutenue par les Régions Pays de la Loire et Nouvelle Aquitaine et les 6 départements de la Côte Atlantique française.

En Belgique, Vendée Expansion a participé au salon des Vacances de Bruxelles en février dernier et continue sa collaboration avec une **agence de Relations Presse belge**. Notre présence sur le workshop presse à Bruxelles le 22 février dernier va susciter la venue de 5 journalistes de la presse nationale en Vendée en mai juin.

Concernant les **Tour-Opérateurs étrangers** et sur une approche plus commerciale, Vendée Expansion a participé au salon professionnel « Rendez-vous en France » à Rouen. Près de 50 tour-opérateurs étrangers ont été approchés.

Différents éductours (visite de structures touristiques) ont été ou seront organisés en 2017; 7 tour-opérateurs chinois ont ainsi découvert le Grand Parc du Puy du Fou® et le Château Boisniard les 26 et 27 mars derniers. 5 à 6 tour-opérateurs britanniques spécialistes des séjours à vélo emprunteront les pistes cyclables du littoral vendéen le 13 mai prochain.

L'ensemble de ces actions menées et l'enrichissement du contenu (vidéos, actualités ciblées...) permettent de **booster la fréquentation des 3 sites Web en versions étrangères** (anglais, allemand et néerlandais). La fréquentation de ces 3 sites est en augmentation en ce début d'année 2017 avec **+ 39 % sur la version britannique, + 74 % sur le marché allemand et + 44 % sur le marché néerlandais**.

2.4 Pour notre 4^{ème} priorité, l'ingénierie touristique et l'assistance aux professionnels, Vendée Expansion réalise de nombreuses actions concrètes et utiles dans ce domaine.

Dans le domaine de l'ingénierie touristique, Vendée Expansion poursuit sa mission d'accompagnement des porteurs de projet.

Vendée Expansion intervient ici comme facilitateur pour permettre le développement de nouvelles offres et aussi en tant que conseil au service de la montée en gamme de l'offre touristique.

L'action de Vendée Expansion est aussi orientée vers les collectivités locales pour les aider dans la mise en œuvre d'une stratégie touristique locale ainsi que dans la mise en tourisme de points remarquables de leur territoire.

L'ensemble du plan d'action déployé par Vendée Expansion s'inscrit dans les orientations du Schéma Départemental de Développement Touristique. Ce document a pour objet de poursuivre l'action engagée pour faire de la Vendée une destination touristique d'excellence auprès d'un public français et étranger.