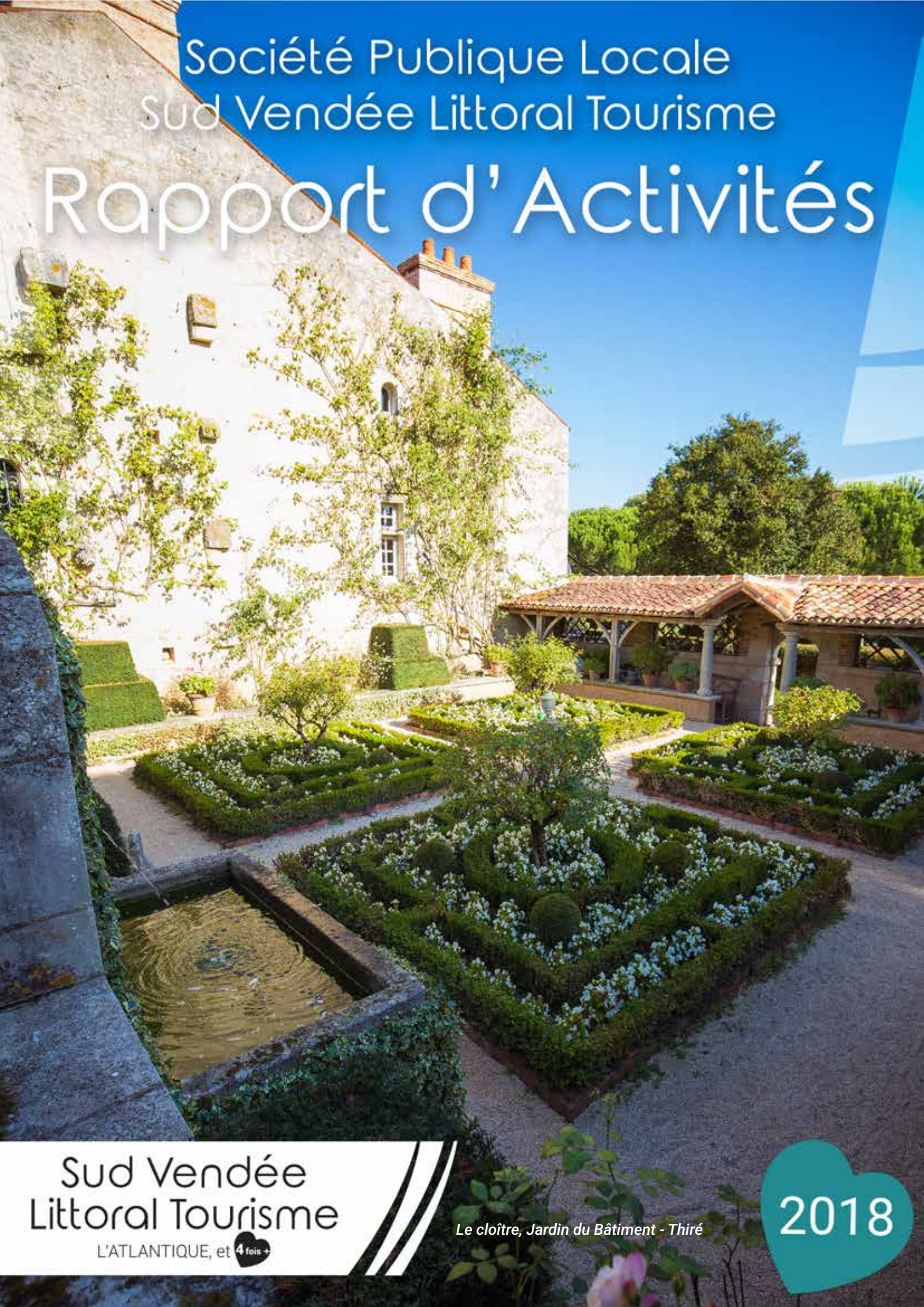




# Société Publique Locale Sud Vendée Littoral Tourisme Rapport d'Activités

Sud Vendée  
Littoral Tourisme

L'ATLANTIQUE, et 4 fois +

*Le cloître, Jardin du Bâtiment - Thiré*

2018





# SOMMAIRE

|                                                                                    |                                                   |           |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-----------|
|  | <b>EDITORIAL DU PRÉSIDENT</b>                     | <b>3</b>  |
|  | <b>ACCUEIL &amp; INFORMATION</b>                  | <b>4</b>  |
|  | <b>RENCONTRES DU PATRIMOINE ET DE LA CRÉATION</b> | <b>15</b> |
|  | <b>MAISON DU MAÎTRE DE DIGUES</b>                 | <b>17</b> |
|  | <b>COMMUNICATION &amp; PROMOTION</b>              | <b>20</b> |
|  | <b>COMMERCIALISATION</b>                          | <b>31</b> |
|  | <b>DÉVELOPPEMENT &amp; QUALIFICATION</b>          | <b>34</b> |
|  | <b>GESTION &amp; MANAGEMENT</b>                   | <b>43</b> |



## ÉDITORIAL



Patrick JOUIN

*Président de la SPL Sud Vendée Littoral Tourisme*

*Maire de La Faute-sur-Mer*

*Vice-Président de la Communauté de Communes Sud Vendée Littoral, en charge du tourisme*

Seconde année d'existence de l'Office de Tourisme communautaire « à compétence territoriale limitée » du Sud Vendée Littoral, 2018 sera une année pleinement réussie grâce à l'obtention du classement en catégorie III en juin et la marque QUALITÉ TOURISME™ en décembre dernier.

Ce travail sera poursuivi et concrétisé par l'obtention du classement en catégorie I, en janvier 2019, ce qui constitue l'objectif qui avait été assigné à Serge LACROIX et à toute son équipe en fin d'année 2016.

Autre élément de satisfaction, la fréquentation de l'écomusée de la Maison du maître de digues laquelle est en forte progression pour la seconde année consécutive (+ 42 % par rapport à 2017). Nul doute que c'est le fruit d'une communication plus fluide, et enfin davantage partagée entre le littoral, là où se situent les capacités d'accueil touristiques, et l'intérieur de notre territoire, là où se situent des richesses indéniables. Aussi, ce résultat traduit pleinement l'intérêt d'une fusion des anciens Offices de Tourisme, en une structure plus forte et dotée de meilleurs outils de communication.

Si le millésime 2018 des Rencontres du Patrimoine et de la Création n'a pas connu une hausse de fréquentation par rapport aux années antérieures, cela a été dû à des conditions météorologiques défavorables ; mais sans conteste que cette édition est toutefois réussie si l'on considère les retours, très positifs, qui émanent des acteurs socioprofessionnels présents lors de la manifestation. De même, la « rose du Tigre » deviendra l'un des symboles de notre territoire, à n'en pas douter. Enfin, il convient, à nouveau, de remercier Alain DURANTE pour son engagement, sans faille, en faveur de cet événement depuis le début.

Nos secondes Rencontres du Tourisme, en novembre dernier à Sainte-Hermine, nous ont permis de faire le point sur ce qui constitue les « pépites » à valoriser par l'Office de Tourisme ; mais ont également apporté des suggestions et recommandations à notre intercommunalité pour les années à venir.

2019 sera une année de consolidation du travail accompli, et de transition, en vue de remettre, entre les mains des futurs élus communautaires, un Office de Tourisme moderne et viable pour les années qui suivront.

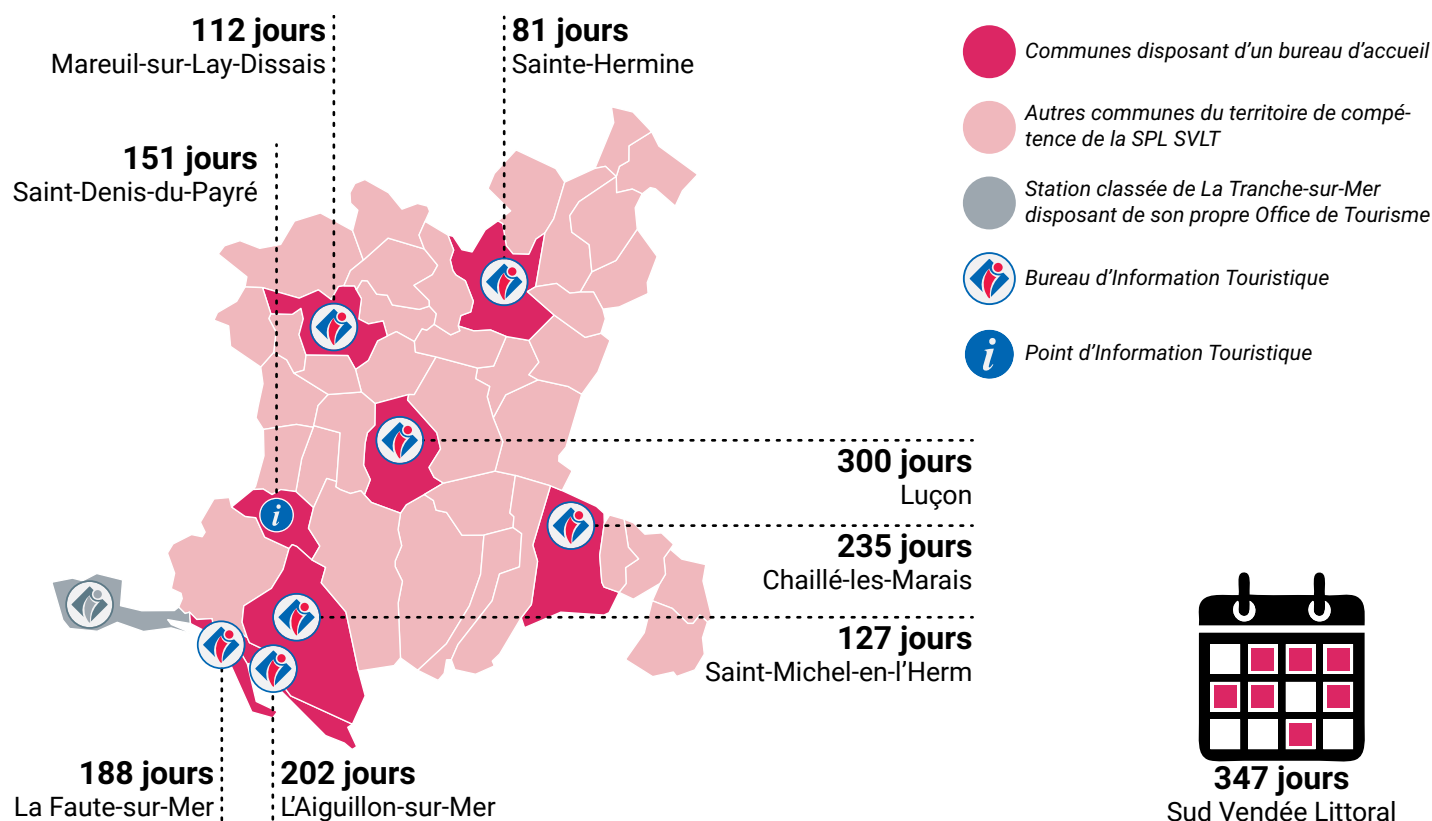




ACCUEIL  
ET INFORMATIONS  
DES PUBLICS

## Huits bureaux et points d'accueil

L'accueil des visiteurs dans les Bureaux d'Information Touristique (BIT) et les Points d'Information Touristique (PIT) est une mission organique qui relève du service public propre à tous les Offices de Tourisme.



Les principales langues parlées dans les différents bureaux d'information sont l'anglais, l'espagnol et l'allemand.



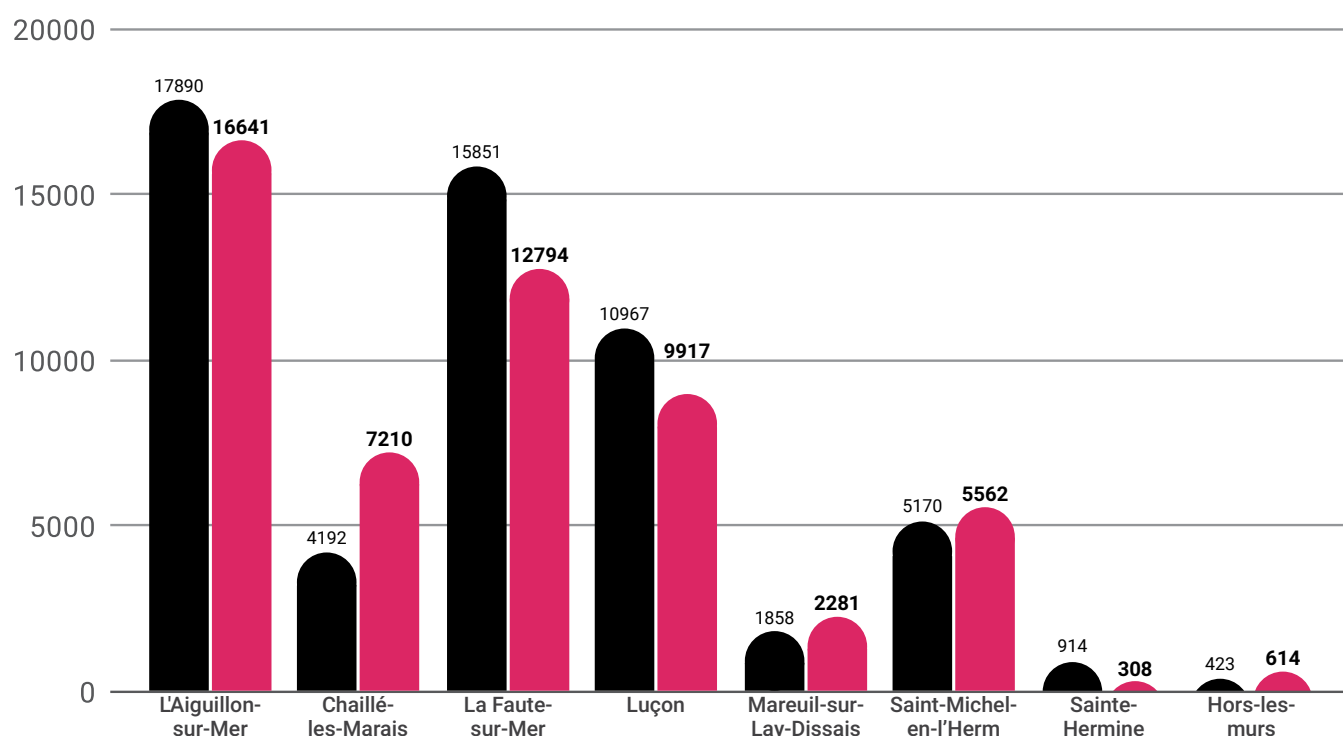
**BON À SAVOIR :** Le PIT de Saint-Denis-du-Payré est couplé avec l'accueil de l'antenne du Parc Naturel Régional du Marais poitevin et de la Réserve Naturelle Nationale Michel Brosselin.

## La Fréquentation physique

La fréquentation physique est comptabilisée via l'outil de gestion de relation client Tourinsoft. Toute personne entrant dans un de nos bureaux est comptabilisée soit en une demande au guichet ou en une « entrée libre », ou « hors-les-murs » lors d'événements.



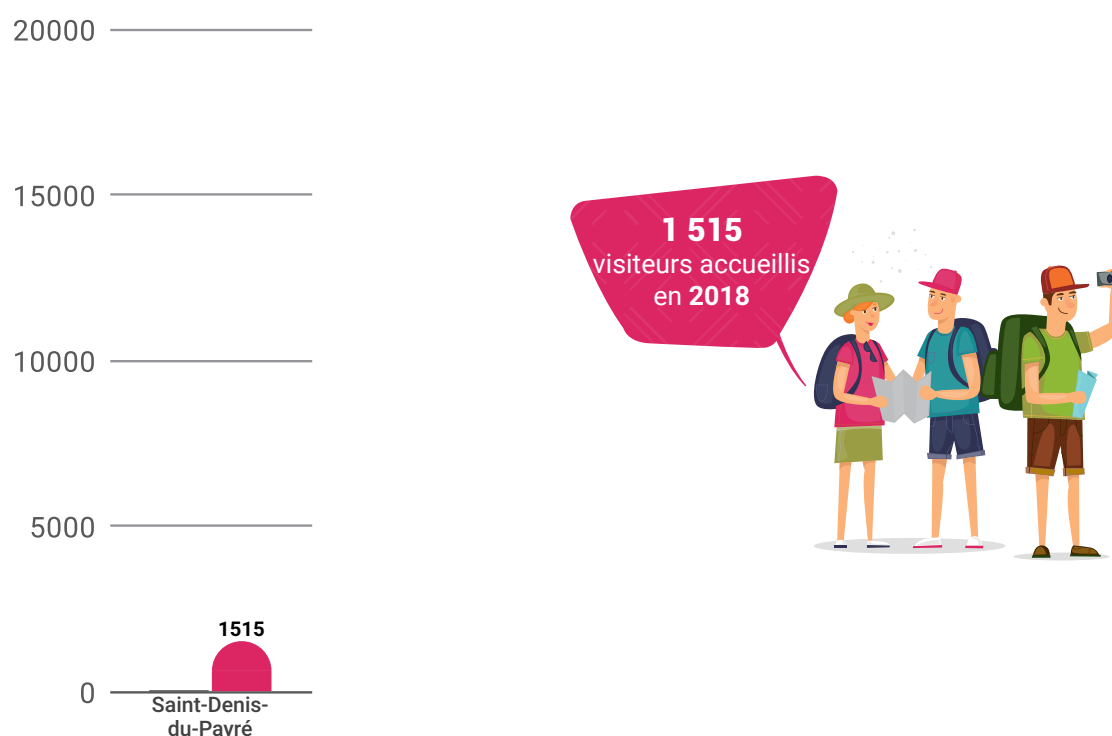
## LA FRÉQUENTATION PAR BUREAUX



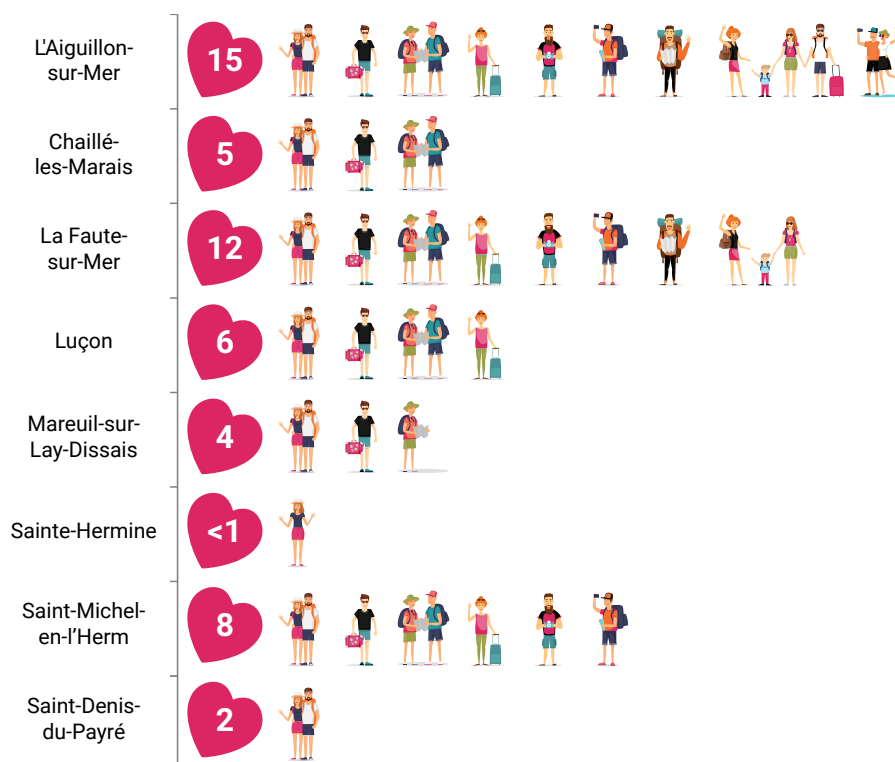
En 2018, le bureau de L'Aiguillon-sur-Mer est le plus fréquenté (29% de la fréquentation annuelle de l'Office de Tourisme), devant La-Faute-sur-Mer (22,3%), Luçon (17,3%), Chaillé-les-Marais (12,6%), Saint-Michel-en-l'Herm (9,7%), Mareuil-sur-Lay-Dissais (4%), ou encore Sainte-Hermine (0,5%). Les accueils hors-les-murs représentent 1,1% de la fréquentation.

## LE POINT I NATURE DE SAINT-DENIS-DU-PAYRÉ

Le Point d'Information Touristique de Saint-Denis-du-Payré est couplé avec l'accueil de l'antenne du Parc Naturel Régional du Marais poitevin et de la Réserve Naturelle Nationale Michel Brosselin.



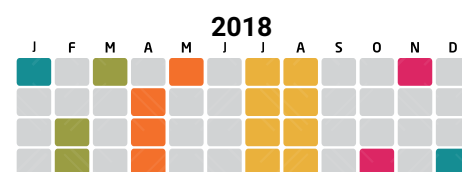
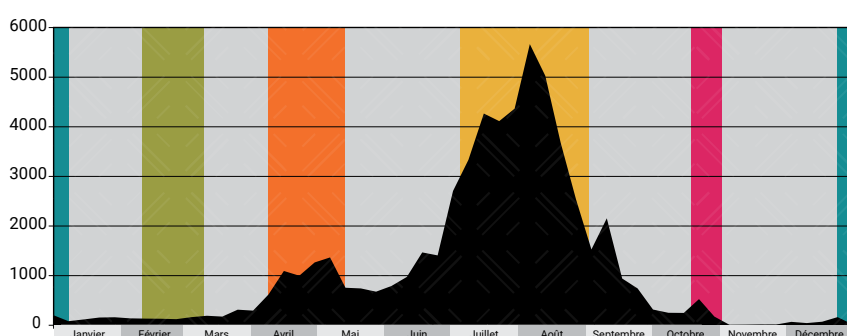
## NOMBRE MOYEN DE VISITEURS POUR UNE HEURE D'OUVERTURE



## LA FRÉQUENTATION PÉRIODIQUE

Dans les bureaux et dans le point d'information de l'Office de Tourisme, la fréquentation des visiteurs est, par nature, très marquée par le calendrier des vacances scolaires (en couleurs dans le graphique ci-dessus).

Pendant les vacances d'été, les semaines 31 à 33 (du 30/07 au 19/08/2018), totalisent près de 26% du total annuel des visiteurs.



- <1%** ● Vacances de Noël
- 1%** ● Vacances d'Hiver
- 10%** ● Vacances de Printemps
- 58%** ● Vacances d'Été
- 1%** ● Vacances de la Toussaint
- 30%** ● Périodes scolaires

## L'accueil hors-les-murs

En 2018, l'Office de Tourisme a participé à 6 opérations d'accueil dites « hors les murs » :

- ✦ Forum des métiers à Luçon le 13 mars
- ✦ Marché de La Faute-sur-Mer le 29 juillet
- ✦ Festival de l'Histoire de France à Sainte-Hermine, du 4 au 6 août
- ✦ Foire de Luçon, du 11 au 15 août
- ✦ Festival de William Christie à Thiré, du 25 août au 2 septembre
- ✦ Rencontre du Patrimoine et de la Création le 22 et 23 septembre

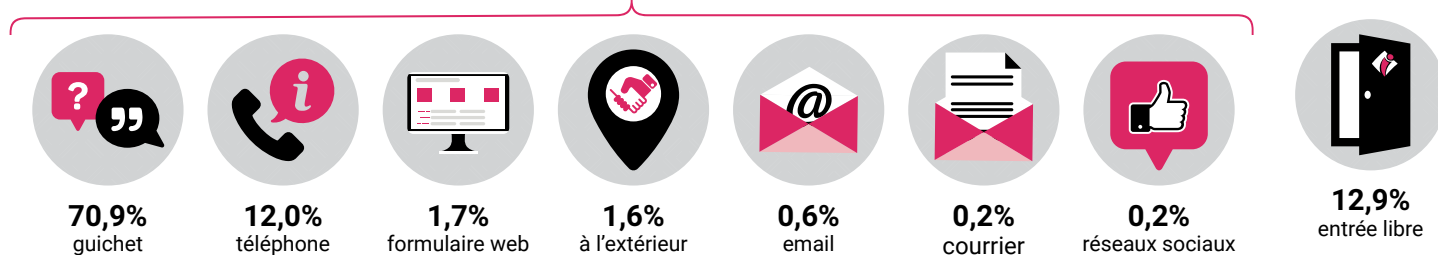
## Les actes de renseignements

Les conseillers en séjour ont traité plus de 36 000 actes de renseignement en 2018, soit une augmentation de 6% par rapport à 2017.



Sur 100 actes de renseignement faits auprès de l'Office de Tourisme :

*Plus de 87 sont émis par un mode de contact direct*



Hors recours à la navigation du site Internet de la destination, les clients et prospects utilisent principalement la visite dans les locaux devant l'appel téléphonique pour accéder à l'information. Les autres solutions sont marginales.



**BON À SAVOIR :** Un acte de renseignement correspond à toute prise de contact, par tout moyen de communication, par une ou plusieurs personnes, pouvant comprendre une ou plusieurs demandes.

Exemple : un cyclotouriste qui nous interroge par téléphone au sujet de la disponibilité des campings, ou bien une famille qui se renseigne à l'accueil d'un bureau sur les activités de loisirs et la météo.



## Les demandes de documentation

En 2018, il a été traité par courrier, 841 réponses à des demandes de documentation (traitées avec Tourinsoft).

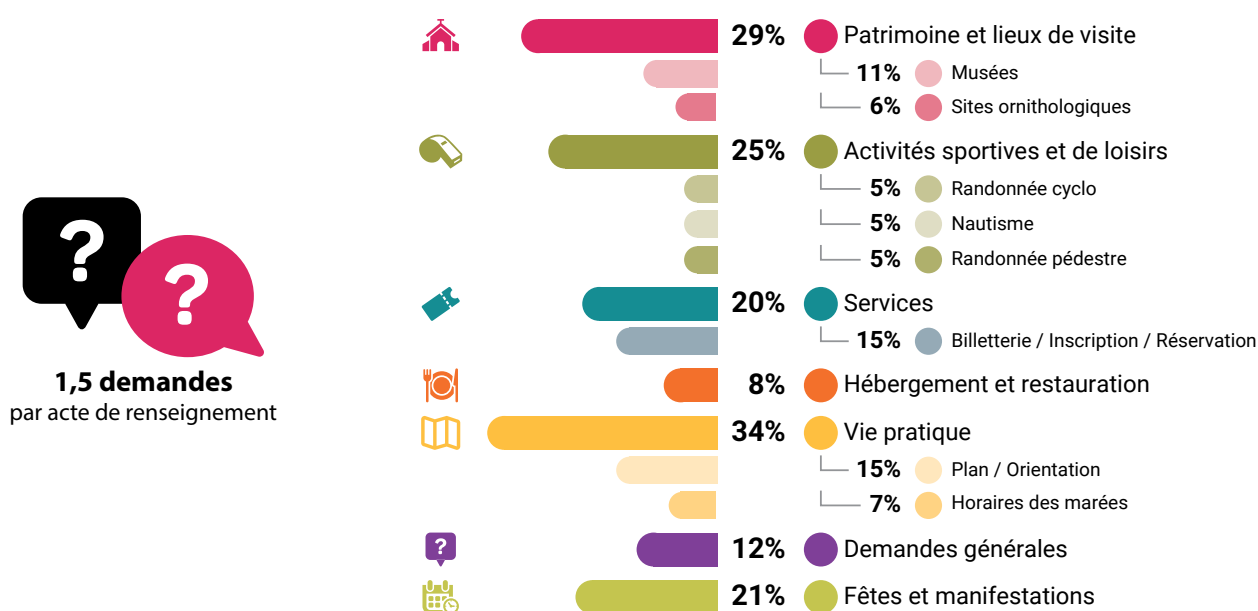
La tendance est à la baisse car de plus en plus de prospects et de clients ont recours à la lecture et au téléchargement de documents via le site Internet de la destination.



## Les caractéristiques des demandes

Lors d'un acte de renseignement, les conseillers en séjour doivent répondre en moyenne à 1,5 demandes.

Les demandes faites par les touristes (au guichet, par téléphone, email, internet et téléphone) concernent principalement les activités à voir/à faire (54% des actes de renseignements). Les conseillers en séjour doivent notamment répondre à des questions pratiques (34%) et proposer des services dont de la billetterie qui concernent plus d'une demande sur 10.

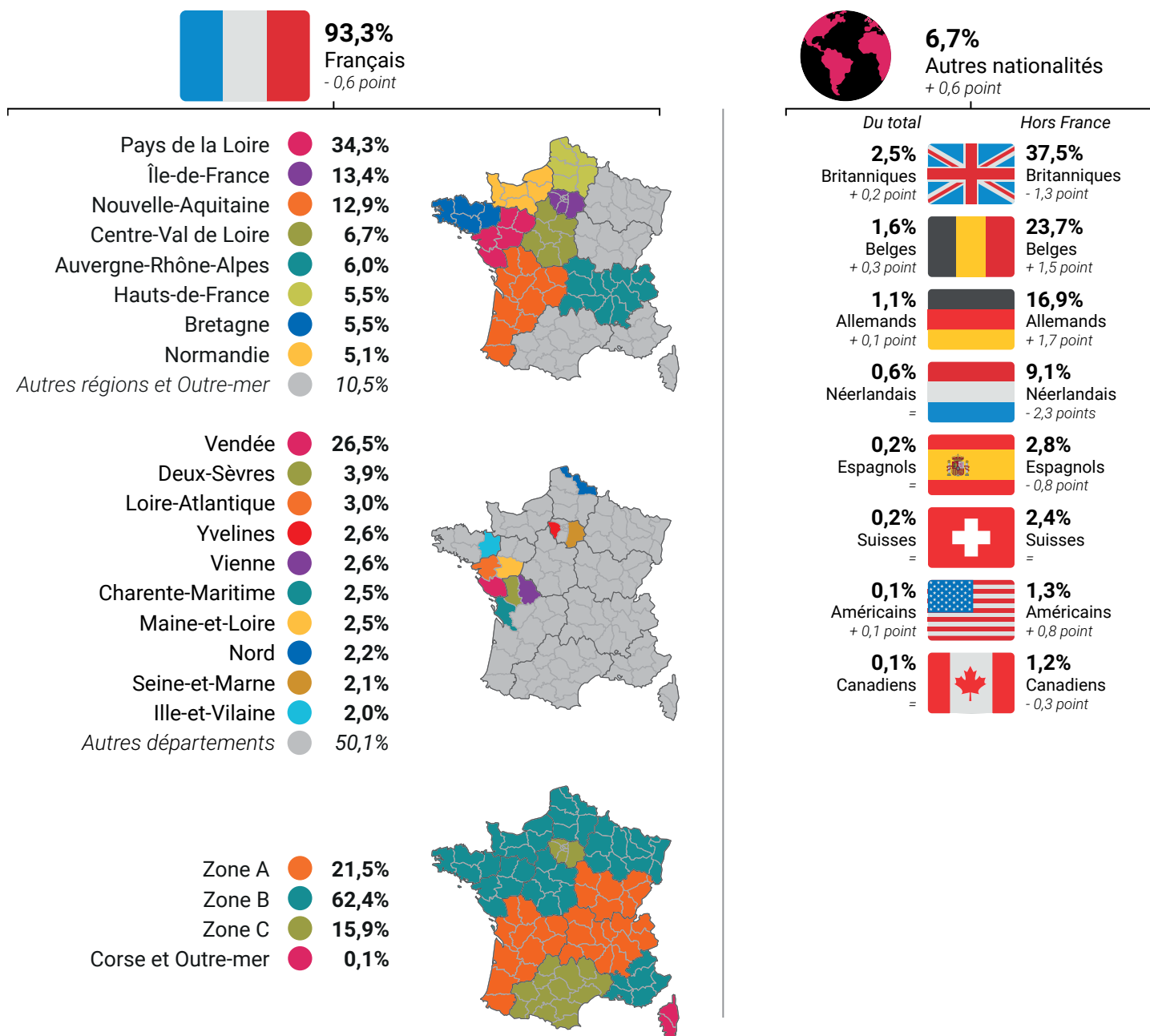


## Les origines des visiteurs

La clientèle française est largement majoritaire (93%). La fréquentation des clientèles étrangères est restée stable (-0,2%), elle occupe toutefois une part plus importante dans la fréquentation globale par rapport à 2017 (+0,6 point). Les Britanniques (2,5%) sont les plus nombreux, devant les Belges (1,6%) et les Allemands (1,1%).

Parmi les Français, les Ligériens représentent plus du tiers de la fréquentation nationale (34,3%). Les Franciliens représentent 13,4 %, suivis de près par les habitants de la Nouvelle-Aquitaine (12,9%). Les Vendéens sont les plus nombreux (près de 26% des visiteurs). Les départements limitrophes occupent les meilleurs places du top 10, totalisant 11,9%.

L'Office de Tourisme accueille donc une clientèle très locale voire régionale.



**BON À SAVOIR :** Les bureaux du rétro-littoral accueillent un peu plus d'étrangers (2 à 14 points environ) que ceux du littoral.



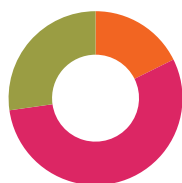
## La fréquentation web

Le site Internet [www.sudvendeelittoral.com](http://www.sudvendeelittoral.com), ouvert au 20 juin 2017, est issu du regroupement des anciens sites Internet des 4 Offices regroupés en début d'année 2017. Il s'est appuyé sur une plateforme temporaire et ad-hoc. Le nouveau site de destination et de séjour, est un site généraliste de présentation de la destination. Il a été mis en ligne le 25 octobre 2018. Les objectifs sont les suivants :

- ✦ informer les visiteurs potentiels des aménités et offre de la destination (ex : offres, événements et manifestations ...),
- ✦ séduire les publics en montrant les principaux atouts de la destination (ex : images et vidéos des lieux, activités ...),
- ✦ offrir la possibilité de réserver un hébergement ou bien une activité en ligne.



**50 094**  
visites



**18%** ● [www.tourisme-paysmareuillais.fr](http://www.tourisme-paysmareuillais.fr) (jusqu'au 14/11/2018)

**55%** ● [www.sudvendeelittoral.com](http://www.sudvendeelittoral.com) (refonte le 25/10/2018)

**27%** ● [www.ot-isles-maraispoitevin.com](http://www.ot-isles-maraispoitevin.com)

### Comment les internautes accèdent à [sudvendeelittoral.com](http://sudvendeelittoral.com) :



G **45%** ● Via moteurs de recherche

www **31%** ● Via accès direct

link **13%** ● Via liens d'autres sites

f **11%** ● Via les réseaux sociaux

### Quelques chiffres de [sudvendeelittoral.com](http://sudvendeelittoral.com) :

|                            |        |
|----------------------------|--------|
| Sessions (visites)         | 27 596 |
| Pages vues                 | 87 229 |
| Pages par session          | 3      |
| Durée moyenne des sessions | 2'05   |
| Taux de rebond             | 40,6%  |
| Taux de nouvelles visites  | 32,6%  |



### TOP 6 des Rubriques sur [sudvendeelittoral.com](http://sudvendeelittoral.com)

- 1** Page d'Accueil 37%
- 2** À voir / À Faire 5%
- 3** Agenda 4%
- 4** Nos Brochures 4%
- 5** Où dormir 4%
- 6** Webcams 3%

## La fréquentation des hotspots wifi

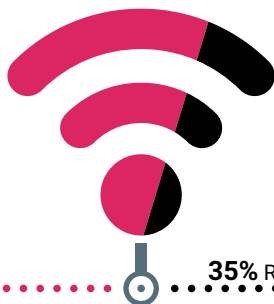
Depuis février 2016, via la solution proposée par 2ISR, les 7 bureaux d'information touristique proposent le WiFi gratuit à leurs visiteurs. Ces 7 hotspots s'inscrivent dans le réseau départemental « Wifi Vendée ».

En 2018, il a été enregistré 15 610 connexions (-12%), dont :

- ★ 52% pendant les seuls mois de juillet et août,
- ★ 35% en reconnexion automatique (utilisateurs qui utilisent plusieurs fois ce service).

**15 610**

Connexions WiFi



65% Connexions uniques

35% Reconnexions



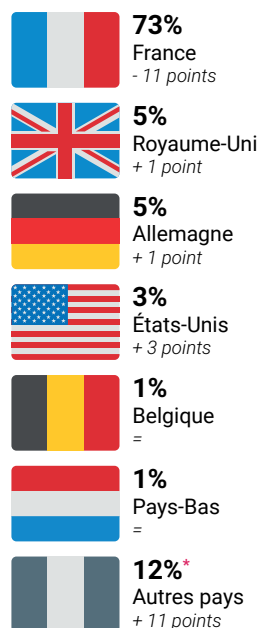
**25 minutes**

Durée moyenne de connexion

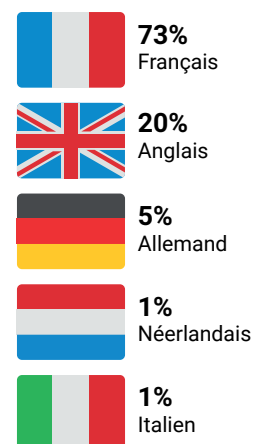


**BON À SAVOIR :** les hotspots permettent de se connecter à internet pendant 2 heures par jour, 7j/7 de 7h à 23h toute l'année. Et cela gratuitement.

### Origines

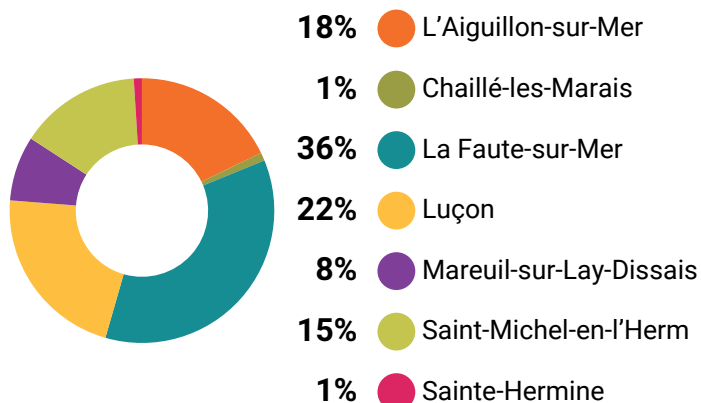


### Langues

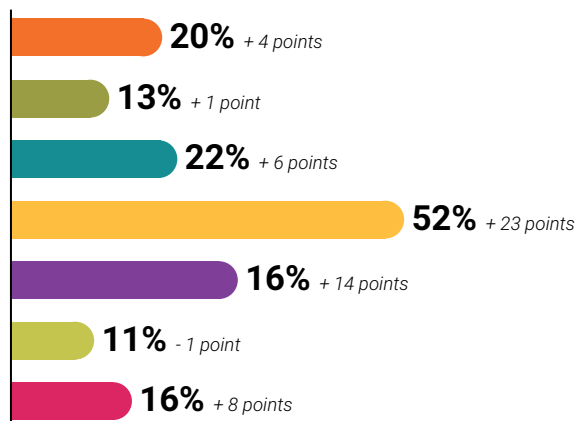


\*Dont 8% d'Égyptiens pour un usage non touristique, exclusivement sur le site de Luçon.

### Répartition des connexions par bureaux d'accueil



### Part des étrangers par bureaux d'accueil



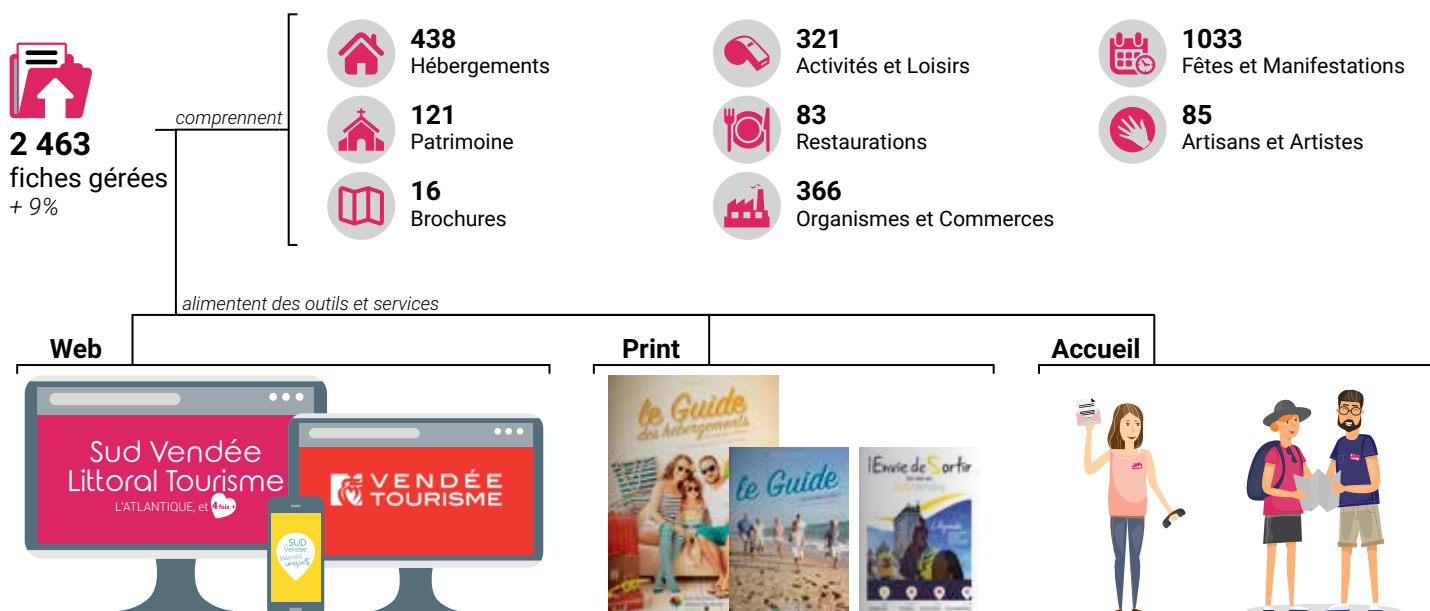
Le hotspot de La Faute-sur-Mer est le plus utilisé au sein de l'Office de tourisme (plus de 1 sur 3 des utilisateurs) devant celui de Luçon (plus de 1 sur 5 utilisateurs).

Globalement sur l'ensemble des bureaux de l'Office de Tourisme, les étrangers représentent 29% des utilisateurs du WiFi, soit 11 points de plus qu'en 2017, et 22 points de plus que pour la fréquentation physique. Et c'est à Luçon que cette proportion est la plus élevée (52% des utilisateurs), et à Saint-Michel-en-l'Herm qu'ils sont les moins nombreux (11%).

## La gestion de l'information touristique

L'Office de Tourisme Sud Vendée Littoral fait partie du réseau régional intitulé e-SPRIT qui permet de gérer, partager et exploiter les données saisies localement par les Offices de Tourisme. L'utilisation des données se fait en étroite coordination de Vendée Expansion, et est adossée à la solution technique « Tourinsoft ».

Dans le cadre de ce réseau, 2 463 fiches ont été gérées en 2018 par l'Office de Tourisme Sud Vendée Littoral soit une augmentation de 9% par rapport à 2017 (+ 202 fiches).

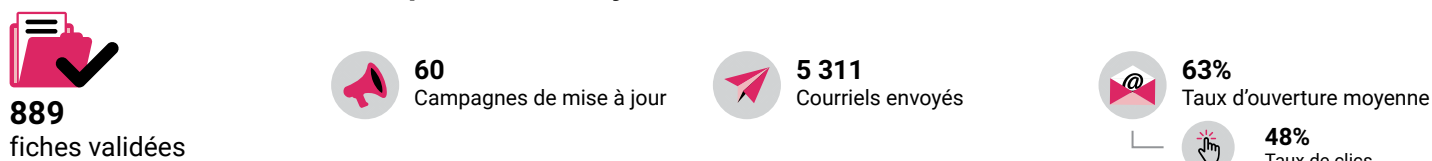


A ces fiches décrivant l'offre touristique, s'ajoutent 8 226 fiches relatives à des prospects (1 427 fiches créées en 2018). Ces prospects se sont adressés à l'Office de Tourisme pour obtenir des informations sur la destination. Ces fiches sont également gérées par l'Office de Tourisme avec la solution Tourinsoft.

Afin d'obtenir une information de qualité, l'Office de Tourisme interpèle régulièrement les professionnels du tourisme afin que ceux-ci mettent à jour leur information touristique. En effet, la base de données aliment divers supports numériques et papier comme le site web et les brochures de l'Office de Tourisme.

Pour cela les professionnels ont accès à une interface web pour accéder et mettre à jour leur fiche (coordonnées, tarifs, descriptifs, médias, ...) : le V.I.T. (Votre Information Touristique). Ces mises à jour sont ensuite validées par l'Office de Tourisme.

### L'utilisation du module V.I.T. pour la mise à jour des données







# MAISON DU MAÎTRE DE DIGUES

## L'exploitation de l'écomusée

Depuis le 1er janvier 2017, en raison de la fusion de quatre anciennes intercommunalités, la « Maison du Maître de digues » est un écomusée appartenant à la Communauté de communes du Sud Vendée Littoral. Enfin ce site est désormais géré par la SPL et par Pauline LAURENT en tant que responsable de site (remplacée durant son congé maternité 2018 par Marie RIVALLIN).

L'écomusée est un équipement qui permet de comprendre l'identité du « marais desséché » au sein du Parc naturel du Marais poitevin et le travail de celui qui était le « Maître de digues » depuis le XVIII<sup>e</sup> siècle, sur ce territoire du « Petit Poitou ».

Le site de l'écomusée sert également de support à un bureau d'accueil et d'information des publics sur la Commune de Chaillé-les-Marais.

## UN NOUVEAU SUPPORT DÉDIÉ AUX ENFANTS EN 2018

Nouveauté 2018 : Un livret-jeu pour les enfants de 7 à 12 ans est disponible à l'accueil du musée. Ils doivent ainsi retrouver Margaux la fée de l'eau en décodant la lettre qu'elle a laissé au facteur.



## DES ÉVÉNEMENTS SUR LE SITE

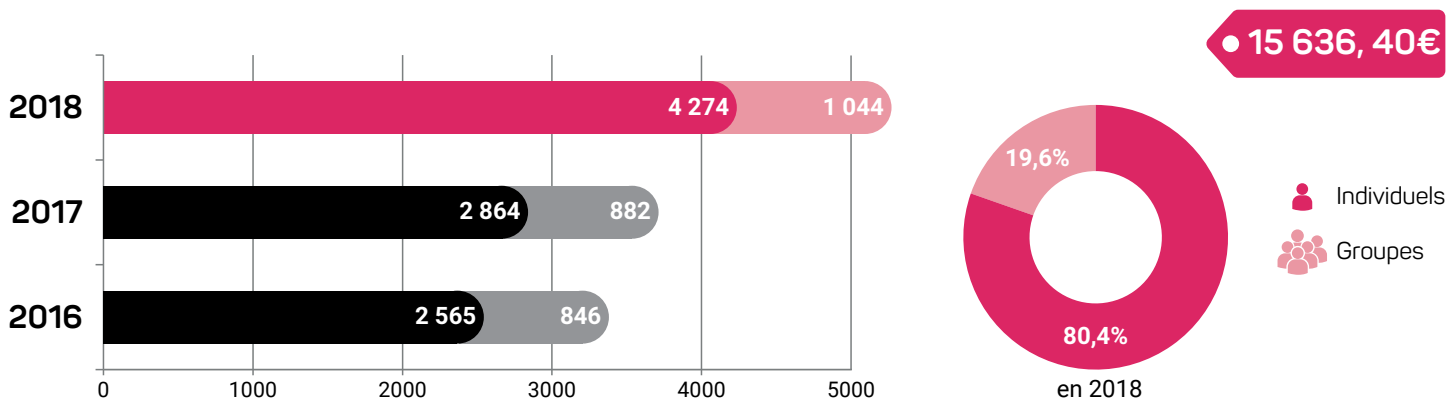
Outre la participation aux Journées européennes du patrimoine, les 15 et 16 septembre 2018, le site de la Maison du Maître de digues a été le support de 2 « Fêtes du four » en juillet et août (645 personnes accueillies contre 560 en 2017).

Enfin, des promenades, à dos d'âne et en calèche pour enfants (135 personnes) et en calèche pour adultes (85 personnes), se sont déroulées sur le site. Ces animations ont connu une hausse de 30,2% de leur fréquentation par rapport à 2017.

## La fréquentation de l'écomusée

Avec 5318 visiteurs de l'écomusée, la fréquentation 2018 est en hausse de + 42 % par rapport à 2017, ce qui en fait la meilleure fréquentation enregistrée depuis l'ouverture du musée. Comme en 2017, les mois de juillet et août ont été les meilleurs enregistrés depuis 2013.

Le volume d'affaire en 2018 est de 15 636,40€ soit une augmentation de 38,8% par rapport à 2017.



4,4% des visiteurs sont étrangers



11,6% des visiteurs choisissent la visite guidée



## LA FRÉQUENTATION DES OUTILS NUMÉRIQUES DE L'ÉCOMUSÉE

Le site Internet [www.mmd-maraispoitevin.fr](http://www.mmd-maraispoitevin.fr) est dédié à l'écomusée. En 2018, il a connu une hausse de sa fréquentation (nombre de visites et nombre de pages vues) qui reste cependant faible. Il convient de préciser que suite à un problème informatique le site internet a cessé de fonctionner à partir de septembre 2018. Un nouveau site sera mis en place en 2019.

Enfin, via l'Open System, 62 e-billets ont été émis contre 28 en 2017 (+121,4%) et 85 en 2016 (-27,1%).



**2 903**  
visites



**6**  
Lettres d'informations



**267**  
Inscrits



**66**  
Publications Facebook



**62**  
E-billets vendus

|                             | 2017   | 2018   |
|-----------------------------|--------|--------|
| Sessions ( <i>visites</i> ) | 2 491  | 2 903  |
| Pages vues                  | 6 096  | 7 059  |
| Pages par session           | 2,45   | 2,43   |
| Durée moyenne des sessions  | 1'55   | 2'06   |
| Taux de rebond              | 50,98% | 51,22% |
| Taux de nouvelles visites   | 80,5%  | 89,9%  |

## L'évaluation du site par ses clients

Sur le site Tripadvisor, 5 avis sur l'écomusée Maison du Maître de Dignes ont été déposés en 2018 (soit 31 avis au cumul à la date du 31/12/2018). La note globale de satisfaction de 4,0/5.

Sur le site google My Business, 52 visiteurs ont laissé leur avis ou leur note. La moyenne obtenue est de 4,3/5.



**31**  
avis



**4,0/5**  
note moyenne



**52**  
avis



**4,3/5**  
note moyenne





*RENCONTRES  
DU PATRIMOINE  
ET DE LA CRÉATION*

## Une manifestation portée par Sud Vendée Littoral depuis 2 ans

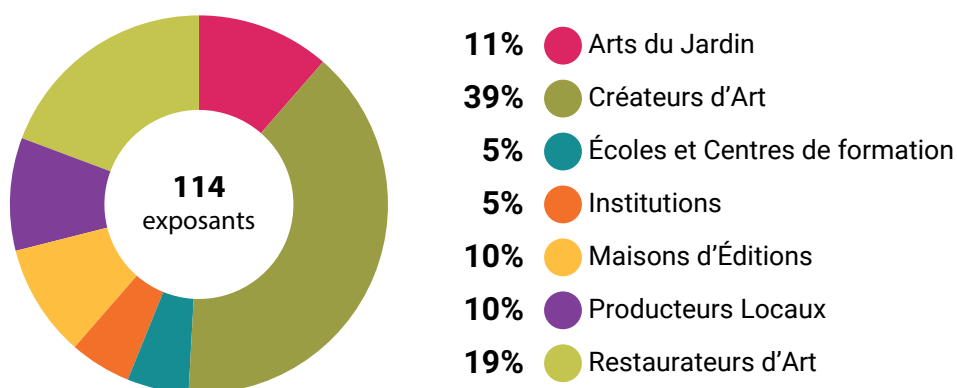
« Les Rencontres du Patrimoine et de la Création » est une manifestation qui a vu le jour en 2011. Portée, dans un premier temps par la Communauté de Communes du Pays Mareuillais, elle est, depuis 2017, organisée par la SPL Sud Vendée Littoral Tourisme. Il s'agit d'un événement qui a pour vocation de faire découvrir aux habitants du territoire et aux autres visiteurs, les métiers de la création et de la restauration du patrimoine. Organisé sur le magnifique site du logis de Chaligny (propriété de Monsieur Alain Durante), c'est également l'occasion de découvrir un Jardin Remarquable et de rencontrer des artistes et artisans locaux (métiers du livre, art du jardin et gastronomie locale étant également présents autour des métiers d'arts).

## Une 8ème édition sous le signe de Clemenceau et la rose

Le personnage de Clemenceau s'imposait en cette année de commémoration. C'est la célèbre photo de Clemenceau à la Rose qui a été retenue pour associer l'illustre homme d'Etat vendéen aux jardins de Chaligny et définir le thème : « Clemenceau : le tigre et la rose ».

Les roses étant si chères au cœur de Clemenceau, il a été décidé de lui en consacrer une, qui s'appellerait « La Rose du Tigre ». Ce rosier a été créé par la Pépinière Mela Rosa. Il s'agit d'un arbuste de 1m de hauteur, très sain, vigoureux et extrêmement florifère. Il a un port évasé élégant, une générosité de fleurs à en couper le souffle, des corolles semi-doubles, durables, résistantes à la pluie et au fort ensoleillement ainsi qu'une très bonne résistance aux maladies. Suite au baptême de la rose du 22 septembre, le rosier « La Rose du Tigre » a été implanté sur différents sites qui ont vu passer Georges Clemenceau : Le Château de l'Aubraie, le musée Clemenceau de Mouilleville-en-Pareds, la maison Clemenceau de Jard-sur-Mer, le cimetière de Mouchamps, le musée Clemenceau de Paris, le monument aux morts de Sainte Hermine.

## Des artisans variés et de qualité



Avec l'aide de la Chambre des Métiers, le comité d'organisation a sélectionné 114 exposants, soit une dizaine d'exposants en plus par rapport à l'année dernière, et dont 29 nouveaux exposants.

## Un public moins nombreux, mais conquis par le site comme par les exposants

Cette année, plus de 2250 personnes ont affronté la pluie pour venir découvrir le site du logis de Chaligny et rencontrer nos artisans d'arts. Ils étaient moins nombreux que les années ensoleillées (environ 3500 personnes en 2017) mais les exposants ont apprécié de pouvoir échanger avec un public « intéressé et consommateur ».



## Des animations pour tous les âges

Tout au long du week-end, nous proposons des animations pour petits et grands : balade à dos de poney shetland ; tour de la propriété en calèche ; manège pour les enfants ; présence de l'association « l'Outil en Main » ; escrime artistique par les Dagues du Cardinal (démonstrations et ateliers pour les enfants le dimanche matin) ; déambulation en costumes et saynètes du Festival de l'Histoire de France ; animation musicale par l'association « Melomania Herminoise » ; école de musique de la Communauté de Communes pendant le déjeuner du dimanche ; exposition et peinture en direct par les peintres amateurs du territoire ; conférences sur Clemenceau, sur les Jardins, sur le métier d'artisan d'art... ; démonstrations des exposants sur leurs stands.



Aphrodite, par Yvan Mercier

Travail d'un peintre amateur

Restauration de sculpture



Restauration de pianos

Déambulation dans les jardins







# COMMUNICATION ET PROMOTION DE LA DESTINATION

## L'Office de Tourisme, acteur principal de la promotion de la destination

La promotion de la destination Sud Vendée Littoral, mission confiée à l'Office de Tourisme intercommunal par convention avec l'intercommunalité, répond à deux objectifs :

- ★ déployer l'identité et l'image de la destination, nouvelle et regroupée sous le vocable de Sud Vendée Littoral, dans tous leurs composants, globalement ou de manière ciblée, afin de séduire des clientèles adeptes et/ou potentielles,
- ★ faire connaître la destination et la rendre accessible au travers de la présentation des offres touristiques (hébergements, loisirs, événements ...) et des services liés.

## Le déploiement d'outils de communication

### LES ÉDITIONS

Sur la base de recommandations émanant des élus de la SPL, en fin d'année 2016, les éditions de l'Office de Tourisme du Sud Vendée Littoral se sont appuyées sur ceux réalisés en 2017.

En 2018, cinq documents ont été réalisés.

#### « LE MAG »



**Objectif :** présenter l'identité de la destination de manière originale, à la manière d'un magazine. La mise en œuvre a été réalisée avec le concours de l'agence de communication L'Ours en plus.

**Partenaires - nombre d'annonceurs :** sans

**Diffusion :** par voie postale, dans les bureaux de l'Office de tourisme et sur des opérations « hors les murs », sur le site internet en lecture et en téléchargement, par les hébergeurs et sites de loisirs et activités, et sur certaines opérations organisées avec des acteurs « supra » destination.



**15 000**  
brochures  
éditées



**1**  
langue  
d'édition



#### « MAGAZIN(E) »



**Objectif :** présenter les atouts de la destination pour séduire les marchés anglophones, germanophones et néerlandophones. La mise en œuvre a été réalisée avec le concours de l'agence de communication L'Ours en plus.

**Partenaires - nombre d'annonceurs :** sans

**Diffusion :** par voie postale, dans les bureaux de l'Office de tourisme et sur des opérations « hors les murs », sur le site internet en lecture et en téléchargement, par les hébergeurs et sites de loisirs et activités, et sur certaines opérations organisées avec des acteurs « supra » destination.



**5 000**  
brochures  
éditées



**3**  
langues  
d'édition





## « LE GUIDE »



**Objectif :** compléter « Le Mag » en apportant des informations pratiques aux publics accueillis sur place : accès, services de l'Office de Tourisme, plages, pêche, nautisme, nature, patrimoine, loisirs, gastronomie, artisanat d'art, numéros utiles lors du séjour. La mise en œuvre a été réalisée avec le concours de l'agence L'Ours en plus.

**Partenaires - nombre d'annonceurs :** 19

**Diffusion :** par voie postale, dans les bureaux de l'Office de tourisme et sur des opérations « hors les murs », sur le site internet en lecture et en téléchargement, par les hébergeurs et sites de loisirs et activités, et sur certaines opérations organisées avec des acteurs « supra » destination.



**10 000**  
brochures  
éditées



**3**  
langues  
d'édition



## « LE GUIDE DES HÉBERGEMENTS »



**Objectif :** présenter les différentes offres partenaires d'hébergements de la destination. La mise en œuvre a été réalisée avec le concours de l'agence L'Ours en plus

**Partenaires - nombre d'annonceurs :** 129

**Diffusion :** par voie postale, dans les bureaux de l'Office de tourisme et sur des opérations « hors les murs », sur le site internet en lecture et en téléchargement, et sur certaines opérations organisées avec des acteurs « supra » destination.



**5 000**  
brochures  
éditées



**3**  
langues  
d'édition



## « LES MARÉES »



**Objectif :** présenter les horaires de marées de la destination. Un contenu complémentaire apporte des recommandations sur les conditions de pêche en bord de mer.

**Partenaires - nombre d'annonceurs :** 2

**Diffusion :** par voie postale, dans les bureaux de l'Office de tourisme et sur des opérations « hors les murs », sur le site internet en lecture et en téléchargement, et sur certaines opérations organisées avec des acteurs « supra » destination.



**18 000**  
brochures  
éditées



**2**  
langues  
d'édition





## LES OUTILS NUMÉRIQUES

### UN NOUVEAU SITE WEB

En 2017, l'Office de Tourisme engageait une réflexion sur la communication digitale de la Destination en s'appuyant sur les recommandations du cabinet Les Agitateurs Numériques de Territoire, dans le cadre d'un travail d'assistance au maître d'ouvrage.

L'Office de Tourisme a donc engagé la création d'un dispositif accompagnant l'utilisateur dans l'ensemble de son parcours avec :

- ✦ un site internet de Destination pour les personnes souhaitant préparer ses vacances. Le but est de mettre en avant les atouts du territoire par le biais de belles photos de qualité, de vidéos attrayantes et de textes au contenu enrichi, ainsi qu'un espace de réservation d'hébergements et d'activités de loisirs adhérents à la solution de vente en ligne Open System. En parallèle à la partie des « **Incontournables** », nous avons choisi de laisser une grande place au partage d'expérience des techniciens de l'Office de Tourisme, qui racontent une expérience sous forme d'« **Inspirations** », qu'ils ont vécus. Les techniciens de l'Office, experts et ambassadeurs du territoire, partagent leurs bons plans et coups de cœur. Enfin, ce site de Destination est complété d'une partie « **Pratique** », où l'on trouve les rubriques à voir, à faire, hébergements, restauration, agenda, etc.

- ✦ un site internet dit de séjour « **J'y suis déjà** » lorsque vous êtes sur place, pour savoir ce qu'il y a à faire autour de vous, avec une certaine instantanéité (cela est possible uniquement si les fiches de la base de données e-SPRIT sont mises à jour avec les horaires d'ouverture, la durée des visites, les tarifs...). Ce système vous géolocalise, ou vous positionne par défaut à Luçon, point central de la destination.

- ✦ Vous pouvez également trouver sur le site : la météo des communes où il y a un bureau d'accueil, les horaires de marées, nos brochures, notre espace billetterie, la possibilité de laisser votre avis, des webcams (à venir) et un espace pro.

Par ailleurs, le site est entièrement alimenté, dans sa partie pratique, par la base de données régional e-SPRIT (solution Tourinsoft de la société Faire Savoir – voir le chapitre dédié à la gestion de l'information touristique).

En 2019, le site sera adapté aux clientèles britanniques, allemandes et néerlandaises avec des arborescences revues et adaptées aux attentes et habitudes de consommation de celle-ci. Il sera aussi agrémenté de vidéos produites par Phonic Lips.



### UNE APPLICATION ORIENTÉE VERS LE TOURISME ORNITHOLOGIQUE

En 2016 a été créée une application offrant une expérience de réalité augmentée et l'accès au site Internet généraliste de la destination et à celui de la Réserve naturelle nationale « Michel Brosselin ».

Elle est restée disponible sur Apple Store et Google Play.



## CRÉATION D'UNE COLLECTION DE VIDÉOS PROMOTIONNELLES

Une collection de clips vidéo a été réalisée en 2018, à des fins de communication et de promotion de la destination.

Une trentaine de vidéos thématiques courtes, ainsi que 4 vidéos généralistes plus longues ont été créées en partenariat avec de nombreux prestataires de la destination. Dès le départ, le projet vise à produire de belles images pour mettre en lumière les paysages variés et la richesse de l'offre proposée par la destination Sud Vendée Littoral à travers plusieurs films esthétiques et modernes.

Aujourd'hui, la communication passe de plus en plus par la vidéo, outil pertinent pour transmettre un message et séduire un public. L'agence de communication Phonic Lips a accompagné l'Office de Tourisme dans la conception de ces outils de promotion en proposant des créations uniques et atypiques.

Les tournages se sont effectués de juin à septembre 2018, avec la présence d'experts locaux et figurants bénévoles. Il aura fallu plus de 72h de tournage et quelques journées de montage pour le résultat final.

Ces vidéos ont pour vocation d'être diffusé sur et depuis le compte YouTube de l'Office de Tourisme, sur et depuis Facebook, sur Instagram et sur le site internet de la destination.

Aussi une convention de mise à disposition et une convention générale d'utilisation ont été rédigées pour d'éventuelles partages auprès de collectivités locales, administrations ou professionnels du tourisme.



Pour en savoir plus

- Rendez-vous sur la **chaîne YouTube**

34 vidéos

23'26" durée totale

DECEMBRE 25

## LA PRÉSENCE ACTIVE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

L'Office de Tourisme Sud Vendée Littoral est présent sur 3 réseaux sociaux : Facebook, Instagram et Youtube. Ces outils sont utilisés à des fins de communication et de promotion de la destination, de ses offres et de son actualité ; mais aussi afin de créer et fidéliser une communauté qui apprécie et promeut la destination.

L'objectif de 2018 a donc été d'accroître tant le nombre de fans que d'interactions de leur part, pour ainsi constituer une communauté active qui relaie nos messages afin d'attirer de nouveaux prospects.

D'autres objectifs, pour Facebook en particulier, sont de proposer à nos partenaires un nouveau type de promotion, ou encore d'amener du trafic sur notre site internet.

Pour Instagram, les objectifs sont d'inciter les utilisateurs à publier leur propre photo/vidéo de la destination avec un hashtag défini (#sudvendeelittoral) et ainsi pouvoir valoriser ce contenu, d'attirer de nouveaux prospects plus jeunes, et enfin de trouver des ambassadeurs de la destination.

Enfin, pour YouTube, l'objectif est d'accroître la notoriété de la destination et réaliser un panorama des activités et paysages que l'on peut découvrir en Sud Vendée Littoral grâce aux vidéos produites par Phonic Lips notamment.



## @SudVendeeLittoralTourisme

Page Facebook de la destination

|               |                                         |
|---------------|-----------------------------------------|
| <b>192</b>    | Publications                            |
| <b>4834</b>   | Fans <i>au 31/12/2018</i>               |
| <b>592</b>    | Nouveaux fans <i>+14%</i>               |
| <b>6,7%</b>   | Taux d'engagement moyen par publication |
| <b>32 823</b> | Vues sur les publications               |
| <b>2 735</b>  | Vues/publication en moyenne             |
| <b>9 436</b>  | Vues sur les 5 vidéos publiées          |



**BON À SAVOIR :** On peut dire qu'un taux d'engagement compris entre 7 et 10 % est excellent ; un taux compris entre 3 et 6 % est bon ; À noter également, plus une page possède un nombre de fans élevé, plus le taux d'engagement a tendance à diminuer.



## @SudVendeeLittoralTourisme

Compte Instagram de la destination

|              |                                                    |
|--------------|----------------------------------------------------|
| <b>64</b>    | Publications                                       |
| <b>849</b>   | Fans <i>au 31/12/2018</i>                          |
| <b>567</b>   | Nouveaux fans <i>+201%</i>                         |
| <b>21%</b>   | Taux d'engagement moyen par publication            |
| <b>325</b>   | Vues/publication en moyenne                        |
| <b>4 403</b> | Likes sur l'ensemble des publications <i>+313%</i> |



**BON À SAVOIR :** Le compte de la destination suit également le « mot-dièse » (ou « hashtag ») #sudvendeelittoral, ce qui lui permet de partager et de réagir aux publications des autres utilisateurs qui publient des photos avec ce hashtag. 637 photos ont été publiées avec le mot-dièse #sudvendeelittoral en 2018 (+227,5 %).



## Sud Vendée Littoral Tourisme

Chaîne YouTube de la destination

|           |                                                  |
|-----------|--------------------------------------------------|
| <b>1</b>  | Vidéo publiée <i>au 31/12/2018</i>               |
| <b>19</b> | Fans <i>au 31/12/2018</i>                        |
| <b>60</b> | Vues <i>du 24/12 au 31/12/2018</i>               |
| <b>30</b> | Minutes visionnées <i>du 24/12 au 31/12/2018</i> |



**BON À SAVOIR :** À partir de décembre 2018, une redynamisation de la chaîne Youtube est permise suite à la production de 30 vidéos promotionnelles, par Phonic Lips, pour le compte de la SPL Sud Vendée Littoral Tourisme.



## L'implant de webcams

Afin de promouvoir le territoire et de stimuler la fréquentation à venir du site Internet de la destination, la SPL Sud Vendée Littoral Tourisme se dote de webcams touristiques avec le concours de la société « ViewSurf ».

En décembre 2018, 2 équipements ont été installés, sur la commune de la Faute-sur-mer, sur la plage des Belugas (thématique : plage et loisirs nautiques) et la Rade d'Amour (thématique : espace naturel maritime).

Les images issues des webcams, sont consultables sur le [site de l'Office de Tourisme](#) et sur celui de [ViewSurf](#).



## La participation à des outils de communication édités par des partenaires

En complément de ses propres outils, l'Office de tourisme participe à la construction d'outils de communication développés par des tiers, partenaires de la destination et utiles à cette dernière, dans les domaines de l'accueil, de l'information et de la promotion.

### LES ÉDITIONS DE SUD VENDÉE TOURISME

L'Office de Tourisme fournit des informations préalables à la production de divers guides et cartes, produits par Sud Vendée Tourisme (SVT). Ces documents sont parfois imprimés pour être diffusés aux guichets de l'OTI ou sont accessibles en téléchargement sur les sites Internet appropriés :

- ✦ Animations pendant les Vacances d'hiver
- ✦ Carte Touristique
- ✦ Aires de Camping-Cars 2018
- ✦ Animations pendant les Vacances de printemps
- ✦ Magazine « Tellement Uniques »
- ✦ Animations pendant les Vacances d'été
- ✦ Animations pendant le Tour de France
- ✦ Animations pendant la Fête nationale
- ✦ Animations pendant la Fête de la musique
- ✦ Programme des Journées Européennes du Patrimoine
- ✦ Animations pendant les Vacances d'automne
- ✦ Animations pendant les Vacances de Noël

### LA CARTE TOURISTIQUE DU PNR DU MARAIS POITEVIN

L'Office de Tourisme a participé à la construction de l'édition 2018 de la carte touristique du Parc Naturel Régional du Marais poitevin, éditée par le Syndicat mixte. Le document est mis à disposition des Offices de tourisme et sites touristiques de ce territoire.

## La participation à des actions de promotion de la destination

La promotion de la destination est une action, toujours, menée en partenariat avec des acteurs « supra - destination » afin de mutualiser des moyens et de positionner la destination Sud Vendée Littoral le plus intelligemment possible au sein d'espaces de coopération :

- ✦ avec des Offices tourisme voisins et « Sud Vendée Tourisme » pour agir sur le plan « régional »,
- ✦ avec « Vendée Tourisme » pour agir sur le plan national,
- ✦ avec « Vendée Tourisme » et « L'Agence régionale du tourisme en Pays de la Loire » pour agir sur des marchés européens proches.

### SUR DES MARCHÉS DE PROXIMITÉ ET RÉGIONAUX

En lien avec le pôle touristique « sud Vendée tourisme », trois actions ont été programmées en 2018 pour promouvoir notre destination sur des marchés régionaux ou de proximité :

- ✦ à Nantes, du 26 au 28 janvier, au Salon du tourisme (250 contacts avec des personnes intéressées par le sud Vendée et sa partie littorale en particulier),
- ✦ à Limoges, les 31/01 et 01/02, au Salon des vacances organisé par le Centre commercial Leclerc (220 contacts avec des personnes intéressées par le sud Vendée et sa partie littorale en particulier),
- ✦ à Maillezais, le 23/07, sur le site départemental de l'Abbaye (50 contacts avec des personnes intéressées par la partie littorale essentiellement).



Salon de Limoges ▲

Salon de Nantes ▼

Abbaye de Maillezais ►



## SUR LE MARCHÉ NATIONAL

### CAMPAGNE NATIONALE DE PROMOTION DE LA VENDÉE, CENTRÉE SUR PARIS ET L'ÎLE DE FRANCE

Comme en 2017, sous l'égide de l'agence départementale « Vendée Tourisme », la destination participe à une campagne de promotion touristique coordonnée avec 10 autres offices de tourisme et acteurs touristiques vendéens, sur la thématique « Les vacances, en Vendée, avec un grand V », étalée du 4 avril au 9 juillet 2018.

Avec 8 autres acteurs territoriaux (dont La Tranche-sur-mer et Sud Vendée Tourisme) et aux côtés des fédérations départementales de l'Hôtellerie de plein air et des Gîtes de France, l'Office de Tourisme du Sud Vendée Littoral, a participé à cette action qui s'est articulée autour des cinq actions suivantes :

- ✦ une campagne d'affichage à Paris dans le métro, du 4 au 10 avril 2018, dans 120 stations parisiennes pour toucher une audience de 5 millions de personnes (soit 120 panneaux de 12 m² sur les quais, dans des stations prestigieuses comme Les Invalides, Trocadéro, La Motte-Picquet Grenelle ou encore Les Champs-Élysées Clémenceau),
- ✦ une campagne digitale sur un site Internet de voyages à forte audience et une campagne sur le réseau social YouTube ;
- ✦ la mise en place de contenus dédiés, pour chaque destination, sur [vendee-tourisme.com](http://vendee-tourisme.com), avec un **jeu-concours La Vendée à vélo** pour gagner un vélo à assistance électrique avec Arcade Cycles ;
- ✦ un relais dans les médias, avec un dossier de presse, des accueils presse individuels et un voyage collectif de blogueurs ;
- ✦ et enfin la réalisation et la diffusion d'un reportage vidéo **Sur les traces du Tour** par Bruno Maltor, un blogueur-vlogueur (blogueur vidéos) de voyage parmi les plus influents en France.



### LA LISIBILITÉ DE LA DESTINATION DANS LE MAGAZINE PROMOTIONNEL DÉPARTEMENTAL

Egalement sous l'égide de Vendée Tourisme, l'Office de tourisme du Sud Vendée Littoral achète de l'espace pour offrir de la lisibilité de la destination dans le « Magazine de la Vendée ». Ainsi et aux côtés de son homologue de La Tranche-sur-Mer, Sud Vendée Littoral Tourisme a souscrit à l'achat de pages dédiées à :

- ✦ la glisse au fil de l'eau, dont la pratique du char à voile et le kite surf (Kite Surf Vendée),
- ✦ les balades à vélo, en particulier celles organisées par Original Vélo Tour,
- ✦ l'écomusée de la Maison du Maître de Dignes et ses Fêtes du four,



- ✦ l'oenotourisme (Domaine Mourat),
- ✦ et en cette année de commémoration de la fin de la « Grande Guerre », le parcours « La Vendée de Clémenceau ».

Cette édition, diffusée par Vendée Tourisme lors d'opérations promotionnelles de la destination « Vendée », est réalisée par l'agence « L'Ours en plus ». Outre une diffusion en Vendée, cet outil de communication est surtout utilisé dans des actions promotionnelles, départementales, sur le marché francilien et dans des agglomérations du Grand Ouest : diffusion dans des salles d'attente de cabinets de professions libérales et coiffeurs (3000 magazines), en dépôt dans 200 grandes entreprises de l'Ile de France (11000 magazines), distribués dans le cadre d'opérations de « street marketing » et dans des gares à Paris (12000 magazines), Tours, Limoges et Bordeaux (4000 magazines).

## SUR LES MARCHÉS BRITANNIQUE ET ALÉMANIQUE

### LA DÉMARCHE « ATLANTIKKÜSTE »

Rappelons qu'en 2015, les Régions Pays de la Loire et Nouvelle-Aquitaine, les Départements de Loire-Atlantique, Vendée, Charente-Maritime, Gironde, Landes et Pyrénées-Atlantiques, avec des Fédérations départementales des hébergements (HPA et Gîtes de France) et de nombreux offices de tourisme, décidèrent de mutualiser leurs forces pour travailler à la reconquête de la clientèle allemande sur la « Côte Atlantique » ; démarche intitulée « Atlantikküste ». Cette action a reçu le soutien d'Atout France.



Ainsi, comme en 2017 et en application de son plan marketing promotionnel voté en octobre 2016, la SPL « Sud Vendée Littoral Tourisme » s'est inscrite dans cette démarche collective en 2018 et a apporté sa contribution financière.

Le programme promotionnel 2018, ciblé en direction des familles avec de jeunes enfants, se traduit par :

- ✦ une présence au salon ITB à Berlin en mars 2018,
- ✦ une campagne sur les réseaux sociaux,
- ✦ un publi-reportage diffusé dans des médias écrits allemands,
- ✦ un site Internet dédié [www.atlantikkueste-frankreich.de](http://www.atlantikkueste-frankreich.de) mettant en scène les différents territoires partenaires.

Néanmoins et en raison de résultats jugés insatisfaisants sur le plan de la lisibilité du Sud Vendée Littoral au sein de cette action, celle-ci ne sera pas poursuivie en 2019.

### LA DÉMARCHE « WELCOME ! C'EST BEAU ICI ! »

Depuis 2017, l'Office de tourisme intercommunal a rejoint le collectif promotionnel porté par les régions et les départements de Normandie, de Bretagne et des Pays de la Loire, articulée autour de la démarche qui offre de la lisibilité à la destination Sud Vendée Littoral sur le marché britannique.



Cette démarche, qui présente également un volet de qualification (voir le chapitre ad-hoc), est intitulée « Welcome ! C'est Beau Ici ! »

Sur le plan promotionnel, la participation de l'Office de tourisme à la démarche permet à toutes les offres labellisées, de la destination Sud Vendée Littoral, d'être relayées sur les outils de communication à des fins d'accueil et de promotion du département de la Vendée :

Pour en savoir plus

- ✦ Site Internet dédié : [www.vendee-tourism.co.uk](http://www.vendee-tourism.co.uk)
- ✦ Brochure référençant les offres : [Welcome to Vendée](#)

## LES RELATIONS PRESSE

En 2018, et sous l'égide de Vendée Expansion, l'Office de Tourisme intercommunal a participé à la fourniture d'informations préalables et à quelques accueils de journalistes.

## LES ACCUEILS PRESSE

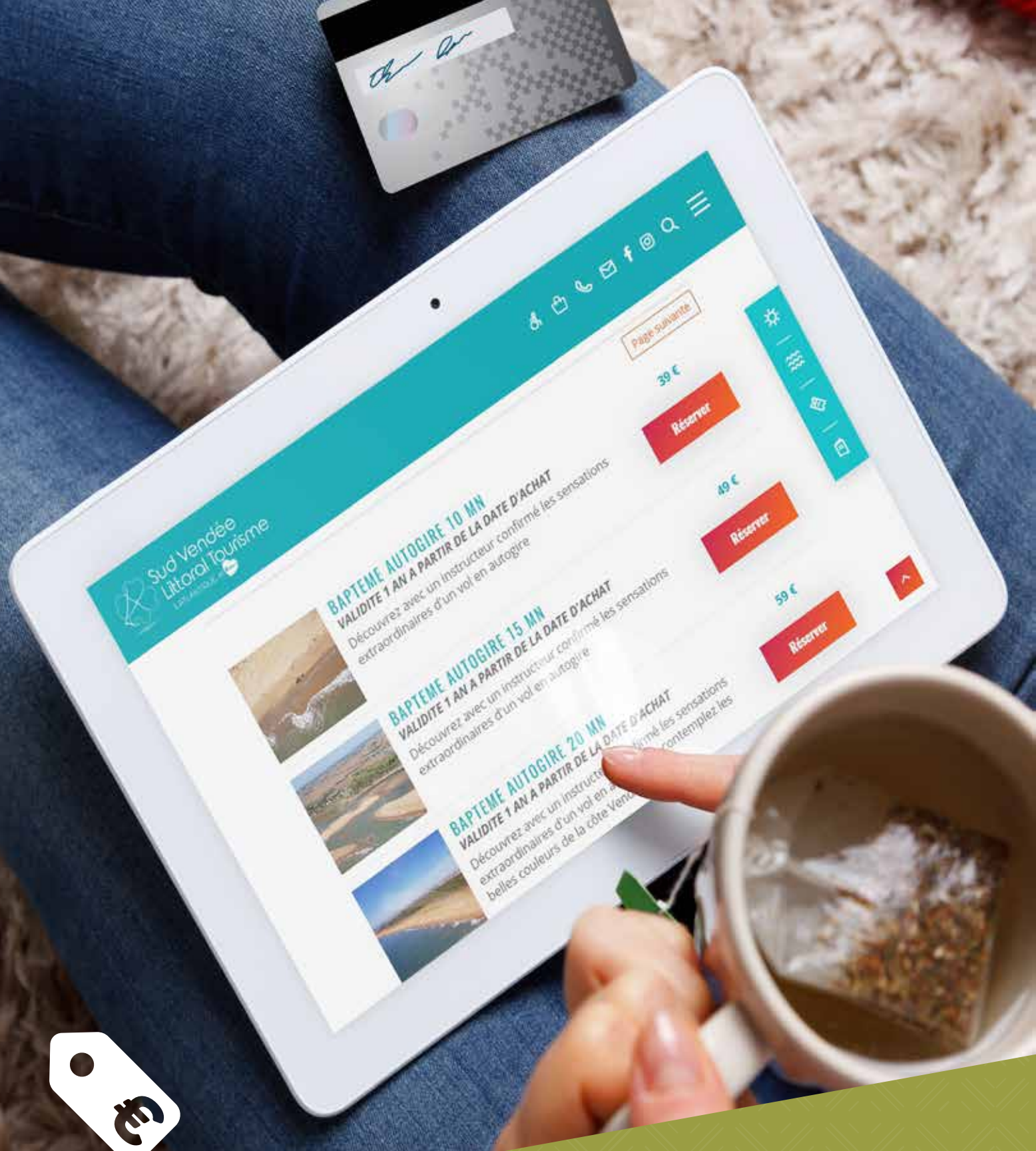
En 2018, et sous l'égide de Vendée Tourisme, l'Office de tourisme intercommunal a participé à la fourniture d'informations préalables et à quelques accueils de journalistes dans les cadres suivants :

- ✦ en juin : accueil de David BEDART, en juin, pour le magazine « L'Express » (décrochage régional).
- ✦ en juillet : accueil de l'ancienne championne de nage en eau libre, néerlandaise, Suzanne BRUMMEL pour l'alimentation de son blogue en tant qu'influenceuse sur Instagram,
- ✦ en septembre : accueil de Véronique LOPEZ pour le site Internet « Femininbio » et le magazine « Trends »,
- ✦ en septembre : accueil d'Alexandra FOISSAC pour « Madame Figaro ».

## LES RETOMBÉES PRESSE OBSERVÉES PAR L'OFFICE DE TOURISME

En 2018, l'Office de tourisme intercommunal a observé les retombées « presse » suivantes :

- ✦ 22/06 – Cyclo-tourisme-mag.com – retombées estimées : 4 000 lecteurs potentiels – thème : Les trésors cachés de la Vendée vélo en Sud Vendée.
- ✦ 28/06 – Géo Magazine - Hors-Série « Le Tour de France » - retombées estimées : 4.287.000 lecteurs potentiels – thème : Le Tour de France étape par étape, les trésors et pépites de notre patrimoine.
- ✦ 30/06 – Welt am Sonntag (DE) – retombées estimées : 175 192 lecteurs potentiels – thème : Tour de France.
- ✦ 01/07 – The Guardian (GB) – retombées estimées : 41.600.000 lecteurs potentiels – thème : Vélodyssée + visite de la MMD
- ✦ 02/07 – Resofrance.eu – retombées estimées : 1 000 lecteurs potentiels – thème : Tour de France 2018 : 2 étapes 100% vendéennes
- ✦ 04/07 - L'Express - supplément régional (F) - retombées estimées : 2.001.000 lecteurs potentiels - thème(s) : les bons plans des initiés, les adresses les plus prisées (: gastronomie, roulottes, métiers d'art).
- ✦ 04/07 – Guide été Ouest France – retombées estimées : 210 000 lecteurs potentiels – thème : vélo.
- ✦ 07/07 – Kreiszeitung Syke (DE) - retombées estimées : 71 183 lecteurs potentiels – thème : côte Atlantique.
- ✦ 07/07 – Westfälischer Anzeiger (DE) - retombées estimées : 120 000 lecteurs potentiels – thème : côte Atlantique.
- ✦ 11/07 – Suzanne Brummel (NL) – retombées estimées : 48 200 lecteurs potentiels – thème : « 5 activités sportives » dont Atlantic Wake Park
- ✦ 01/08 - L'Express - supplément régional (F) - retombées estimées : 2.001.000 lecteurs potentiels – thèmes : « Entre passé et présent » : la Maison du Maître de Dignes ; « Trois jardins remarquables » : logis de Chaligny et jardin Dumaine ; « Au vert avec William Christie » ; « Réserve naturelle » : baie de l'Aiguillon.
- ✦ 28/08 – Terre de Vins – retombées estimées : 40 000 lecteurs potentiels – Itinéraires de l'été : de la Vendée au saumurois
- ✦ 05/10 – 9skyline.com – thème : Vignobles Mourat



COMMERCIALISATION  
DES OFFRES  
DE LA DESTINATION



# Opérateur de voyages et de séjour au service de la destination

En application du Code du tourisme, la SPL Sud Vendée Littoral Tourisme peut produire, mettre en marché et commercialiser des séjours et des prestations de tourisme. Cette activité de nature « industrielle et commerciale » est soumise à des règles spécifiques ;

- ✦ elle se fait en lien avec le territoire de compétence de l'Office de Tourisme,
- ✦ elle doit respecter des règles de libre concurrence et tenir compte de l'éventuelle existence d'opérateurs privés sur le territoire,
- ✦ elle doit respecter le droit des consommateurs,
- ✦ et enfin, elle doit être assurée sous le régime juridique défini par le Code du tourisme.

Aussi et afin d'assurer pleinement son activité de billetterie, l'Office de Tourisme est titulaire, depuis le 24 mai 2016, d'une immatriculation au registre des opérateurs de voyages et de séjours auprès d'Atout France, sous le N° 085 16 0004.

## L'activité au titre de la billetterie

### LES OFFRES COMMERCIALISÉES AU TITRE DE BILLETTERIE

En 2018, l'Office de tourisme intercommunal a participé à la distribution de 46 offres, qui peuvent être regroupées en 5 familles :

- ✦ les offres de loisirs touristiques que constituent les parcs d'attractions, les zoos, les aquariums,
- ✦ les croisières en mer permettant d'accéder aux îles,
- ✦ les offres touristiques locales que constituent les visites guidées, l'accès à des sites et offres de découverte du territoire,
- ✦ les concerts, spectacles et animations diverses qui se produisent sur le territoire de destination,
- ✦ et enfin les solutions de transport qui permettent la mobilité au sein du territoire et l'accès au Puy du Fou..

### LISTE DES OFFRES DISTRIBUÉES EN 2018



#### Parcs d'attractions, Zoos, Aquariums

- └ Indian Forest - O'Gliss Park - Puy du Fou - Natur'Zoo - Zoo des Sables - Aquarium La Rochelle - Aquarium de Vendée



#### Croisières vers l'Île d'Yeu et les îles charentaises

- └ Compagnie Vendéenne - Yeu Continent - Croisières Inter-Îles



#### Offres touristiques locales

- └ Pêche : A3PB - Cap Pêche et Nature - Cartes de pêche
- └ Visites guidées et culturelles : Association À Luçon - ADACT - Original Vélo Tour - LPO Vendée
- └ Balades en calèche : Cavalerie de la Sablière
- └ Location de cycles : Loc&Go



#### Concerts, Spectacles et animations locales

- └ Saison culturelle de la Communauté de Communes Sud Vendée Littoral - Randonnées gourmandes - Repas festifs - Concerts et spectacles associatifs - ...

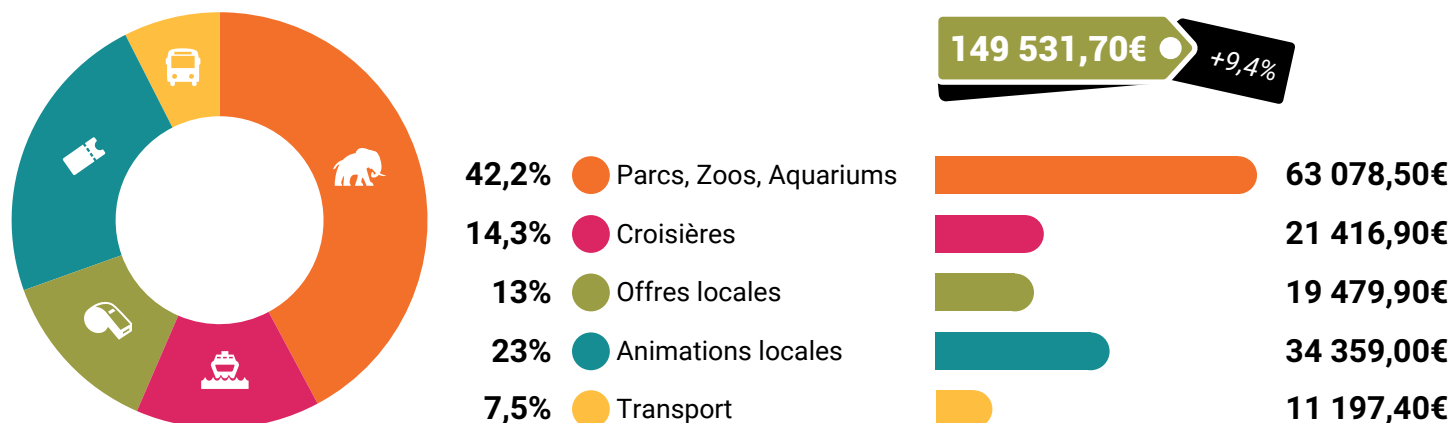


#### Services de transport

- └ Sovetours - Parenthèse Océan

## LE VOLUME D'AFFAIRES DE L'ACTIVITÉ DE BILLETTERIE

Les Conseillers en séjours, présents dans les 7 bureaux d'information touristique, organisés et équipés pour assurer la distribution et la vente des offres qui relèvent de la billetterie, ont réalisé en 2018, un volume d'affaires de 149 531,70 € TTC. A périmètre égal par rapport à 2017, cette activité est en hausse de + 9,4%.

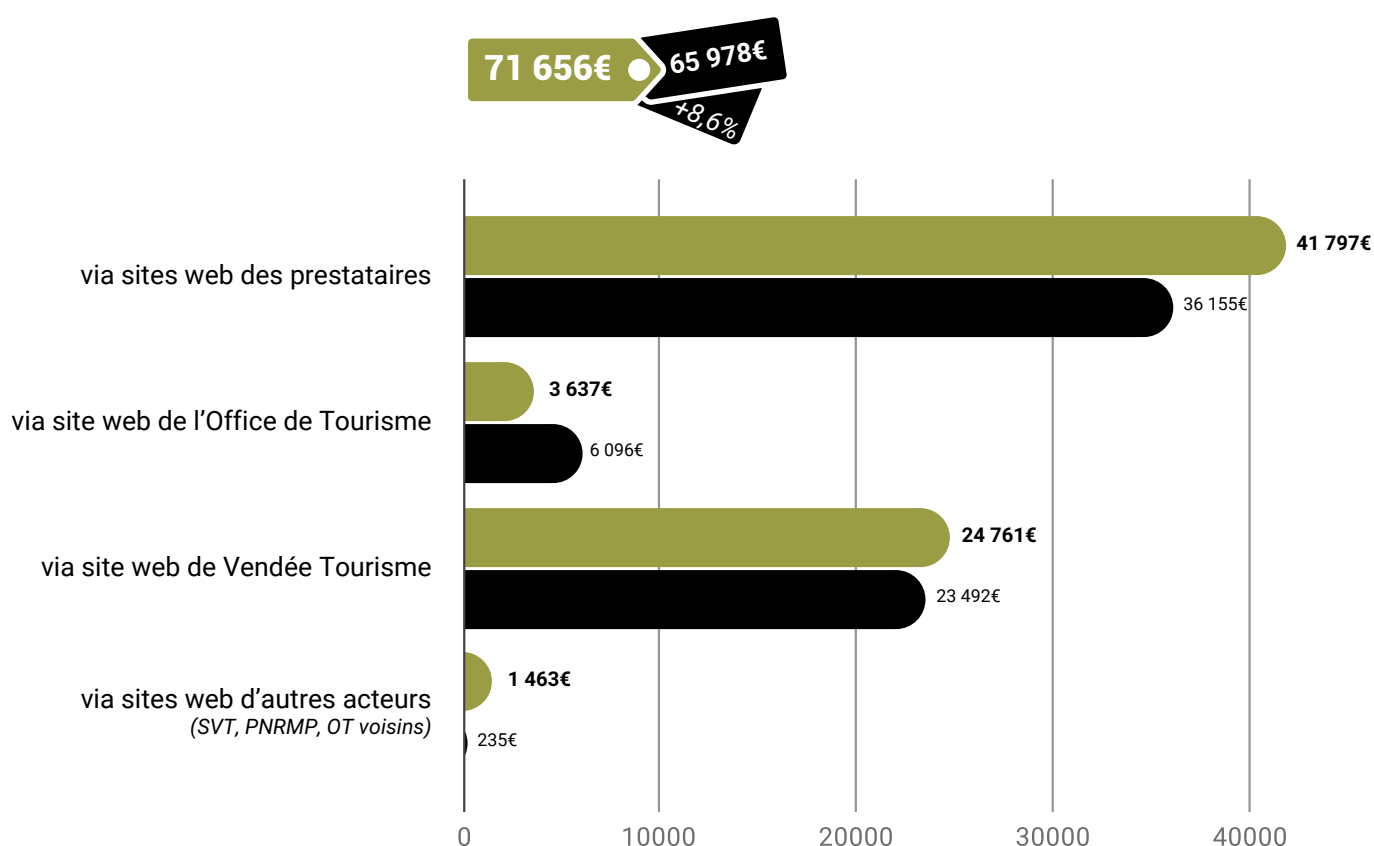


## Le volume d'affaires généré par les offres du territoire utilisant la solution « Open System »

Au cours de l'année 2018, tous vecteurs confondus, 436 actes de réservations ont été enregistrés à partir de la solution « Open System » sur le territoire du Sud Vendée Littoral, soit + 30,5 % par rapport à 2017.

Le volume d'affaires généré a été de 71 656 €, soit une hausse de + 8,6 de % par rapport à 2017.

De même, les ventes réalisées à partir des sites Internet des acteurs concernés et de celui de Vendée Tourisme sont en augmentation (respectivement de + 15,6 % et + 5,4 %).





*ANIMATION,  
DÉVELOPPEMENT ET  
QUALIFICATION DES OFFRES  
ET DE LA DESTINATION*



Outre des relations qui relèvent de la communication et de la collaboration avec les acteurs locaux, l'Office de tourisme du Sud Vendée Littoral, est un acteur qui participe à l'animation des acteurs locaux de la destination, en particulier dans 3 directions (animation numérique du territoire, déploiement de l'Open System et la qualification des offres). En marge de son action traditionnelle, l'Office de tourisme est à l'écoute des éventuels porteurs de projets qu'il renvoie sur le service « économie » de la Communauté de communes du Sud Vendée Littoral et sur les services concernés (cf. Service tourisme du Conseil régional des Pays de la Loire, Chambres consulaires, gestionnaires de classement et labellisations).

## L'animation numérique du territoire avec « Sud Vendée Tourisme » et « Vendée Expansion »

Sur le plan de l'animation numérique du territoire notre Office de Tourisme relaye et co-anime les ateliers thématiques proposés par Sud Vendée Tourisme (SVT), voire Vendée Expansion, auprès des prestataires locaux.

En 2018, 14 ateliers ont été organisés par SVT (sur 25 dates) dont 7 sur notre territoire. Les thématiques étaient les suivantes : Penser et organiser mon site web ; Pour aller plus loin avec Facebook ; Utiliser Instagram sur mon smartphone ; Faire mes ventes en ligne ; La clientèle anglaise ; Améliorer ma visibilité sur le web ; Utiliser le SIT pour être visible de mes clients et de mes partenaires ; Dynamiser son hébergement - conseils archi et astuces déco ; Apprendre à faire des photos efficaces ; Définir une stratégie Facebook ; La réglementation des hébergements touristiques ; Sensibilisation à la publicité sur Facebook ; Tea Times : améliorer l'accueil de nos chers voisins britanniques.



**14**  
ateliers



**25**  
dates proposées



**83**  
participants du territoire



**6**  
ateliers animés par SVLT



**7**  
dates sur notre territoire

En 2018, ce sont 83 personnes de la destination Sud Vendée Littoral qui ont été accueillies au sein de ce programme.

De même, Karine GIRAUDET a animé ou co-animé 6 ateliers et a assuré 9 accompagnements personnalisés auprès d'hébergeurs, restaurateurs, gestionnaires de site de visites, et des responsables d'associations.

Enfin, avec Vendée Expansion, une formation a été dispensée pour toute l'équipe Sud Vendée Littoral sur le sujet de la mise à jour de base de données Tourinsoft (module dit GRC).

## Le déploiement de la solution de mise en marché « Open System »

### L'ACTION DE L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de Tourisme du Sud Vendée Littoral participe au déploiement de la solution soutenue par Vendée Expansion (cf. Comité départemental du tourisme de la Vendée) visant à permettre aux acteurs touristiques départementaux de faire de la vente et du paiement en ligne. Cette solution, « quasi gratuite » pour les acteurs locaux, se désigne sous l'intitulé « Open System ».



**BON À SAVOIR :** L'Open System est une solution, proposée par la société Alliance Réseaux, laquelle agit comme une place de marché de e-tourisme basée sur l'intégration de plannings de réservations issues d'un nombre important de solutions de réservation, elles-mêmes choisies par les acteurs professionnels dans des domaines très variés (*hébergement, restauration, loisirs, services, boutiques*).

Le déploiement de la solution départementale, par l'Office de Tourisme intercommunal du Sud Vendée Littoral, répond à un objectif stratégique qui est d'inciter les acteurs locaux à s'engager dans le registre du « e-commerce » (ou commerce électronique), démarche aujourd'hui indispensable pour gagner en visibilité et pour faciliter l'acte d'achat par des clientèles intéressées par la destination et ses offres.

A cette fin, l'Office de Tourisme facilite la lisibilité des offres touristiques locales, qui ont recours à l'Open System, en relayant l'accès à ces offres dans les outils de communication de la destination touristique Sud Vendée Littoral (brochures et site Internet).

En 2018, l'Office de Tourisme intercommunal a sollicité :

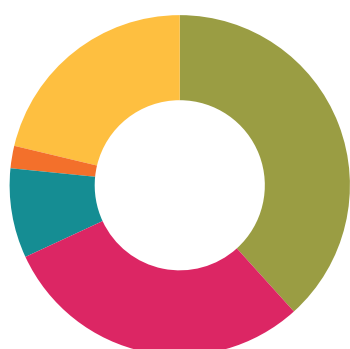
- ★ tous les hébergeurs à recourir à la solution départementale « Open System » qui ne l'utilise pas encore (2 sessions de prosélytisme : une généraliste en janvier et une en novembre portant sur la solution Eviivo),
- ★ 2 gestionnaires d'activités de découverte patrimoniale (ADACT à Saint-Michel-en-l'Herm et La Chevallerie à Sainte-Gemme-la-plaine).

### LES ACTEURS AYANT ADOPTÉ LA SOLUTION OPEN SYSTEM EN 2018

Une seule nouvelle offre, dans le domaine des loisirs a recouru à la solution « Open System » en 2018. Cela concerne la SASU « Aildor » pour son activité de vols en hydravion.

### L'OFFRE UTILISANT LA SOLUTION OPEN SYSTEM AU 31/12/2018

A la date du 31/12/2018, 47 offres du territoire du Sud Vendée Littoral utilisent la solution « Open System » dont majorité d'hébergements (79 %). Il convient de noter qu'en 2018, les offres de la marque « Gîtes de France » ont changé de système de mise en marché ; et c'est la raison pour laquelle nous constatons une très forte baisse du nombre d'offres, par comparaison à 2017 (99 offres en moins).



● 47 offres

## La qualification des offres de la destination

Sur le plan de la qualification des offres de la destination, l'Office de tourisme agit en tant que relai territorial d'actions qui sont coordonnées, sur le plan départemental et régional, dans les domaines qui suivent :

- ✦ le classement et la labellisation des hébergements, et en particulier pour les locations et chambres d'hôtes (classement officiel, labels Gîtes de France, Clévacances et Chambres d'hôtes référence),
- ✦ l'obtention de la marque « Accueil vélo » (label identifiant des offres adaptées à l'accueil des clientèles de cyclistes et de cyclotouristes),
- ✦ l'obtention du label « Welcome c'est beau Ici » (label identifiant des offres adaptées à des clientèles britanniques et anglophones),
- ✦ le début d'un travail de qualification des offres adaptées à des clientèles alémaniques.

|                                             | Classements<br>et Labellisation<br>des hébergements | Visites de<br>courtoisie | Marque<br>Accueil Vélo | Label<br>Welcome ! C'est<br>Beau ici ! |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------|------------------------|----------------------------------------|
| <b>Actions de prosélytisme</b>              | 34                                                  | 1                        | 1                      | 1                                      |
| <b>Acteurs locaux<br/>contactés</b>         | 34                                                  | 23                       | 5                      | 231                                    |
| <b>Rendez-vous obtenus<br/>avec acteurs</b> | 14                                                  | 22                       | 1                      | 15                                     |
| <b>Opérations abouties</b>                  | 6                                                   | 21                       | 1                      | 15                                     |

## LE LABEL NATIONAL « ACCUEIL VÉLO »



**13**  
offres marquées

« Accueil vélo » est une marque nationale qui garantit un accueil et services de qualité auprès des cyclotouristes le long des itinéraires cyclables (Vendée Vélo, Vélodyssée et Vélo Francette pour notre territoire).

Au 31/12/2018, 13 offres locales et certains bureaux de l'Office de Tourisme sont possesseurs du label national.

Pour en savoir plus :

- ✦ Rendez-vous sur le [site internet pro de Vendée Tourisme](#)



## LE LABEL INTERRÉGIONAL "WELCOME, C'EST BEAU ICI !"



**24**  
offres labellisées

En 2016, l'Office de Tourisme Intercommunal a rejoint le collectif promotionnel porté par les Régions de Normandie, de Bretagne et des Pays de la Loire, articulé autour de la démarche « Welcome c'est beau Ici ! », qui offre de la lisibilité à la Destination Sud Vendée Littoral sur le marché Britannique.

Cette démarche (entièrement gratuite) permet à toutes les offres labellisées/classées de la Destination Sud Vendée Littoral (ou reconnues par l'Office de Tourisme pour la qualité de la prestation) d'être relayées sur des outils de communication à des fins d'accueil et de promotion du département de la Vendée. Les candidatures sont validées après audit sur site (grille de critères commune aux 3 Régions partenaires) et validation d'une charte.

Au 31/12/2018, 24 offres locales et l'Office de Tourisme sont possesseurs du label interrégional.

Pour mémoire, deux supports majeurs sont mis en place en lien avec cette démarche :

Pour en savoir plus :

- ✦ Rendez-vous sur le [site Internet anglophone de Vendée Tourisme](#)
- ✦ Consultez la [brochure « Welcome to Vendée »](#) référençant les offres

## LE LABEL QUALIFICATIF LOCAL "HERZLICHEN WILLKOMMEN !"

A terme, pour agir en lien avec le système promotionnel interrégional « Atlantikküste », et avec pour objectif d'améliorer l'offre globale de la destination, une qualification interne ayant pour cible les offres locales susceptibles d'accueillir les visiteurs germanophones est en cours de construction.

Cette qualification, propre à l'Office de Tourisme du Sud Vendée Littoral, prendra le nom de « Herzlich willkommen » et visera à sensibiliser, identifier et enfin à valoriser les structures réservant un accueil spécifique à cette clientèle.

En 2018, le travail a consisté à réfléchir à des critères de définition de la future qualification qui verra le jour en 2019.

## La communication avec les acteurs locaux

L'Office de tourisme du Sud Vendée Littoral déploie des actions visant à faciliter la communication avec les acteurs socioprofessionnels locaux.

### LES SECONDES « RENCONTRES DU TOURISME » LE 9 NOVEMBRE 2018

Comme en 2017, dans la perspective d'alimenter, de manière structurante, la réflexion de l'intercommunalité en lien avec le tissu local et partenarial, la SPL a organisé, le 9 novembre 2018 à Sainte-Hermine, les secondes « Rencontres du tourisme en Sud Vendée Littoral », dont les objectifs sont les suivants :

- ✦ prolonger le travail relatif au « projet de territoire » et l'élaboration du « schéma de cohérence et d'orientation territorial » en ce qui concerne le tourisme,
- ✦ constituer un groupe réunissant élus, acteurs socioprofessionnels et acteurs du tourisme pour affiner régulièrement les réflexions sur les stratégies touristiques,
- ✦ faire émerger, annuellement, des axes de travail en faveur du tourisme et de la promotion du territoire, partagés avec les acteurs locaux et les partenaires institutionnels sur le plan départemental et régional,
- ✦ ressourcer les salariés et administrateurs de l'Office de Tourisme grâce aux apports et contributions ; et ainsi contribuer à la qualité du travail de la SPL sur le territoire,
- ✦ améliorer la communication extérieure (promotion) et la communication interne, entre les acteurs, ainsi que la convivialité.

Ainsi, près de 100 personnes, issues des rangs des acteurs socioprofessionnels du territoire, des élus locaux et des partenaires de la destination, ont eu l'occasion de participer à trois temps forts :

- ✦ Partageons des connaissances avec des exposés mettant en exergue les efforts faits par l'intercommunalité pour devenir une « destination vélo » (Olivier POIRIER-COUTANSAIS - Agence départementale d'aide aux collectivités de Vendée) et le travail remarquable accompli par la LPO Vendée et un tour-opérateur spécialisé « Escursia » pour produire des séjours ornithologiques en marais poitevin.
- ✦ Construisons le tourisme de demain, travail adossé à 2 ateliers pour identifier les « pépites » du territoire et accompagner le travail des élus intercommunaux dans la définition du « projet de territoire » en matière de tourisme.
- ✦ dans le temps dédié à la conclusion des travaux, Karine GIRAUDET, en charge des outils numériques au sein de l'Office de Tourisme, a fait une présentation du nouveau site Internet (parties « préparation du séjour et découverte de la destination » et « j'y suis déjà ») <https://www.sudvendeelittoral.com>

Les *Actes de ces Rencontres du Tourisme* sont disponibles sur l'espace pro du site internet de la destination.

### LA LETTRE D'INFORMATION PERMANENTE



77  
articles publiés

Conçue pour transmettre, le plus régulièrement possible, des articles et/ou des brèves d'information relatives à la destination touristique ou encore relatives à l'action de l'Office de Tourisme. Une lettre d'information à destination des acteurs socioprofessionnels et des partenaires du Sud Vendée Littoral a été créée en 2017 en utilisant la plateforme en ligne *Scoop.it*.

En 2018, il a été publié 77 articles et 4200 pages ont été vues par les personnes touchées par le média de la SPL.

## UN ESPACE PRO DÉDIÉ AUX PROFESSIONNELS DE LA DESTINATION

Un « espace pro », au sein du site Internet de la destination, est dédié pour y stocker et mettre des contenus à destination des acteurs socioprofessionnels locaux.

- ✦ Les thèmes de cet espace pro au 31/12 sont les suivants :
- ✦ Présentation de l'équipe de la SPL,
- ✦ Les engagements de l'Office de Tourisme,
- ✦ Accéder aux rapports d'activités des années antérieures,
- ✦ Nous suivre via les réseaux sociaux,
- ✦ Devenir partenaire de l'Office de Tourisme,
- ✦ Boîte à outils des acteurs locaux (ex : solution Open System, classement des hébergements ...),
- ✦ Le travail d'animation numérique du territoire,
- ✦ La mise à jour de l'information touristique par les acteurs locaux,
- ✦ La vente en ligne,
- ✦ Les ressources média et galeries photos,
- ✦ Les Rencontres du Tourisme en Sud Vendée Littoral.

Du 25/10 (date de mise en ligne du nouveau site internet) au 31/12/2018, 2170 pages ont été consultées.

## La collaboration avec les acteurs locaux

L'Office de Tourisme du Sud Vendée Littoral s'est engagé dans certaines démarches de collaboration avec les acteurs professionnels locaux.

### LA PLATEFORME « VOTRE INFORMATION TOURISTIQUE »



**328**  
utilisateurs



**889**  
mises à jour

Les acteurs locaux sont invités, eux-mêmes, à mettre à jour l'information touristique qui les concerne.

Afin de fiabiliser et de responsabiliser les acteurs locaux à la qualité de l'information qui sera utilisée dans les outils de communication de l'Office de Tourisme concernant leurs offres, il est proposé l'usage du module « Votre Information Touristique » (VIT).

En 2018, cet outil de gestion de l'information a été utilisé par 328 acteurs socioprofessionnels (contre 133 en 2017, soit + 147%).



## EDUCTOURS ET DÉCOUVERTE DE LA DESTINATION



Les acteurs locaux sont sollicités dans le cadre d'éductours visant à découvrir et à partager la connaissance de l'offre touristique de la destination

Pour contribuer à une meilleure connaissance des offres touristiques, par l'équipe de la SPL, mais également pour rapprocher l'Office de Tourisme des acteurs socioprofessionnels ou encore pour tisser un lien fort entre professionnels, des éductours, ou des temps de rencontre et d'échange, sont organisés.

En 2018, ce type d'initiative a concerné :

- ✦ le 12/02 : Découverte de Mareuil et son vignoble,
- ✦ le 27/03 : Les roulottes du sud Vendée,
- ✦ le 19/04 : Indian Forest et O'Gliss Park (uniquement pour équipe SPL),
- ✦ le 30/05 : Aidor (uniquement pour équipe SPL),
- ✦ le 21/06 : Ecomusée « Maison du maître de digues »
- ✦ le 05/10 : Découverte de Sainte-Hermine et du musée militaire de Sainte-Gemme la plaine,
- ✦ le 10/12 : découverte du jardin de Thiré (uniquement pour équipe SPL).

## LA MOBILISATION VERS UN « MEILLEUR ACCUEIL TOURISTIQUE »

L'Office de Tourisme mobilise les acteurs socioprofessionnels locaux vers « mieux » d'accueil touristique. L'Office de tourisme participe à la propagation de marques et labels, actions de formation et de différents outils dont la finalité est plus et « mieux » d'accueil touristique.

En 2018, cette démarche de prosélytisme a concerné :

- ✦ la diffusion du label « Welcome c'est beau Ici » (voir en page ....),
- ✦ la diffusion de la marque « Accueil vélo » (voir en page ....),
- ✦ la connaissance des clientèles hollandaises auprès des gestionnaires d'hôtellerie de plein-air, organisée l'Agence régionale d'attractivité et la FRHPA,
- ✦ la démarche de qualification des offres nautiques, intitulée « Vogue & Vague », organisée par les agences régionales et départementales d'attractivité (Solutions&co et Vendée Expansion).

## LA DIFFUSION DE « BONNES PRATIQUES »

L'Office de Tourisme participe à la propagation de marques et labels, actions de formation et de différents outils dont la finalité est plus et « mieux » d'accueil touristique. En 2018, cette démarche de prosélytisme a concerné :

- ✦ les pratiques durables adaptées aux hôteliers. Action organisée par la société Betterfly tourism,
- ✦ les solutions techniques de mise en marché en ligne, « Open system » et « Eviivo », adaptées aux offres d'hébergements en particulier,
- ✦ la réglementation portant sur les hébergements de tourisme, organisée par Sud Vendée Tourisme.



# *GESTION ET MANAGEMENT DE LA SOCIÉTÉ PUBLIQUE LOCALE SUD VENDÉE LITTORAL TOURISME*

## Les Conseils d'administration de la SPL

En 2018, sous l'égide des Présidents de la SPL, l'Office de tourisme du Sud Vendée Littoral a tenu 5 Conseils d'administration :

- ✦ **Jeudi 11 janvier** : accueil d'Alexander CZERSKI (création d'un poste de conseiller en séjour trilingue – allemand), définition du projet d'ouverture des bureaux et points d'information touristique pour 2018, définition du budget prévisionnel 2018 de la SPL, actions de communication engagées pour 2018, validation du logo de la destination, modification de la constitution du Comité technique consultatif.
- ✦ **Jeudi 3 mai** : accueil de Léa BLANCHARD (remplacement de Marion TROQUIER absente pour congé maternité) et d'Aude HAURY (remplacement de Cécile GIRARD à la comptabilité), adoption des comptes 2017, affectation du résultat 2017, approbation du rapport d'activités 2017, adoption d'une convention de mise à disposition de locaux par la Communauté de Communes Sud Vendée Littoral, projet de financement complémentaire pour mettre en œuvre des actions et outils de communication, point sur le travail relatif à Qualité Tourisme et au classement de l'Office de tourisme en catégorie III, parution du magazine à l'attention des visiteurs.
- ✦ **Lundi 2 juillet** : demande de prêts relais, auprès du Crédit Mutuel, dans l'attente du versement de subventions sollicitées auprès de Leader et de la Région des Pays de la Loire, mise à jour du budget prévisionnel 2018, suivi du dossier de classement de l'OT en catégorie III, réponse à une demande de La Poste au sujet du BIT de La Faute-sur-Mer.
- ✦ **Jeudi 4 octobre** : accueil de Alina ASKAROVA (remplacement de Aude HAURY en comptabilité) et Catherine SICARD-HOLTZITTER (remplacement de Alexander CZERSKI), bilan de la saison touristique estivale pour le territoire, définition synthétique de l'identité touristique du territoire, préparation des 2èmes « Rencontres du tourisme en Sud Vendée Littoral » par la définition de la notion de « pépite », telle qu'elle sera utilisée lors de cet événement, point relatif à la « démarche qualité » portée par la SPL « Sud Vendée Littoral Tourisme » et aux observations collectées en 2018 au sujet de la destination, plan d'actions 2019 de la SPL « Sud Vendée Littoral Tourisme », observations émanant de l'équipe de la SPL « Sud Vendée Littoral Tourisme » quant à la construction du futur guide des hébergements, état d'avancement de la construction du nouveau site Internet de la destination.
- ✦ **Lundi 26 novembre** : examen et validation du BP 2019 de la SPL, examen et des règles d'ouverture des BIT-PIT en 2019, examen et validation du plan d'actions général 2019, examen et validation du plan de communication et promotion 2019, validation du texte de présentation de l'identité de la destination, classement de l'office en catégorie, ajustement taux de commission pour service billetterie

## La Commission « achats » de la SPL

En 2018, la Commission « achats » de la SPL Sud Vendée Littoral Tourisme s'est réunie 2 fois :

- ✦ **Jeudi 29 mars** : choix d'un prestataire pour l'implantation de webcam et choix d'un prestataire pour la réalisation de vidéos promotionnelles. Le choix validé est l'entreprise PhonicLips.
- ✦ **Mardi 30 octobre** : acquisition d'un logiciel de caisse. Le choix validé est la solution « Aloa », par l'entreprise ConsonanceWeb.

## Une Assemblée générale ordinaire

Une assemblée générale des actionnaires s'est tenue le mercredi 23 mai 2018 avec à l'ordre du jour : présentation des comptes, lecture du rapport de gestion, lecture des rapports du Commissaire aux comptes, approbation des comptes arrêtés au 31/12/2017, affectation du résultat, approbation des conventions réglementées, quitus aux administrateurs, exécution des formalités.



## Le Conseil d'administration de la SPL

Le Conseil d'administration de la SPL est composé de 13 membres, élus le 5 avril 2017 :

|                    |                   |                                                |
|--------------------|-------------------|------------------------------------------------|
| <b>Christian</b>   | <b>AIMÉ</b>       | Communauté de Communes Vendée Grand Littoral   |
| <b>Pascale</b>     | <b>ARDOUIN</b>    | Communauté de Communes Sud Vendée Littoral     |
| <b>Guy</b>         | <b>BARBOT</b>     | Communauté de Communes Sud Vendée Littoral     |
| <b>Françoise</b>   | <b>BAUDRY</b>     | Communauté de Communes Sud Vendée Littoral     |
| <b>Michel</b>      | <b>HERAUD</b>     | Communauté de Communes Pays de Fontenay Vendée |
| <b>Brigitte</b>    | <b>HYBERT</b>     | Communauté de Communes Sud Vendée Littoral     |
| <b>Patrick</b>     | <b>JOUIN</b>      | Communauté de Communes Sud Vendée Littoral     |
| <b>Serge</b>       | <b>KUBRYK</b>     | Communauté de Communes Sud Vendée Littoral     |
| <b>Marie-Agnès</b> | <b>MANDIN</b>     | Communauté de Communes Sud Vendée Littoral     |
| <b>Joseph</b>      | <b>MARTIN</b>     | Communauté de Communes Sud Vendée Littoral     |
| <b>Fabienne</b>    | <b>PARPAILLON</b> | Communauté de Communes Sud Vendée Littoral     |
| <b>Jean-Louis</b>  | <b>ROULEAU</b>    | Communauté de Communes Sud Vendée Littoral     |
| <b>Nicolas</b>     | <b>VANNIER</b>    | Communauté de Communes Sud Vendée Littoral     |



**BON À SAVOIR :** Lors du Conseil d'administration du 10/04/2017, Patrick JOUIN, Maire de La Faute-sur-Mer et Vice-Président de la Communauté de communes du Sud Vendée Littoral, en charge du tourisme, a été désigné Président du Conseil d'administration.

## Le Comité technique consultatif de la SPL

En application de l'article R133-19-1 du Code du tourisme, un « Comité technique consultatif » (CTC) a été créé en tenant compte de l'identité des domaines touristiques de la destination :

- ✦ les hébergements de tourisme et les restaurateurs, avec des représentants de l'UMIH, de la FDHPA et des réseaux Gîtes de France et Clévacances de la Vendée,
- ✦ les produits du terroir de la terre et de la mer,
- ✦ les acteurs œuvrant en faveur des activités et de l'animation touristique locale,
- ✦ la nature et l'ornithologie.

|                      |                   |                                                          |
|----------------------|-------------------|----------------------------------------------------------|
| <b>Julien</b>        | <b>FRIMAUDEAU</b> | Atlantic Wake Park                                       |
| <b>Céline</b>        | <b>LAHORTE</b>    | Camping de La Dive - FDHPA 85                            |
| <b>Agnès</b>         | <b>MANDIN</b>     | Location La Clé des Champs - GAEC SAPEV - Gite de France |
| <b>Régine</b>        | <b>RAULT</b>      | Restaurant La Rose Trémière - UMIH 85                    |
| <b>Julien</b>        | <b>SUDRAUD</b>    | LPO Vendée                                               |
| <b>Sylvain</b>       | <b>HUNAUULT</b>   | Réserve naturelle nationale - LPO France                 |
| <b>Antoine</b>       | <b>PRIOUZEAU</b>  | Locations touristiques Priouzeau - Gite de France        |
| <b>Marie-Josée</b>   | <b>GAUDIN</b>     | Gaudin Ostréiculteur                                     |
| <b>Bernard</b>       | <b>DRAPEAU</b>    | Location Clévacances - Clés vacances 85                  |
| <b>Renaud-Pierre</b> | <b>RENARD</b>     | Location Clévacances - Clés vacances 85                  |
| <b>Hubert</b>        | <b>MACQUINEAU</b> | Fiefs Vendéens Mareuil - Fiefs Vendéens                  |
| <b>Fabien</b>        | <b>MURAIL</b>     | Fiefs Vendéens Mareuil - Fiefs Vendéens                  |
| <b>Michel</b>        | <b>ARNAUD</b>     | Fiefs Vendéens Mareuil - Fiefs Vendéens                  |
| <b>Sylvie</b>        | <b>GUERINEAU</b>  | Association CADOT Sainte-Hermine                         |
| <b>Jean-Guy</b>      | <b>BLUTEAU</b>    | Association Animation Canton Chaillé                     |

Lors du Conseil d'Administration du 11 janvier 2018, Monsieur Hugues des TOUCHES (LPO) a été remplacé par Monsieur Sylvain HUNAUULT, conservateur de la Réserve Naturelle Nationale de la Casse de la Belle Henriette.

## L'équipe de l'Office de tourisme en 2018

En 2018, l'équipe permanente de l'Office de Tourisme a connu de nombreux bouleversements (recrutement pour coller aux objectifs de la Catégorie 1 en matière de langues étrangères parlées, départ, arrêt maladie longue durée, congé maternité).

De plus, pour assurer les temps d'ouverture nécessaire à l'accueil des publics pendant la pleine saison estivale (juillet et août principalement), l'Office de Tourisme a recours au recrutement de personnels saisonniers. Pour la saison estivale 2018, il a été recruté les 8 saisonniers pour les différents bureaux.

Enfin, l'équipe de permanent accueille à de nombreuses reprises dans l'année, des stagiaires de différents établissements scolaires et de différents niveaux. Cette année, 6 stagiaires ont été accueillis.

### LES TITULAIRES

| NOM                    | Prénom    | Statut                   | Bureau                  | Missions                                         |
|------------------------|-----------|--------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------|
| ASKAROVA               | Alina     | CDI depuis le 02/07/2018 | La Faute-sur-Mer        | Conseillère en séjour - Comptabilité             |
| BILLAUD                | David     | CDI                      | L'Aiguillon-sur-Mer     | Conseillère en séjour - Editions                 |
| BRIAUD                 | Emilie    | Fonctionnaire CC SVL     |                         |                                                  |
| CHAPELEAU              | Karine    | CDI                      | Luçon                   | Conseillère en séjour - Qualification de l'offre |
| COUTURIER              | Coralie   | CDI                      | Luçon / Sainte-Hermine  | Conseillère en séjour - Ressources humaines      |
| GIRAUDET               | Karine    | CDI                      | Saint-Michel en l'Herm  | Conseillère en séjour - Numérique                |
| LACROIX                | Serge     | CDI                      | Siège social            | Directeur                                        |
| LAURENT                | Pauline   | Fonctionnaire CC SVL     | Chaillé-les-Marais      | Gestionnaire - Maison du Maître de Dignes        |
| LEMAUR<br>FEDELE       | Christine | CDI                      | Luçon                   | Conseillère en séjour - Patrimoine               |
| LEROUVILLOIS           | Véronique | Fonctionnaire CC SVL     | La Faute-sur-Mer        | Conseillère en séjour - Qualification de l'offre |
| MICHELON<br>GABORIEAU  | Peggy     | Fonctionnaire CC SVL     | Saint-Denis-du-Payré    | Conseillère en séjour - Ornithologie             |
| PENINO                 | Audrey    | Fonctionnaire CC SVL     | Chaillé-les-Marais      | Conseillère en séjour - Qualité et classement    |
| SICARD-<br>HOLTZRITTER | Catherine | CDI depuis le 02/07/2018 | L'Aiguillon-sur-Mer     | Conseillère en séjour - Atlantikkust             |
| TRAINEAU               | Claire    | CDI                      | Saint-Michel en l'Herm  | Conseillère en séjour - Community manager        |
| TROQUIER               | Marion    | CDI                      | Mareuil-sur-Lay-Dissais | Conseillère en séjour - Presse et œnologie       |



## LES NON-TITULAIRES

| NOM              | Prénom | Statut                   | Bureau                                                           | Missions |
|------------------|--------|--------------------------|------------------------------------------------------------------|----------|
| BLANCHARD        | Léa    | CDD                      | Remplacement de Marion, puis Claire pendant leur congé maternité |          |
| RIVALIN          | Marie  | CDD                      | Remplacement de pauline pendant son congé maternité              |          |
| TEILLET VARENNES | Nina   | CDD depuis le 03/09/2018 | Remplacement de Christine pendant son absence                    |          |

## LES DÉPARTS

| Nom     | Prénom    | Statut               | Bureau                                                                    | Missions |
|---------|-----------|----------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------|
| CZERSKI | Alexander | Départ en juin 2018  | Remplacé par Catherine pour Atlantikkust et compétence trilingue allemand |          |
| GIRARD  | Cécile    | Départ en avril 2018 | Remplacée par Aude, puis Alina pour la comptabilité                       |          |
| HAURY   | Aude      | Départ en juin 2018  | Remplacée par Alina pour la comptabilité                                  |          |
| LOUPROU | Gael      | Du 11/06 au 13/06/18 | Période d'essai non terminée - CDD saisonnier                             |          |

## LES SAISONNIERS

| Nom              | Prénom        | Statut                          | Bureau                                 | Missions             |
|------------------|---------------|---------------------------------|----------------------------------------|----------------------|
| BOIVINEAU        | Juliette      | CDD du 02/07/2018 au 02/09/2018 | Sainte-Hermine                         | Conseiller en séjour |
| BRETAUD          | Stéphanie     | CDD du 02/07/2018 au 02/09/2018 | L'Aiguillon-sur-Mer / La Faute-sur-Mer | Conseiller en séjour |
| MARCHEGAY        | Léa           | CDD du 02/07/2018 au 02/09/2018 | Saint-Michel-en-l'Herm                 | Conseiller en séjour |
| NAVAS            | Cindy         | CDD du 01/04/2018 au 02/09/2018 | L'Aiguillon-sur-Mer                    | Conseiller en séjour |
| REMAUD           | Jean-Baptiste | CDD du 02/07/2018 au 02/09/2018 | Luçon                                  | Conseiller en séjour |
| SERVANT          | Christelle    | CDD du 02/07/2018 au 02/09/2018 | Chaillé-les-Marais                     | Conseiller en séjour |
| TEILLET VARENNES | Nina          | CDD du 02/07/2018 au 02/09/2018 | La Faute-sur-Mer                       | Conseiller en séjour |
| VILLOT-DROUET    | Camille       | CDD du 02/07/2018 au 02/09/2018 | Luçon                                  | Conseiller en séjour |

## LES STAGIAIRES

| Nom           | Prénom    | Date                    | Bureau             | Etablissement                                   |
|---------------|-----------|-------------------------|--------------------|-------------------------------------------------|
| BONNEAU       | Alexandre | 12/6/2018               | Luçon              | Rencontre pro - MFR Val de Sevre Formation      |
| BRUNET        | Lisa      | Du 09/04 au 20/04/2018  | Chaillé-les-Marais | Mission locale                                  |
| CHEVALLIER    | Laurine   | Du 26/12/17 au 26/01/18 | Luçon              | Pôle Emploi                                     |
| PERREAU       | Ange      | Du 19/12 au 21/12/2018  | Luçon              | Collège Beaussire Luçon - Stage 3ème            |
| SANCEAU       | Pierre    | Du 05/02 au 25/02/2018  | Luçon              | BTS Tourisme 1er année - Lycée Atlantique Luçon |
| VILLOT-DROUET | Camille   | Du 05/11 au 23/11/2018  | /                  | BTS Tourisme 2è année - Lycée Atlantique Luçon  |

## L'organigramme de la SPL

### PRÉSIDENCE



**Patrick JOUIN**  
PRÉSIDENCE ET DIRECTION GÉNÉRALE

### ADMINISTRATION & QUALITÉ



**Serge LACROIX**  
DIRECTION GÉNÉRALE  
direction@sudvendeelittoral.com

*Siège de la SPL*



**Coralie COUTURIER**  
ACCUEIL & ASSISTANCE DE DIRECTION  
administration@sudvendeelittoral.com

*Bureau de Sainte-Hermine*



**Alina ASKAROVA**  
ACCUEIL & COMPTABILITÉ  
gestion@sudvendeelittoral.com

*Bureau de L'Aiguillon-sur-Mer*



**Audrey PENINOU**  
ACCUEIL & QUALITÉ TOURISME  
qualité@sudvendeelittoral.com

*Bureau de Chaillé-les-Marais*

## DÉVELOPPEMENT & RELATION AVEC L'OFFRE



**Karine CHAPELEAU**  
ACCUEIL & QUALIFICATION DE L'OFFRE  
qualification@sudvendeelittoral.com

*Bureau de Luçon*



**Véronique LEROUVILLOIS**  
ACCUEIL & QUALIFICATION DE L'OFFRE  
v.lerouvillois@sudvendeelittoral.com

*Bureau de La Faute-sur-Mer*

## COMMUNICATION & PROMOTION



**David BILLAUD**  
ACCUEIL & EDITIONS & MISE EN MARCHÉ  
d.billaud@sudvendeelittoral.com

*Bureau de L'Aiguillon-sur-Mer*



**Karine GIRAUDET**  
ACCUEIL & NUMERIQUE & GESTION DE  
L'INFORMATION  
k.giraudet@sudvendeelittoral.com

*Bureau de Saint-Michel-en-l'Herm*



**Claire TRINEAU**  
ACCUEIL & COMMUNITY MANAGER  
c.trineau@sudvendeelittoral.com

*Bureau de La Faute-sur-Mer*



**Marion TROQUIER**  
ACCUEIL & RÉSEAUX SOCIAUX & RELATIONS  
PUBLIQUES  
m.troquier@sudvendeelittoral.com

*Bureau de Mareuil-sur-Lay-Dissais*

## ACCUEIL & INFORMATIONS DES PUBLICS



**Peggy GABORIEAU-MICHELON**  
ACCUEIL & RÉSEAUX SOCIAUX & ORNITHOLOGIE  
p.michelon@sudvendeelittoral.com

*Point I de Saint-Denis-du-Payré*



**Pauline LAURENT**  
ACCUEIL & GESTION DE LA MAISON DU MAÎTRE DE  
DIGUES  
p.laurent@sudvendeelittoral.com

*Maison du Maître de Dignes*



**Christine LEMAU-FEDELE**  
ACCUEIL & REPORTER DE TERRITOIRE & PATRIMOINE  
c.lemaur@sudvendeelittoral.com

*Bureau de Luçon*



**Catherine SICARD-HOLTZTRITTER**  
ACCUEIL & QUALIFICATION DE L'OFFRE  
c.sicard@sudvendeelittoral.com

*Bureau de L'Aiguillon-sur-Mer et La Faute-sur-Mer*



**+ UNE ÉQUIPE DE SAISONNIERS**  
EN SAISON ESTIVALE (DE 8 À 9 PERSONNES  
SELON LES ANNÉES), POUR OFFRIR UN TEMPS  
D'OUVERTURE DES BIT ET PIT, LE PLUS LARGE  
POSSIBLE



## **LA FORMATION DES ÉQUIPES AU SERVICE DE L'EXIGENCE PROFESSIONNELLE ATTENDUE PAR LA DESTINATION**

La formation est un processus permanent au service de la qualification des salariés de l'Office de tourisme afin de remplir les missions de l'Office de tourisme et pour maintenir les conditions d'employabilité de chacun des membres de l'équipe.

Ainsi pour répondre à ces objectifs et en prévision de la mise en œuvre de la démarche « Qualité Tourisme », l'équipe a participé à 835,00 heures d'actions qui relèvent de la formation.

De plus, cette année, madame Léa Blanchard a bénéficié d'un contrat de professionnalisation, dans le cadre du contrat « Vision pro ». La SPL était accompagnée par Cipecoma, organisme de formation basé à Chateillon-Plage. Madame Blanchard Léa a donc bénéficié de 240 heures de formation, formalisé par un bilan et une attestation de compétences.

En complément de ces actions, les membres de l'équipe ont consacré du temps, à titre personnel et hors temps de travail, à la découverte et à la connaissance d'offres de tourisme, au sein de la destination et en Vendée (visite de sites, promenades et randonnées, événements ...).

## **DIX RÉUNIONS D'ÉQUIPE EN 2018**

A la date du 31 décembre 2018, 10 réunions d'équipe se sont tenues au siège social : 12/01/18, 08/02/18, 16/03/18, 16/04/18, 22/05/18, 19/06/18, 04/09/18, 04/10/18, 05/11/18, 10/12/18.

## L'Office de Tourisme, engagé dans une démarche reconnue QUALITÉ TOURISME™



### UN OFFICE DE TOURISME CLASSÉ EN CATÉGORIE POUR UNE DURÉE DE 5 ANS

Le 19 juin 2018, la SPL Sud Vendée Littoral Tourisme a obtenu un classement en tant qu'Office de Tourisme, en catégorie III, pour une durée de 5 années. Ce travail a, toutefois, été poursuivi dans le but d'atteindre, en 2019, un classement en catégorie I ; et a fait l'objet d'un accompagnement par la Fédération Départementale des Offices de Tourisme de Vendée.



### UN OFFICE DE TOURISME POSSESSEUR DE LA MARQUE QUALITÉ TOURISME™

Tout au long de l'année 2018, l'équipe de la SPL a été accompagnée par le cabinet « William Terry Conseil » pour réussir son travail visant à obtenir la marque QUALITÉ TOURISME™ (ateliers, examen des outils déployés et organisation d'un audit blanc). La marque nationale a été acquise le 5 décembre 2018 pour une durée de 3 années (rq : depuis mars 2019 en accord avec le Direction Générale des Entreprises – DGE - la durée est étendue à 5 ans pour

tous les Offices de Tourisme marqués depuis le 01/01/2018).

En préalable, l'Office de Tourisme avait fait l'objet d'un audit réel, réalisé par Mme Gwenaëlle de LINAGE-BURGUION, les 15 et 16 novembre 2018.

La commission de la SPL relative à la qualité s'est réunie le 25 septembre pour examiner les questionnaires de satisfaction de l'accueil des publics dans les BIT et PIT ; les avis déposés sur Tripadvisor et Google My Business ; évaluer les travaux de l'Office de Tourisme ; examiner les observations émanant des salariés temporaires et des stagiaires ; et enfin pour prendre connaissance des observations collectées et de leur traitement portant sur les offres de la destination touristique.

## Les grandes lignes du budget 2018

## LE COMPTE DE RÉSULTAT DE LA SPL

## Dépenses

|                                   |                     |
|-----------------------------------|---------------------|
| Achats de marchandises            | 90 153,42 €         |
| Variations de stocks              | 19,65 €             |
| Achats matières et Ss. Tr.        | 8 011,46 €          |
| Autres achats et charges externes | 251 679,80 €        |
| Impôts, taxes et assimilés        | 63 003,14 €         |
| Salaires et traitements 1         | 337 294,45 €        |
| Charges sociales 1                | 95 422,29 €         |
| Personnel à remb. à CC SVL        | 127 395,62 €        |
| Amortissement et provisions       | 11 069,80 €         |
| Autres charges                    | 753,38 €            |
| Charges financières               | 12,95 €             |
| Charges exceptionnelles           | 250,10 €            |
| Impôts sur les bénéfices          | - €                 |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>985 066,06 €</b> |

## Recettes

|                            |                     |
|----------------------------|---------------------|
| Ventes de marchandises     | 115 068,56 €        |
| Production vendue          | 25 050,38 €         |
| Subventions d'exploitation | 816 846,46 €        |
| Reprises sur charges       | 18 004,25 €         |
| Autres produits            | 474,94 €            |
| Produits financiers        | 79,19 €             |
| Produits exceptionnels     | - €                 |
| <b>TOTAL</b>               | <b>975 523,78 €</b> |

**Résultats avant impôts IS** -9 542,28 €

## LE BILAN AU 31/12/2018

| ACTIF                                      | Brut                | Amort. et déprec.  | Net au 31/12/18     | Net au 31/12/17     |
|--------------------------------------------|---------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| Immobilisations incorporelles              | 34 240,05 €         | 3 138,67 €         | 31 101,38 €         | 12 410,75 €         |
| Immobilisations corporelles                | 35 654,77 €         | 14 296,24 €        | 21 358,53 €         | 13 027,56 €         |
| Immobilisations financières                | 15,00 €             | - €                | 15,00 €             | 15,00 €             |
| <b>Total Actif immobilisé</b>              | <b>69 909,82 €</b>  | <b>17 434,91 €</b> | <b>52 474,91 €</b>  | <b>25 453,31 €</b>  |
| Stocks - Marchandises                      | 810,94 €            | - €                | 810,94 €            | 830,59 €            |
| Créances - clients et comptes rattachés    | 5 549,82 €          | - €                | 5 549,82 €          | 9 009,91 €          |
| Fournisseurs débiteurs                     | - €                 | - €                | - €                 | 55,30 €             |
| Créances - Impôts sur les bénéfices        | 16 437,00 €         | - €                | 16 437,00 €         | 15 806,00 €         |
| Créances - Taxes sur le chiffre d'affaires | 797,69 €            | - €                | 797,69 €            | 1 289,50 €          |
| Autres créances                            | 160 500,00 €        | - €                | 160 500,00 €        | 500,00 €            |
| Avances et acomptes versés sur Cde         | 1 698,21 €          | - €                | 1 698,21 €          | 1 938,00 €          |
| Valeur mobilières de placement             | 75 000,00 €         | - €                | 75 000,00 €         | 95 080,02 €         |
| Disponibilités                             | 151 534,52 €        | - €                | 151 534,52 €        | 31 001,28 €         |
| Charges constatées d'avance                | 29 889,68 €         | - €                | 29 889,68 €         | 5 775,07 €          |
| <b>Total Actif circulant</b>               | <b>442 217,86 €</b> | <b>- €</b>         | <b>442 217,86 €</b> | <b>161 285,67 €</b> |
| <b>Comptes de régularisation</b>           | <b>- €</b>          | <b>- €</b>         | <b>- €</b>          | <b>- €</b>          |
| <b>TOTAL DE L'ACTIF</b>                    | <b>512 127,68 €</b> | <b>17 434,91 €</b> | <b>494 692,77 €</b> | <b>186 738,98 €</b> |

| PASSIF                                    | Net au 31/12/18     | Net au 31/12/17     |
|-------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Capital social                            | 100 000,00 €        | 100 000,00 €        |
| Réserve légale                            | 10 000,00 €         | 10 000,00 €         |
| Report à nouveau                          | -27 907,34 €        | 1 952,88 €          |
| Résultat de l'exercice                    | -9 542,28 €         | -29 860,22 €        |
| <b>Total Capitaux propres</b>             | <b>72 550,38 €</b>  | <b>82 092,66 €</b>  |
| Emprunts                                  | 155 000,00 €        | - €                 |
| Avances et acomptes sur Cde en cours      | 1 042,50 €          | 194,55 €            |
| Dettes fournisseurs                       | 148 525,09 €        | 7 764,07 €          |
| Dettes - fournisseurs factures en attente | 3 996,98 €          | 3 613,75 €          |
| Provisions pour congés payés              | 23 757,43 €         | 20 687,31 €         |
| Dettes à organismes sociaux               | 38 473,40 €         | 51 530,22 €         |
| Taxe sur le chiffre d'affaires            | 583,00 €            | 3 018,59 €          |
| Autres dettes fiscales et sociales        | 3 125,15 €          | 7 657,13 €          |
| Autres dettes                             | 1 418,00 €          | 2 813,00 €          |
| Produits constatés d'avance               | 46 220,84 €         | 7 367,70 €          |
| <b>Total dettes et produits en avance</b> | <b>422 142,39 €</b> | <b>104 646,32 €</b> |
| <b>TOTAL DU PASSIF</b>                    | <b>494 692,77 €</b> | <b>186 738,98 €</b> |





## OFFICE DE TOURISME DU SUD VENDÉE LITTORAL

*SPL Sud Vendée Littoral Tourisme*

C/o BÂTIMENT INTERCOMMUNAL  
ROND-POINT LA DELPHINE  
4, ROUTE DE LUÇON  
F - 85580 SAINT-MICHEL-EN-L'HERM

+33 (0)2 51 56 37 37  
[info@sudvendeelittoral.com](mailto:info@sudvendeelittoral.com)  
[www.sudvendeelittoral.com/espace-pro](http://www.sudvendeelittoral.com/espace-pro)

