

CONFERENCE DE PRESSE VENDEE EXPANSION  
PRESENTEE PAR WILFRID MONTASSIER

PROJETS ET PLAN D' ACTIONS TOURISME 2014

Vendredi 17 janvier 2014

## Introduction

- 2013 a été la première année de fonctionnement opérationnel du regroupement de Vendée Expansion et du Comité Départemental du Tourisme.  
Ce regroupement s'est déroulé dans de bonnes conditions, qu'il s'agisse de l'intégration des équipes du tourisme, ou de la perception par les professionnels de cette nouvelle organisation.
- En 2013 La fréquentation de notre site internet a augmenté de 37% pour atteindre 1,3 millions de visiteurs.
  - En 2013, de nouveaux séjours ont été créés, et le chiffre d'affaires de Vendée Expansion pour ce qui concerne la commercialisation a augmenté de 15%.
  - Les Opérations presse ont généré une contrevaletur publicitaire de 2,3 millions d'euros (ex. : Carnets de Julie)
  - Cette année, nous avons publié 6 millions de documents.

Et un nouveau directeur du tourisme a été recruté le 1<sup>er</sup> septembre : David Brabis.

- Nous avons au cours de cette année beaucoup travaillé avec les professionnels du tourisme pour bâtir le plan d'actions 2014.

## **Le Bilan de saison 2013**

**La saison 2013 a été une saison touristique globalement bonne**, qui montre une réelle attractivité de la destination Vendée. **Des points de vigilance existent** pour 2014, au premier rang d'entre eux la situation économique.

- les principales caractéristiques du tourisme en Vendée et les grands éléments de constats sont :
  - Un **poids économique majeur** : le tourisme pèse près de 3 milliards € de CA annuel, 36 000 emplois, 15% des entreprises vendéennes, 1<sup>er</sup> département touristique de la façade atlantique.

- Une **croissance de l'hébergement non marchand**, et au sein du secteur marchand une prédominance de l'hébergement de plein air.
- Un effort de **montée en gamme de notre offre touristique**, à travers de nombreuses démarches de labellisation notamment.
- Une **forte notoriété de la marque Vendée**, qui est reconnue comme une marque touristique majeure associée à des éléments d'image positifs (destination nature, enfants...).
- Une **stagnation globale du nombre de nuitées** en hébergement marchand.
- Et enfin, et pas le moindre, **l'arrivée du numérique** qui a bouleversé en quelques années la distribution et les comportements touristiques : aujourd'hui 84% des réservations se font par internet. Et cette révolution n'est pas finie, avec le poids croissant des smartphones et tablettes notamment qui commencent déjà à avoir un impact sur cette activité.

Face à ces constats Vendée Expansion a mené une **démarche collaborative** avec les professionnels, institutionnels, partenaires du tourisme vendéen pour construire le plan d'actions 2014 : de très nombreuses réunions de travail ont été menées pour aboutir à un projet partagé répondant aux enjeux de ce secteur d'activité.

### Le Plan d'action 2014

**Les priorités qui se dégagent pour 2014 sont au nombre de 4 ; elles s'appuient de façon très pragmatiques sur les constats que nous venons de citer ; l'objectif est que le tourisme vendéen continue à faire la course en tête.**

#### **1) Communiquer sur la destination Vendée.**

**C'est un point essentiel, nous avons la chance de bénéficier avec la Vendée d'une marque identifiée et porteuse.**

Le contexte général est très concurrentiel entre les destinations et la baisse du taux de départ en vacances des Français, historiquement bas en 2013 à 53% (20 points de moins qu'en 2008), soumet les destinations à forte pression.

- Nous allons donc **prendre la parole** et développer une **grande campagne de communication** générique autour de la destination Vendée, grâce au soutien du Conseil Général. Cette campagne de communication, présente sur de grandes chaînes de télévision nationale, sera **active dès la saison touristique 2014**. Cette campagne sera reprise sur internet au travers de tout un dispositif utilisant les techniques de communication du numérique.
- Nous allons également mettre en avant nos principales filières pour **parfaire le contenu de la destination Vendée qui s'avère très variée**. Après concertation avec les professionnels, 7 filières vendéennes seront privilégiées :
  - Le nautisme
  - Le vélo : 1 000km de pistes cyclables (1<sup>er</sup> département vélo de France), une démarche de labellisation autour de la marque Vendée Vélo menée par Vendée Expansion.
  - La randonnée pédestre et équestre

- La gastronomie et l'art de vivre
- Le bien-être
- L'insolite
- Le tourisme d'affaires bénéficiera d'un dispositif de promotion

Chacune de ces filières aura un dispositif similaire, comme la **création d'un film web**, la mise en place **d'outils de communication communs** ou encore la **présence en home-page du site vendee-tourisme.com**, la création de produits commerciaux de séjours thématiques, et la mise en place d'un démarchage particulier (ex. tourisme d'affaire)

- Nous allons également **continuer à éditer des supports papier**, qui rencontrent toujours un excellent accueil de la part des touristes et des professionnels. On peut citer le succès de **l'opération des Sites Touristiques**, avec le dispositif de fiches présentes dans le présentoir Vendée Tourisme présent sur plus de 550 points de diffusion en Vendée. L'impact est de **+20 à +30%** de fréquentation pour les sites participant à cette opération (9 millions de fiches diffusées au final, chaque année). **Les fiches ont été redessinées et modernisées**. Un nouveau présentoir sera disponible à la fin de l'année.

3 nouveaux sites audités par Vendée Expansion vont être accueillis en 2014 :

- Le centre Beautour à la Roche sur Yon
- Le site Saint-Sauveur à la Rocheservière
- Le musée des Arts & Traditions de Noirmoutier

On peut également citer la **brochure Vendée Vélo**, un best-seller tiré à 80 000 exemplaires, qui sera en plus enrichie en 2014 avec l'ajout des boucles locales développées et labélisées par le Conseil Général de la Vendée dans le réseau « Vendée Vélo ». Ces brochures ont été élaborées en lien avec les communes, les communautés de communes et les pôles touristiques.

Nous aurons également l'arrivée du magazine Destination Vendée, dont nous avons une première maquette, et qui sera une **vitrine qualitative, positionnée art de vivre de l'offre touristique du département**. Un effort a été fait sur la présentation, l'iconographie, la mise en page de ce support. Il sera disponible dès le mois prochain.

## 2) Développer la commercialisation de la destination Vendée

Vendée Expansion doit promouvoir mais également permettre le développement de l'activité des acteurs du tourisme.

- Le **site vendee-tourisme.com** va être refondu avec une **nouvelle version qui sortira fin mars 2014**.

Les principaux enrichissements seront :

- Une approche graphique allégée et modernisée,
- Une navigation simplifiée avec une barre de menu centrée sur l'essentiel,
- Le rajout d'incitatifs à la réservation (météo, webcams...),
- De nouvelles fonctionnalités (carte interactive),
- Un contenu plus riche, pour chacune de nos filières,
- Et une approche opérationnelle : mise en avant des offres des établissements partenaires et la création de campagnes emailings spécifiques.

Cette nouvelle version sera mise en ligne au mois de mars, avant l'entrée de saison touristique.

- Bien sûr, au niveau national, nous poursuivrons nos opérations de relation presse qui nous ont valu 2.3 millions d'euros de contre-valeur en 2013.

## 3) Accroître nos positions à l'international

C'est un enjeu majeur : le visitorat français sera mis sous tension en 2014, les visiteurs étrangers représentent un levier de croissance important et à plus fort potentiel que la clientèle domestique.

Les performances 2013 sont satisfaisantes (hausse de la clientèle étrangère de +2,9% en Hôtellerie de Plein Air notamment), mais il faut que nous soyons plus performants sur des marchés comme l'UK, l'Allemagne et les Pays-Bas.

Nous allons mettre en place les actions suivantes :

- **Retour dans les salons internationaux ciblés et « valeurs sûres »** (Bruxelles et Utrecht – qui a lieu cette semaine) pour aller au contact direct de la clientèle. Le choix des salons a été fait avec les professionnels qui nous accompagnent.
- Participation à des **campagnes de communication mutualisées**, avec Atout France : « What's your Tour de France » en Angleterre notamment. Dispositif puissant mixant web, affichage et presse.
- Rencontres avec les **journalistes et voyages de presse**, pour faire découvrir ou redécouvrir toute la Vendée aux médias internationaux. (ex. : participation au workshop press à Londres ou encore accueil de journalistes étrangers. Plusieurs voyages de presse sont prévus au printemps.
- Nous travaillons également à la mise en ligne d'une **version anglaise de notre site web**, permettant de faire de la réservation en ligne. C'est nouveau et indispensable à l'heure d'Internet pour capter une clientèle étrangère.

#### 4) Développer l'assistance aux professionnels

Vendée Expansion est un partenaire, qui aide les professionnels de A à Z (de la conception à la promotion d'un projet touristique).

La fusion est maintenant effective et opérationnelle, et commence déjà à porter ses fruits ; on peut notamment souligner le **nombre important de projets touristiques accompagnés par Vendée Expansion** en 2013 (51, contre 20 en 2012 ou 17 en 2011), cela montre la très bonne acceptation du concept de guichet unique pour les professionnels.

Parmi les projets accompagnés par Vendée Expansion en 2013, on peut citer :

- 3 créations d'hôtels (4 en comptant l'hôtel Ibis des Herbiers que nous n'avons pas accompagné), ce qui constitue une année exceptionnelle pour la Vendée (c'est même du jamais vu depuis plus de 15 ans) :
  - o L'hôtel de la Chabotterie à Saint Sulpice le Verdon
  - o L'hôtel la Verrière à la Verrie
  - o TerraGora Lodges aux Epesses
  
- 4 modernisations :
  - o L'hôtel le Rabelais à Fontenay le Comte
  - o L'auberge de la Rivière à Velluire
  - o L'hôtel de Bretagne à La Barre de Monts
  - o Le centre de vacances Saint Gabriel à Saint Laurent sur Sèvre
  
- 4 reprises :
  - o L'hôtel la Villa en L'Île (ex les Capucines) à Noirmoutier
  - o L'Atlantic Hôtel à l'Île d'Yeu
  - o Le Calme des Pins aux Sables d'Olonne
  - o L'Hôtel la Chaumière à Saint Laurent sur Sèvre

Vendée Expansion met également à disposition des professionnels des **outils communs et mutualisés**, comme un **module de réservation en ligne** (Open System) permettant aux professionnels de bénéficier d'un outil indispensable pour le développement de leur activité et à des conditions très avantageuses. Notre objectif est d'augmenter encore plus le nombre de professionnels bénéficiant de l'open system. C'est un outil important qui leur permet à la fois de proposer une réservation en ligne, et aux professionnels d'échapper aux marges très importantes des grands sites de réservation comme booking.

Un **kit de communication** est également proposé, gratuitement, à l'ensemble des acteurs du tourisme, comprenant un film de 3 minutes « Destination Vendée », avec une déclinaison en format 50 secondes (résumé du film adapté au format internet), ou encore une sélection de près de 200 photos sur les paysages de Vendée issu de reportages photos coordonnés par Vendée Expansion. Chaque année, l'iconographie sera complétée et des films thématiques seront produits.

Le film de 3 mn « Destination Vendée » a été mis en ligne sur la chaîne Vendée sur Youtube et a été **visionné plus de 23 000 fois à date**, avec d'excellentes appréciations des internautes.

Nous vous remettrons à l'issue de la conférence quelques posters qui font partie du kit remis à chacun des acteurs touristiques du département (ces posters ayant été victimes de leur succès un jeu complet ne peut malheureusement pas être proposé à tout le monde).

Enfin, Vendée Expansion va **coordonner et piloter une grande enquête clientèle en 2014**, avec l'ensemble des OT et des pôles, permettant de mieux connaître le profil et les attentes des touristes en Vendée. La phase terrain s'étalera sur une bonne partie de l'année 2014, avec des résultats pour la fin 2014 et leur prise en compte dans le plan d'action 2015. Cette enquête sera complétée par une étude de trafic des abonnés d'orange. Cela permettra de cerner finement le flux de touristes de Vendée. Nous en reparlerons bientôt.

\*\*\*

## **Conclusion**

**Vendée Expansion est au service du tourisme et de tous les acteurs du tourisme, et le plan que nous avons bâti et qui vient d'être présenté succinctement a été élaboré pour répondre aux enjeux du tourisme de demain.**

**Nous avons tissé une relation partenariale avec les professionnels, mais également avec les fournisseurs, ce qui permet de démultiplier nos actions au travers de partenariats dans un contexte économique difficile.**