

SAISON TOURISTIQUE 2016

VENDEE EXPANSION - POLE TOURISME

Mercredi 30 mars 2016
Cineville – La Roche sur Yon

- NOTE D'INTERVENTION DE
WILFRID MONTASSIER, PRESIDENT DE VENDEE EXPANSION -

La saison touristique 2016 va bientôt commencer avec les vacances de Pâques dès ce week-end ; 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.**

I- **Le démarrage de la saison touristique 2016 en Vendée**

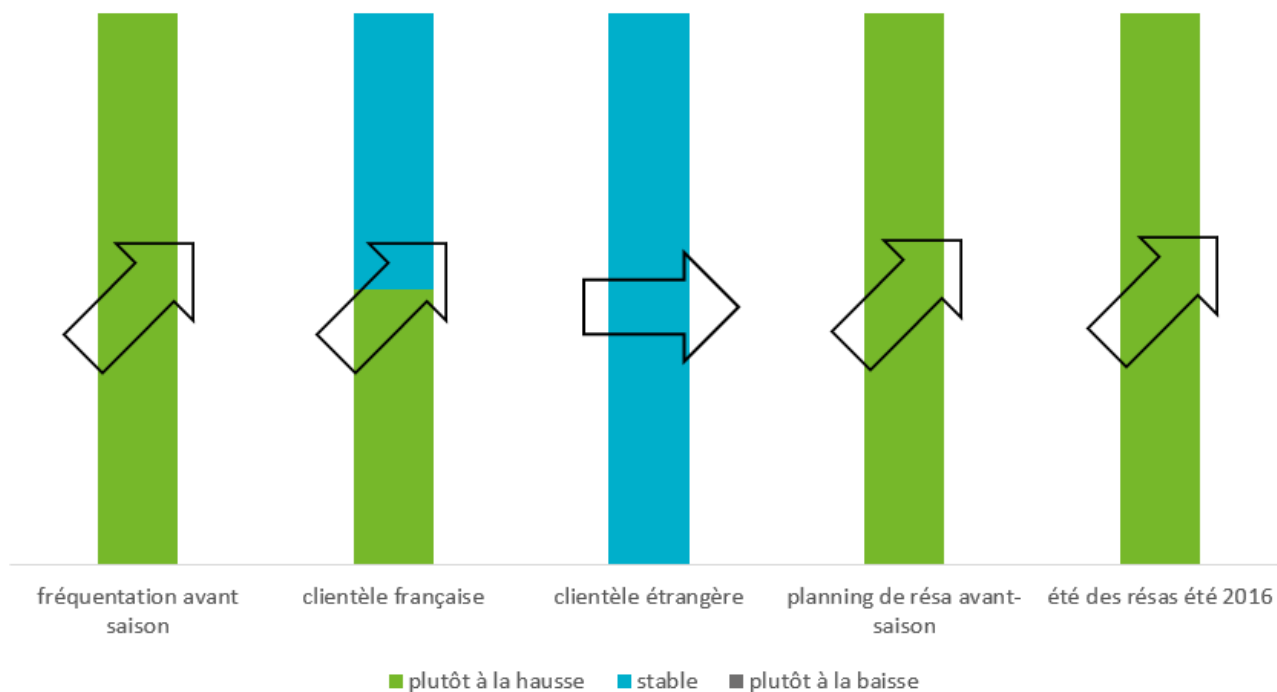
En 2015, la Vendée a confirmé sa place de destination touristique phare sur le littoral atlantique

Avec un nombre de nuitées touristiques à la hausse de 2,3 % par rapport à 2014, **la saison vendéenne 2015 affiche un résultat de 36,058 millions de nuitées touristiques réalisées** (score inégalé depuis six années).

L'hôtellerie de plein air progresse pour la seconde année consécutive avec +1,9 % de nuitées, progression en particulier imputable au dynamisme de la clientèle française (+2,1 % par rapport à 2014). **L'hôtellerie vendéenne enregistre une augmentation de 4,1 % du volume de nuitées**, augmentation liée à la hausse des clientèles françaises (+4 %) et étrangères (+5,8 %).

Par ailleurs, les résultats de la saison 2015 confortent le poids croissant des ailes de la saison estivale (printemps et automne) en matière d'activité. Le printemps concentre 21,1 % de l'activité (en termes de nombre de nuitées) tandis que les mois de septembre et d'octobre représentent 12,3 % de l'activité. **Le tourisme printanier a progressé de 6,5 % entre 2010 et aujourd'hui en termes de nuitées, l'activité automnale a quant à elle progressé de 11 %.** Ces résultats désormais ancrés dans le paysage touristique vendéen se confirment année après année et légitiment la nécessité de la poursuite des actions de développement du tourisme en faveur de l'avant et de l'arrière-saison.

Fin mars 2016, l'ensemble des indicateurs de prévision d'activité sont au vert



Les prévisions de fréquentation d'activité pour **l'avant-saison et la saison sont orientées à la hausse**. Bien entendu, cette tendance devra se confirmer. Elle reste sujette à l'influence des conditions météorologiques, influant notamment sur les réservations de dernières minutes.

La fréquentation de la **clientèle française** serait **plutôt à la hausse**. Cette tendance est corroborée par une enquête réalisée par Mondial Assistance (janvier 2016), « **près d'un tiers des Français (30 %) envisagent de partir en vacances pendant les prochains congés scolaires de Pâques, soit une hausse de 13 points** par rapport aux intentions de départ observées l'an dernier à la même époque ».

Les prévisions de fréquentation de la **clientèle étrangère** sont **stables** par rapport à 2015.

Il ressort des points précédents que **les plannings de réservation des professionnels de l'hébergement** touristique en Vendée sont **plutôt à la hausse** en ce mois de mars 2016 par rapport à 2015 à la même période.

Les premières réservations semblent aller dans le sens d'une augmentation de la durée des séjours sur le littoral.

Concrètement les chiffres de réservation à la fin mars 2016 sont bien orientés :

Les réservations des locations de vacances pour les Gîtes de France de Vendée sont en progression de 11,2 % par rapport à 2015. 53 % des réservations sont réalisées en ligne et le poids des clientèles française et étrangères restent stable par rapport à l'année passée (87 % de Français, 13 % d'étrangers). **Clévacances Vendée** annonce une progression de la durée des séjours avec plus de réservations qu'en 2015 pour des périodes de 15 jours et de 3 semaines, notamment sur le littoral.

Pour Vendée Tourisme, l'activité 2016 débute favorablement. Sur l'ensemble du réseau « Open System » (site Internet de Vendée Tourisme, des Offices de tourisme et Pôles ainsi que des prestataires), les ventes en ligne sont en progression par rapport à 2015 : + 90 % pour les hôtels, + 42 % pour les campings, + 40 % pour les chambres d'hôtes, + 28 % pour les locations de vacances et + 14 % pour les résidences et villages de vacances.

La situation demandera cependant à être tempérée, en fonction des comportements des clientèles. Par exemple, dans l'hôtellerie, secteur dans lequel les réservations de dernières minutes sont primordiales, il est délicat de déterminer une tendance fiable à ce stade de l'année. Ce secteur, comme les autres, devrait bénéficier des campagnes de communication de Vendée Expansion, positionnées sur des périodes charnières de réservation de dernières minutes (vacances et week-ends d'avril et les ponts de mai, juin avant le cœur de saison).

Autre indicateur : Le Puy du Fou est en avance de 10% sur les réservations par rapport à 2015. Leurs réservations sont en hausse sur tous les tableaux que ce soit pour les hôtels, le Grand Parc et la Cinéscénie.

Enfin, pour **l'Hôtellerie de Plein air vendéenne**, la majorité des professionnels membres de la Fédération indiquent que les réservations pour la période estivale sont supérieures à 2015. Ce constat est également valable pour la clientèle britannique, le cours de la Livre sterling étant à leur avantage. Cette information est corroborée par le transporteur maritime, Brittany Ferries, qui a indiqué une hausse de 18 % des réservations en date du 24 février 2016 en direction de la France.

Donc, la saison touristique 2016 s'annonce sous des auspices plutôt favorables grâce en grande partie à la mobilisation et au travail réalisé par l'ensemble des professionnels, publics comme privés... mais également grâce à des actions de communication ciblées mise en place toute au long de l'année pour soutenir cette activité.

II- Le plan d'actions Tourisme 2016

Le plan d'action du Pôle Tourisme de Vendée Expansion s'articule autour de 4 grandes priorités :

- 1) **communiquer** sur la destination Vendée,
- 2) aider à la **commercialisation**,
- 3) dynamiser nos positions à l'**international** (notamment en Europe du Nord),
- 4) développer notre **assistance aux professionnels**.

Concernant l'aspect communication, 3 grandes campagnes sont d'ores et déjà prévues.

La première campagne **met en avant la filière gastronomie : « la Vendée, destination gourmande ».**

Les partenaires institutionnels de la campagne sont :

- Sud Vendée Tourisme,
- Vendée Vallée,
- L'Office de Tourisme des Sables d'Olonne,
- L'Office de Tourisme du Pays de Saint Gilles,

- L'Office de Tourisme de l'Île de Noirmoutier.

Parmi les 18 chefs partenaires de l'opération étaient présents lors de la conférence de presse:

- Nicolas Ferré, restaurant Le Quai des Saveurs aux Sables d'Olonne,
- Thomas Evanno, restaurant de l'Hôtel Mercure Côte Ouest aux Sables d'Olonne,
- Stéphan Malaquin, restaurant « Les 3 Piliers » Le Boupère,
- Fabrice Riefolo, restaurant l'Auberge la Rivière à Velluire,
- Et Marie-France Thiery, blogueuse culinaire réputée.

Ainsi que les producteurs du terroir partenaires,

- Thierry Michon, (viticulteur) Domaine Saint-Nicolas à l'Île d'Olonne,
- Patrick Rocheteau, Vivier Rocheteau aux Sables d'Olonne,
- Isabelle Annonier, du Ferme Auberge du Moulin Migné à Cheffois,
- Christian Brochard, La Ferme de la Futaie à La Chaize le Vicomte.

Le dispositif de la campagne Gastronomie cible le Grand Ouest et plus particulièrement la Région Pays de la Loire. A partir du 6 avril et ce pendant 6 semaines, **une large campagne publicitaire au cinéma permettra de diffuser un spot vidéo de 33 secondes** dans 17 salles de cinéma de la région. Nous estimons que plus de 400 000 personnes pourront le découvrir avant la projection de leur film. Le spot met en avant les 5 destinations vendéennes partenaires de l'opération. Il entraîne le spectateur dans une balade gourmande valorisant les produits du terroir vendéen et certaines des plus belles tables gastronomiques de Vendée.

Cette campagne sera étoffée par différentes actions de valorisation telles que :

- la mise en ligne **d'un espace Internet dédié à la gastronomie** sur vendee-tourisme.com,
- la diffusion d'un **film gastronomie d'une durée de 2mn30,**
- **sur notre site Internet, Youtube et autres réseaux sociaux,**
- la mise à disposition d'un **reportage photo comprenant 80 nouveaux visuels** et de **films libres de droits** à destination des professionnels du tourisme vendéen,
- la réalisation et l'envoi d'un **dossier de presse** thématique à une presse nationale et étrangère ciblée, ainsi que l'accueil de journalistes,
- l'organisation d'un **évènement très original « Les Dîners Toqués de Vendée »** et de son jeu concours véhiculé sur le site Internet www.vendee-tourisme.com pour faire gagner 50 dîners.

L'opération « Les Dîners Toqués de Vendée » est un événement inédit et original organisé sur tout le département. Ces dîners prendront place dans des lieux exceptionnels tenus secrets jusqu'au jour de l'évènement:

- le jeudi 2 juin en Pays de Saint Gilles,
- le lundi 6 juin en Sud Vendée,
- le dimanche 12 juin aux Sables d'Olonne,
- le mardi 21 juin sur l'Île de Noirmoutier,
- et enfin le vendredi 24 juin dans le Bocage vendéen avec Vendée Vallée.

Cuisinés avec passion par 18 chefs vendéens, les Dîners Toqués seront l'occasion de redécouvrir les spécialités du terroir face aux plus belles vues de Vendée. Pour participer à cette expérience unique, vingt-cinq dîners pour deux seront à gagner sur le site vendee-tourisme.com. L'opération débutera le mercredi 6 avril et se terminera le 18 mai 2016.

Une deuxième campagne de communication aura lieu en juin, autour d'une autre filière importante du tourisme vendéen : la culture, le patrimoine et les loisirs.

Le dispositif est lui aussi ciblé et puissant, avec :

- une **campagne d'affichage d'un mois dans le métro parisien** aura lieu du 8 juin au 5 juillet. Cette campagne permettra de marquer la différence de la Vendée, avec pour accroche « Citez moi la seule destination en France... où l'on peut circuler au milieu de l'océan... où l'on trouve le meilleur parc du monde »,
- un **film spécial Culture Patrimoine et Loisirs** en 2 versions (longue et courte) sera diffusé sur notre site et la plate-forme Youtube,
- un **grand jeu-concours** sur vendee-tourisme.com permettra de gagner des séjours en famille incluant des entrées gratuites dans les sites touristiques de Vendée.

Une troisième vague de communication est également prévue pour le Vendée Globe.

Pendant 3 semaines, du samedi 15 octobre au 6 novembre 2016, au sein du Village Départ aux Sables d'Olonne, le Pavillon du Tourisme permettra à l'ensemble des acteurs du tourisme de profiter du visitorat (soit 1,2 millions de personnes en 2012). Puis, le PC Course sera présent au pied de la tour Eiffel à partir du 7 novembre, pendant la durée de la course, avec un espace Animations mis à disposition de Vendée Tourisme.

Nous mettrons également en place un dispositif Web avec un espace dédié Vendée Globe sur www.vendee-tourisme.com présentant un contenu dynamique, enrichi régulièrement d'actualités, d'images, d'informations pratiques.

Pour répondre aux demandes toujours plus exigeantes des touristes, nous avons également retravaillé notre **dispositif « Editions », avec plusieurs évolutions :**

- en premier lieu, nous avons conçu une nouvelle ligne éditoriale, un nouveau graphisme, et un nouveau plan de diffusion pour le **magazine haut de gamme Destination Vendée**, exceptionnellement diffusé à 100 000 exemplaires, en région Pays de la Loire, région parisienne et lors de nos opérations Vendée Globe aux Sables d'Olonne puis à Paris,
- nous intensifierons notre réseau de diffusion **des fiches « Sites Touristiques »**. Face au succès du chevalet en 2015, ce nouveau support adapté pour les gîtes et chambres d'hôtes, Vendée Expansion équipera **1 000 hébergements**,
- un nouveau **jeu de posters « Vendée »** avec des photographies de paysages aériens signées Alexandre Lamoureux, sera offert à tous les professionnels du tourisme.

Concernant notre deuxième priorité, la commercialisation, nos efforts se sont concentrés sur le site vendee-tourisme.com et le déploiement de l'outil de réservation en ligne (Open System).

La version française de vendee-tourisme.com a enregistré de très bonnes performances en 2015, avec 1,650 millions de visiteurs (+ 28% par rapport à 2014 et +120% de consultations sur mobiles) et près de 6 millions de pages vues.

Le déploiement de l'Open System, avec près de 1 800 professionnels dotés de l'outil en Vendée, a permis d'augmenter considérablement le nombre de ventes globales sur l'ensemble des sites Web

utilisant l'outil (6 190 ventes en 2015, +66% par rapport à 2014). Ce logiciel de réservation en ligne, **que nous mettons gratuitement à disposition des professionnels**, est une des références du marché.

Face à une grande diversité d'offres en Vendée, nous avons réalisé un travail de **segmentation de l'offre** pour être plus en adéquation avec les attentes des clients selon les saisons et les typologies de clientèles. Pour la saison 2016, Vendée Tourisme a proposé aux professionnels du tourisme vendéens **cinq rendez-vous commerciaux associés** à nos grandes campagnes de communication Vendée 2016. Le relais de ces offres est assuré sur notre site www.vendee-tourisme.com et d'autres supports de promotion. Ces temps forts sont les suivants :

- en février/mars, en prévision des vacances de Pâques: un zoom sur les établissements avec piscine couverte, spa ou espace bien-être « **En avril, 27° garantis en Vendée** »,
- en avril/mai : un **zoom sur la Gastronomie** avec la mise en avant des restaurants proposant un menu du terroir fait maison pour les enfants et les établissements ayant un accueil spécifique pour les enfants,
- en juin/juillet août : un zoom sur les offres d'hébergements situés dans un lieu à caractère culturel ou patrimonial,
- en octobre/novembre : un zoom sur les **établissements ouverts pour les vacances de la Toussaint** et pour le Vendée Globe,
- en décembre : un zoom sur les **offres de Noël et de réveillons**.

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

Un plan d'actions spécifique est mis en place afin de communiquer vers une clientèle B to B en Région et dans le secteur Paris-Ile de France. Des actions presse, comme l'accueil de journalistes de la presse événementielle ou de la presse économique, sont organisées afin de développer la notoriété de la Vendée, en tant que destination affaires. Un jeu concours digital sur les réseaux sociaux (Twitter et Facebook) à destination des entreprises régionales sera organisé sur le thème Vendée Globe en septembre. Les lots à gagner seront offerts par des acteurs du tourisme d'affaires vendéen (une journée d'études, une activité teambuilding...).

Concernant notre 3^{ème} priorité, l'international, de nombreuses actions marketing, relations presse sont menées en Belgique, aux Pays-Bas, en Allemagne, Grande Bretagne mais également en Chine.

Vendée Expansion est en effet partie prenante de différents dispositifs mutualisés avec des régions de l'Ouest de la France. Le principe est celui de mutualiser des budgets ; cela nous permettant de lancer des actions impactantes sur nos différents marchés prioritaires.

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 (Brittany Ferries, P&O Ferries, British Airways, voyages SNCF...). Pour l'année 2016, près de 1 million d'euros sera consacré au plan média, incluant une campagne d'affichage dans le métro londonien.

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, Poitou Charentes et Aquitaine et les 6 départements de la Côte Atlantique française.

Aux Pays-Bas, en partenariat avec la Région Pays de la Loire, Vendée Expansion participe à une campagne de communication sur la thématique du vélo.

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**.

Concernant les Tour-Opérateurs étrangers et sur une approche plus commerciale, un Eductour (visite de structures touristiques) sera organisé en avril prochain ; 12 Tour Opérateurs chinois viendront découvrir le Puy du Fou dans les jours à venir.

L'ensemble de ces actions menées et l'enrichissement du contenu (vidéos, actualités ciblées...) vont permettre **booster la fréquentation des 3 sites Web en versions étrangères** (anglais, allemand et néerlandais), mises en ligne fin 2015.

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

Au premier rang d'entre elles, on peut citer **la conception du kit de communication**. Celui-ci met à disposition plus de 1 000 photos libres de droits ainsi que des films libres de droits sur différents thèmes, comme le vélo ou le nautisme.

Vendée Expansion poursuit également le **développement de Tourinsoft, grande base de données regroupant en un seul endroit et sous un format unique l'ensemble des données touristiques d'un territoire**.

Vendée Expansion réalise également des études sur le secteur touristique :

- une étude a été lancée sur le **poids des OTAs** (intermédiaires de réservation en ligne type Booking, Expedia, hotels.com...) dans le chiffre d'affaires et la marge des hébergeurs vendéens. Cette étude fait suite à différents échanges avec les acteurs du tourisme vendéen qui souhaitent mieux connaître la situation à une échelle départementale. Les résultats seront connus **courant avril**.