



20  
24

# RAPPORT D'ACTIVITÉ

OFFICE DE TOURISME  
DESTINATION VENDÉE  
GRAND LITTORAL



# SOMMAIRE

## L'office de tourisme

- Les missions 04
- Les réalisations 2024 05
- La stratégie 2024-2026 06

## Présentation de la destination

- Les chiffres clés du territoire 07

## Estimation de la fréquentation touristique

- Les nuitées touristiques 08

## L'accueil en Vendée Grand Littoral

- L'observatoire et les points d'accueil 09 à 11
- La billetterie / La boutique 12 et 13
- Le Système d'Information Touristique 14
- Les labels et classement 15

## La promotion - La communication

- Les campagnes de promotion 16
- Action de promotion 17
- Les éditions 18
- Les outils numériques 19

## Les partenaires

- Les relations partenaires 20 et 21
- Les partenaires et le web 22
- Les temps forts 2024 23 et 24

## La vie de l'office

- Les missions transversales 25
- La professionnalisation 26
- L'équipe permanente 27
- Les renforts saisonniers et les stagiaires 28
- La SPL - Société Publique Locale au 31/12/2024 29
- L'administration 30 et 31

# L'office de tourisme

## -- Les missions --



En 2024, notre office de tourisme, doté d'une équipe de **8 salariés permanents**, s'engage à promouvoir et faciliter la découverte de notre territoire en offrant des services d'information et de mise en valeur de nos attraits touristiques.

### 01 - MISSIONS RÉGALIENNES DES OFFICES DE TOURISME



- Accueil et information

Recevoir, accueillir, informer, c'est le cœur de notre métier. Que ce soit dans nos bureaux ou sur le territoire.

- Promotion de la destination

Communiquer sur la Destination via notre site internet, notre application mobile, nos éditions...

- Accompagnement des socio-professionnels

Nous sommes facilitateurs afin de créer du lien entre les professionnels. Grâce à nous, les professionnels montent en compétence sur la connaissance des métiers et du territoire.

- Observatoire du tourisme local

En collaboration avec Vendée Expansion et les communes pour mieux connaître nos clientèles.

### 02 - ÉLABORATION ET MISE EN OEUVRE DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE



- Stratégie 2024-2026 votée le 17 juillet 2024 par le Conseil communautaire

- Assistance technique aux communes

Soutien dans le cadre du montage des dossiers pour les dénominations en commune touristique

- Assistance aux porteurs de projet touristiques et aux professionnels du tourisme.

### 03 - COMMERCIALISATION DE PRODUITS TOURISTIQUES



- Commercialisation de séjours groupes et affaires

- Commercialisation de séjours à destination des scolaires

- Commercialisation de produits locaux

- Commercialisation de produits boutique identitaires

Proposer des prestations clés en main pour attirer de nouvelles clientèles.

# -- Les réalisations 2024 --

## 1- L'OFFICE DE TOURISME AU PLUS PRÈS DES VISITEURS

En 2024, l'Office de tourisme Destination Vendée Grand Littoral confirme sa stratégie de redéploiement pour toucher le visiteur où qu'il soit :

- **Bureaux de tourisme** de Jard-sur-Mer, Longeville-sur-Mer, Angles, Port Bourgenay et Saint-Vincent-sur-Jard,
- **Accueil de plage** au Veillon (Talmont-Saint-Hilaire) et aux Conches (Longeville-sur-Mer),
- Des **points Info tourisme** dans les mairies, au château de Talmont, à la capitainerie de Port Bourgenay et France Services à Moutiers-les-Mauxfaits,
- Un **véhicule mobile** qui sillonne le territoire (présence notamment sur les événements),
- Une **Appli mobile** pour avoir l'info touristique dans la poche !

## 2- 1 DESTINATION, 5 INSPIRATIONS

Pour inviter les visiteurs à prendre conscience de toutes les richesses de son territoire, l'Office de tourisme a déployé une nouvelle communication autour du thème : « **Vendée Grand Littoral, 1 Destination, 5 inspirations** ». À l'été 2024, en collaboration avec le service communication de Vendée Grand Littoral, l'Office de Tourisme a édité une brochure par inspiration ainsi qu'un clip vidéo faisant voyager le voyageur au travers de 5 ambiances qui caractérisent le territoire :

- Talmont-Saint-Hilaire, Emotion grandeur nature
- Jard-sur-Mer et Saint-Vincent-sur-Jard, Un littoral enchanteur
- Longeville-sur-Mer, Sensations nautiques
- Lacs et Bocage, Ecrin de nature authentique
- Marais Poitevin, Au cœur d'une biodiversité foisonnante

## 3- FOU D'LOCAL AU RESTO

Pour **aider les restaurateurs à mieux valoriser leur engagement à cuisiner des produits du terroir**, l'Office de Tourisme s'est associé à la Communauté de communes pour imaginer une Charte et un repère visuel « **Fou d'local au resto** ».

Les objectifs de la démarche ?

- Valoriser l'image du territoire à travers nos producteurs et le savoir-faire culinaire des restaurateurs du territoire.
- Répondre aux attentes d'une clientèle toujours plus sensibilisée à la consommation durable et à la qualité des produits.
- Mettre en réseau les acteurs du territoire pour accompagner l'installation et la pérennisation de circuits-courts.
- Sensibiliser et informer le grand public aux pratiques locales de consommation et aux circuits courts.

## 01 Engagement

### PROMOTION - DES AMBASSADEURS DE LA DESTINATION

- A. Affirmer les valeurs de la destination
- B. Véhiculer les valeurs de la destination
- C. Développement à l'International

## 02 Engagement

### ACCUEIL - UNE DESTINATION D'EXCELLENCE

- A. Qualité et Destination d'Excellence
- B. Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information
- C. Réaménager les points d'informations touristiques

## 03 Engagement

### TOURISME DURABLE - UNE DESTINATION DURABLE

- A. Accueil
- B. Sensibiliser les Clientèles au Tourisme Durable
- C. L'OGS, un outil d'exemplarité au service du tourisme durable

## 04 Engagement

### ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS - UNE DESTINATION DE QUALITE

- A. Consolider l'offre qualitative par la montée en compétences des acteurs de notre territoire
- B. Faciliter les Partenariats



# Présentation de la destination

## -- Les chiffres clés du territoire --

Sources : INSEE (Chiffres 2021) ; Vendée Le Département Direction Envir. Agriculture et Pêche



**35 511**  
habitants



**20**  
communes

Densité de 70,4 hab / km<sup>2</sup>

30 km de côte

Superficie de 504,6 km<sup>2</sup>

**830 000 visiteurs**  
dans les sites de visite  
et de loisirs payants

- **40** sites de visite et de loisirs
- **28** activités nautiques
- **76** producteurs et artisans
- **101** bars et restaurants



**33,74 km**  
de Vélodyssée

**347 125** passages à vélo à  
Talmont-Saint-Hilaire  
et Jard-sur-Mer en 2024

**3 aires de services aménagés**  
Longeville-sur-Mer ; Saint-Vincent-sur-Jard  
Talmont-Saint-Hilaire



**108 300 lits touristiques** = 13 % des lits touristiques de Vendée

**Lits marchands** ➤ **43 740**

**Lits non marchands** ➤ **64 560**

**66 %**  
Hôtellerie  
de Plein Air

**15 %**  
Locations  
de vacances

**9 %**  
Ports de  
plaisance

**1 %**  
Chambres  
d'hôtes

**2 %**  
Aires de  
camping-car

**2 %**  
Hôtels

**5 %**  
AHCT\*

\*Autres hébergements collectifs touristiques : Résidences, villages, centres de vacances, maisons familiales, auberges de jeunesse et centres d'accueil avec séjour.

# Estimation de la fréquentation touristique

## -- Les nuitées touristiques --

Source : Flux Vision Orange (Chiffres 2024)

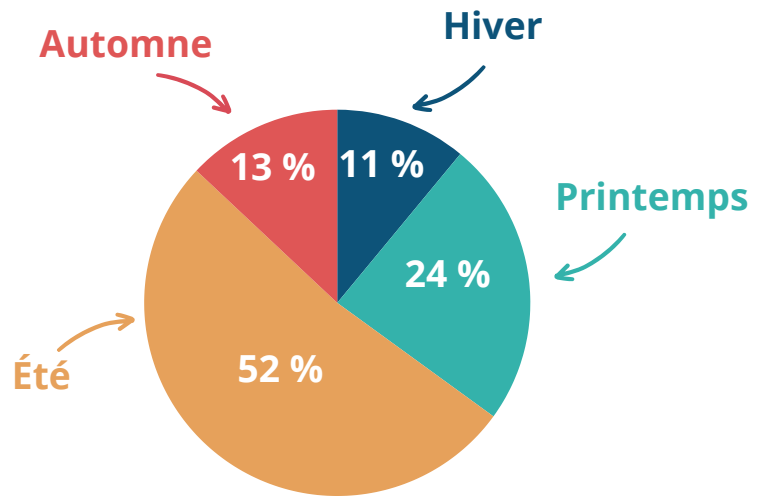
### 5,4 millions

### de nuitées touristiques réalisées

sur la période du 1<sup>er</sup> janvier  
au 31 décembre 2024

↘ - 2 %

par rapport à 2023



**Décembre Janvier**  
**Février Mars**



**581 000**

nuitées réalisées

= 5 000 nuitées  
touristiques  
moyennes

↗ + 18 %

par rapport à 2023

**Avril Mai**  
**Juin**



**1,3 millions**

nuitées réalisées

= 14 000 nuitées  
touristiques  
moyennes

↘ - 5 %

par rapport à 2023

**Juillet**  
**Août**



**2,8 millions**

nuitées réalisées

= 45 000 nuitées  
touristiques  
moyennes

↘ - 6 %

par rapport à 2023

**Septembre Octobre**  
**Novembre**



**698 000**

nuitées réalisées

= 8 000 nuitées  
touristiques  
moyennes

↗ + 4 %

par rapport à 2023

## Zoom sur

### la saison estivale 2024

Origine géographique de la  
clientèle française :

27 % : Ile de France

18 % : Pays-de-la-Loire

10 % : Hauts-de-France

8 % : Centre-Val-de-Loire

8 % : Normandie

## Observatoire touristique 2024

L'une des missions de l'office de tourisme Destination Vendée Grand Littoral est d'analyser l'activité touristique du territoire sur la base d'indicateurs et des tendances récoltés auprès des professionnels.

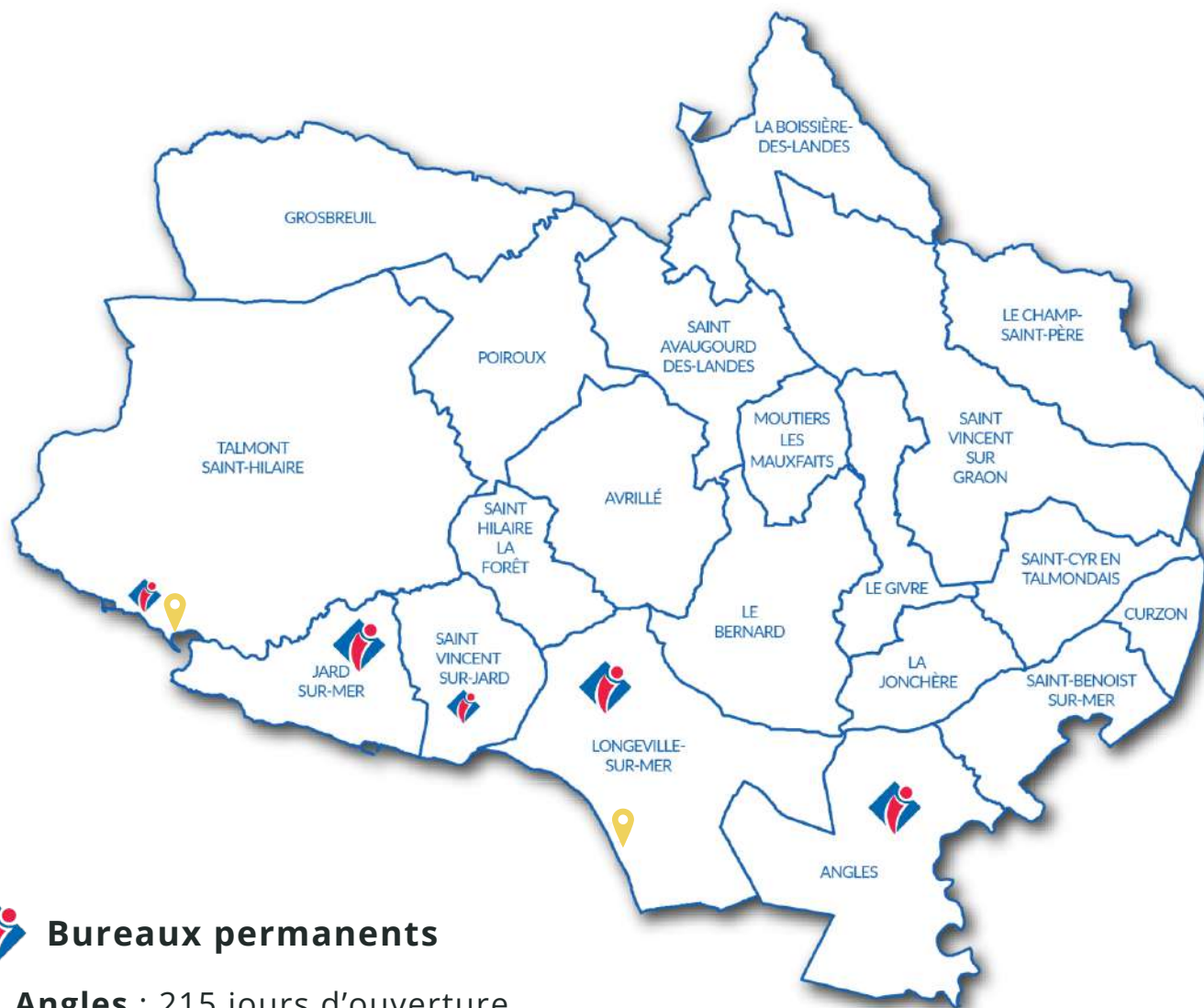
Grâce à ces outils, nous avons pu élaborer un document complet afin d'établir les chiffres clés du territoire (*disponible sur notre site pro*).



# L'accueil en Vendée Grand Littoral

## -- L'observatoire et les points d'accueil --

Source : Observatoire (Chiffres 2024)



### Bureaux permanents

- **Angles** : 215 jours d'ouverture
- **Jard-sur-Mer** : 282 jours d'ouverture
- **Longeville-sur-Mer** : 282 jours d'ouverture



### Bureaux saisonniers

- **Port Bourgenay** : 153 jours d'ouverture  
*Ouvert du 8 avril au 28 septembre 2024*
- **Saint-Vincent-sur-Jard** : 50 jours d'ouverture  
*Ouvert du 4 juillet au 29 août 2024*



### Accueils éphémères

- **Plage du Veillon** : 39 jours d'ouverture  
*Ouvert du 5 juillet au 29 août 2024*
- **Plage des Conches** : 38 jours d'ouverture  
*Ouvert du 5 juillet au 28 août 2023*

### Véhicule

**43 jours d'ouverture**

*Ouvert du 8 juillet au 28 août 2024*



# Fréquentation par points d'accueil

 Année 2024

 Zoom sur l'été 2024 (Juillet et Août)

## Angles

9,1%

 5 595 visiteurs

 72 visiteurs / jour en moyenne

## Jard-sur-Mer

38,1%

 23 651 visiteurs

 223 visiteurs / jour en moyenne

## Longeville-sur-Mer

20,3%

 12 600 visiteurs

 121 visiteurs / jour en moyenne

## Bourgenay

15,8%

 9 807 visiteurs

 106 visiteurs / jour en moyenne

## Saint-Vincent-sur-Jard

3,8%

 2 382 visiteurs

 47 visiteurs / jour en moyenne

L'engagement 2 de la stratégie 2024-2026 porte le souhait pour Destination Vendée Grand Littoral de devenir une Destination d'Excellence notamment à l'accueil :

### A. Qualité et Destination d'Excellence

Objectif : Positionner la destination comme une référence en termes de qualité d'accueil.

### B. Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information

Objectif : Assurer une information claire, accessible et actualisée pour tous les visiteurs.

### C. Réaménager les points d'informations touristiques

Objectif : Permettre aux visiteurs d'être acteurs de leur visite par des installations immersives

## Plage des Conches

4,8%

 2 961 visiteurs

78 visiteurs / jour en moyenne

## Plage du Veillon

4,3%

 2 684 visiteurs

69 visiteurs / jour en moyenne

## Véhicule

3,8%

 2 334 visiteurs

54 visiteurs / jour en moyenne

# Les chiffres de fréquentation de l'office de tourisme



**62 288**

visiteurs

(+ 2 %)\*

(68 % de visiteurs en juillet et août)

**Vendée Globe :**

Augmentation de 48% pendant les vacances de la Toussaint



**3 714**

appels  
téléphoniques

(- 12 %)\*



**622**

demandes par mail et  
internet

(- 0,1 %)\*



**783**

mails  
envoyés

(+ 40 %)\*



**65**

demandes  
via Messenger

(- 33 %)\*



**482**

courriers  
envoyés

(- 27 %)\*



**1 686**

connexions  
Wifi

(- 47 %)\*

\*Évolution par rapport à 2023

## Origine géographique et demandes de la clientèle

**96 %**

**Clientèle française**

**Top 5**

- 1 ➤ Pays-de-la-Loire
- 2 ➤ Ile-de-France
- 3 ➤ Nouvelle-Aquitaine
- 4 ➤ Centre-Val-de-Loire
- 5 ➤ Hauts-de-France

**4 %**

**Clientèle étrangère**

**Top 5**

- 1 ➤ Royaume-Uni
- 2 ➤ Belgique
- 3 ➤ Allemagne
- 4 ➤ Pays-Bas
- 5 ➤ Espagne



**1 Sites de visite et de loisirs**

**2 Événements**

**3 Info ville**

**4 Plan Orientation**

**5 Randonnée pédestre**

### Tableau de bord - Année 2024

L'une des missions de l'office de tourisme Destination Vendée Grand Littoral est de **collecter et quantifier** des informations relatives à la fréquentation sur le territoire.

Les statistiques de fréquentation des bureaux de tourisme et les notes de tendances envoyées aux professionnels permettent de réaliser des tableaux de bord.

## -- La billetterie / La boutique --

Source : Observatoire (Chiffres 2024)

Depuis sa création, l'Office de Tourisme a **développé des partenariats** avec des sites touristiques du territoire et du département pour proposer une offre de vente directe dans les bureaux de tourisme et **promouvoir davantage les sites de visite et de loisirs** du territoire et de les accompagner dans leur développement.

Ce service de billetterie nous permet également :

- d'être force de proposition auprès des visiteurs en leur suggérant une offre diversifiée et de qualité, d'activités à réaliser pendant leur séjour.
- de développer le chiffre d'affaires de notre structure et par conséquent d'accroître la part d'autofinancement dans notre budget global.

### Chiffre d'affaires 2024

**266 652,44 €**

**- 15 % par rapport à 2023**

**55 % du CA en juillet et août**

### La commercialisation



#### Sites touristiques et billets de transport

**149 336,59 €**

(-15 %)\*

#### Services

Chasse au trésor ; Copies  
Carte pêche...

**6 060,70 €**

(-33 %)\*

#### Boutique

Produits identitaires et produits  
locaux

**16 609,15 €**

(-39 %)\*

#### Événements

Saison culturelle du Clouzy, Sorties  
nature...

**94 646 €**

(+14 %)\*

\*Évolution par rapport à 2023



#### En 2024

**Réservations en ligne sur  
le site de destination :  
8,6 % du CA total**

## Développement de nos boutiques

Nos bureaux de tourisme sont tous dotés d'un espace boutique qui propose plusieurs gammes de produits.

En 2024, nous avons œuvré pour développer leur attractivité et mieux les faire connaître, tant aux touristes qu'aux locaux.

Notre objectif est de diversifier les produits proposés pour répondre aux attentes des différents visiteurs que nous accueillons.

### Chiffre d'affaires des produits identitaires

**10 279,25 €**

**64 % du CA en juillet et août**

**1 724 articles vendus**



### Se positionner comme la vitrine de nos artisans et producteurs

Depuis 2023, nous développons un partenariat avec des artisans et producteurs locaux en développant une gamme de produits 100% locaux.

Nous tenons à mettre en avant leurs savoir-faire et leurs valeurs. Nos visiteurs peuvent ainsi découvrir et acheter les produits de la ferme La Plume au Vent basée à Saint-Vincent-sur-Graon, le miel de Stéphanie Busset de Poiroux, du sel de la Guittière. Nous avons élargi cette gamme en mettant à la vente des savons de la savonnerie BAM d'Avrillé, des porte-clés et bloc portes en pomme de touline créés à la main par Sab Little Boutique de l'Aiguillon-la-Presqu'île.



# -- Le Système d'Information Touristique --

Source : Base de données régionale Tourinsoft



L'office de tourisme dispose d'un système de gestion de l'information : Tourinsoft.

Il a 2 rôles principaux :

- **La saisie et la gestion de l'information touristique** qui permet de référencer et de mettre à jour les offres touristiques.
- **La gestion relation client** qui permet d'enregistrer les demandes des clients.

En 2024, **4 959 fiches** sont gérées par l'office de tourisme et alimentent :

- **Site internet de Vendée Tourisme**
- **Site internet de La région**
- **Site internet de la destination**
- **Application Vendée Grand Littoral**
- **Datatourisme** : plateforme [www.datatourisme.gouv.fr](http://www.datatourisme.gouv.fr)

## Fiches sur Tourinsoft

- **1 672** hébergements
- **1 552** fêtes et manifestations
- **728** commerces
- **213** sites de visite et de loisirs
- **75** organismes et élus
- **371** associations
- **100** restaurants
- **87** patrimoine
- **76** producteurs et artisans
- **38** brochures
- **47** itinéraires touristiques

## -- Les labels et classement --

<https://pro.destination-vendeegrandlittoral.com/accompagnement/classements-labels>

### Classement en catégorie II

L'office de tourisme Destination Vendée Grand Littoral est classé en **catégorie II** depuis le 29 juillet 2021. Cette distinction est un signe de **reconnaissance nationale** qui garantit une **cohérence** et **homogénéité** dans les services rendus par l'Office de Tourisme. Cela permet également d'accroître la **visibilité** de l'office de tourisme, de développer une **politique de promotion, conseiller** et **coordonner** les acteurs touristiques et les porteurs de projet.

#### Tourisme & Handicap

La marque d'état Tourisme et Handicap garantit un accueil adapté aux besoins indispensables des personnes en situation de handicap.

**Offres en Vendée Grand Littoral qui ont cette marque :**

- 4 gîtes
- 1 centre de vacances
- Bureau de tourisme d'Angles

#### Accueil vélo

C'est une marque nationale qui garantit aux touristes à vélo un accueil et des services de qualité adaptés à leurs attentes dans les établissements touristiques labellisés.

**Nombre de structures labellisées : 21**

- 7 campings
- 1 centre de vacances
- 1 chambre d'hôtes
- 4 sites de visites et de loisirs
- 2 loueurs et réparateurs de vélos
- 3 bureaux de tourisme
- 1 restaurant

#### Welcome C'est beau ici !

Cette démarche a pour but d'améliorer l'accueil de la clientèle anglophone.

**Nombre de prestataires : 28**

- 9 campings
- 6 gîtes
- 1 chambre d'hôte
- 10 sites de visites et de loisirs
- 1 loueur et réparateur de vélos
- 1 restaurant

#### Toutourisme

Ce label consiste à réserver un accueil spécifique aux propriétaires de chiens dans les différents lieux de visite et d'y séjourner en toute sérénité.

Tous les bureaux de tourisme sont labellisés. Ils proposent un toutoubar et un pack de bienvenue.

Le camping Le port de Moricq à Angles et le village vacances Azureva à Longeville-sur-Mer accueillent les animaux de compagnie avec des prestations particulières.

# La promotion - La communication

## -- Les campagnes de promotion --

Source : Vendée Expansion

9 articles dans la presse

9 articles sur internet

1 reportage télévision

1 reportage radio

1 campagne sur les réseaux sociaux

Contre Valeur Publicitaire : **670 203 €**

Audience : **1 223 517**

### Zoom sur

la campagne sur les  
réseaux sociaux  
avec Alouette

En partenariat avec MS Vacances Les Brunelles

Du 18 au 22 mars 2024

#### Résultats :

Facebook : 1 294 fans en +

Instagram : 971 abonnés en +



## 7 accueils presse en Vendée Grand Littoral

### Magazine Sud Ouest

Accueil presse le 17 avril  
3 pages dans la presse  
Audience : 917 200  
CVP : 35 307 €

### Version Femina

Accueil presse les 28 et 29 avril  
1 page dans la presse + 1 page sur Internet  
Audience : 10 377 519  
CVP : 372 800 €

### Météo à la carte - France 3

Accueil presse le 16 juin  
Reportage de 7min14

### TO Espagnols

Accueil presse les 11 et 12 avril  
Diffusion en attente

### Elle Magazine

Accueil presse les 6 et 7 juin  
Diffusion en attente

### Vakantie met kinderen

Accueil presse le 30 juillet  
3 pages sur Internet  
Audience : 348 000

### Travelalut

Accueil presse les 5 et 6 mai  
1 page sur Internet  
Audience : 70 000  
CVP : 1 750 €

2. La Plage du Veillon, met kilometers wit zand en kristalhelder water



4. Plage des Conches, omringd door bossen in Longvilliers-sur-Mer



De la Tranche-sur-Mer à Jard-sur-Mer (27 km)

Sur la lagune de la Belle Henriette, la passerelle sur pilotis décrit une courbe gracieuse jusqu'aux dunes et l'océan. Au cœur de cette réserve naturelle, on est aux premières loges



# -- Action de promotion --

Source : Vendée Expansion

## Rendez-vous de la Vendée à Vélo

**Le mercredi 24 juillet 2024**

- Lieu : Rue du Goulet à Saint-Vincent-sur-Jard

**85 personnes ont été accueillies sur le stand**

Cet évènement grand public a pour objectif d'inviter les touristes à vélo à découvrir la Vendée à vélo et l'offre des prestataires "Accueil vélo" du territoire et de la Vendée.

Il nous permet de venir à la rencontre des pratiquants, qu'ils soient occasionnels ou itinérants.

Différentes brochures sont distribuées lors de ce rendez-vous :

- Carte de la Vendée
- Plan de ville
- Carte vélo
- Guide touristique
- ...



### Les éditions grand public

Afin de répondre au mieux aux attentes de nos visiteurs, nous réalisons chaque année plusieurs guides dans lesquels sont présentés les atouts du territoire mais également nos partenaires touristiques.

#### Magazine Envolées



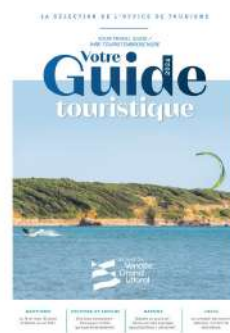
7 000 exemplaires

#### Carte touristique & vélo



25 000 exemplaires

#### Guide touristique



12 000 exemplaires

#### Guide hébergements



Brochure numérique

#### Horaires des marées



31 000 exemplaires

### Les éditions à la demande

 **17 fiches techniques**

 **11 fiches techniques**

 **11 fiches techniques**

Exemples : Les marchés ; Le toutourisme  
Les activités par temps de pluie ; La liste  
des locations de salle...

#### 15 e-brochures

- Les vide-greniers en Vendée
- Les aires de camping-car
- Les commerçants et artisans
- Les services de santé
- Les centres équestres
- ...

**Diffusion** : dans les bureaux de tourisme, chez les professionnels et sur le site pro.

## -- Les outils numériques --

Sources : Google Analytics ; Google My Business ; Réseaux sociaux ; Mobile Développement

### Application mobile Vendée Grand Littoral

Lancement de l'application  
le 3 juillet 2023

**6 717**  
téléchargements

**4,7** ★★★★★ 62 avis

En 2024 :  
**33 635 consultations**



#### Top 5 des rubriques les plus consultées

- 1 - Webcams
- 2 - Plage du Rocher
- 3 - Port Bourgenay
- 4 - Marées
- 5 - Plage des Conches

### Le site internet de destination

[www.destination-vendeegrandlittoral.com](http://www.destination-vendeegrandlittoral.com)

**241 367** visiteurs uniques

#### Top 5 des pages les plus vues

- 1 - Les webcams
- 2 - Page d'accueil
- 3 - Agenda
- 4 - Les marchés
- 5 - La Pointe du Payré

### Google My Business

Bureaux de tourisme

**4,4** ★★★★★

**568** avis

|                 |       |   |          |
|-----------------|-------|---|----------|
| Angles :        | 4,4/5 | - | 136 avis |
| Bourgenay :     | 4,7/5 | - | 17 avis  |
| Jard :          | 4,3/5 | - | 195 avis |
| Longeville :    | 4,4/5 | - | 159 avis |
| Saint-Vincent : | 4,3/5 | - | 61 avis  |

### Réseaux sociaux

#### FACEBOOK

**13 765** fans

+ 14 % par rapport à 2023

**114** publications

**191** stories

#### INSTAGRAM

**5 396** abonnés

+ 29 % par rapport à 2023

**82** publications

**254** stories

#### LINKEDIN

**834** abonnés

+ 11 % par rapport à 2023

**4** publications

# Les partenaires

## -- Les relations partenaires --

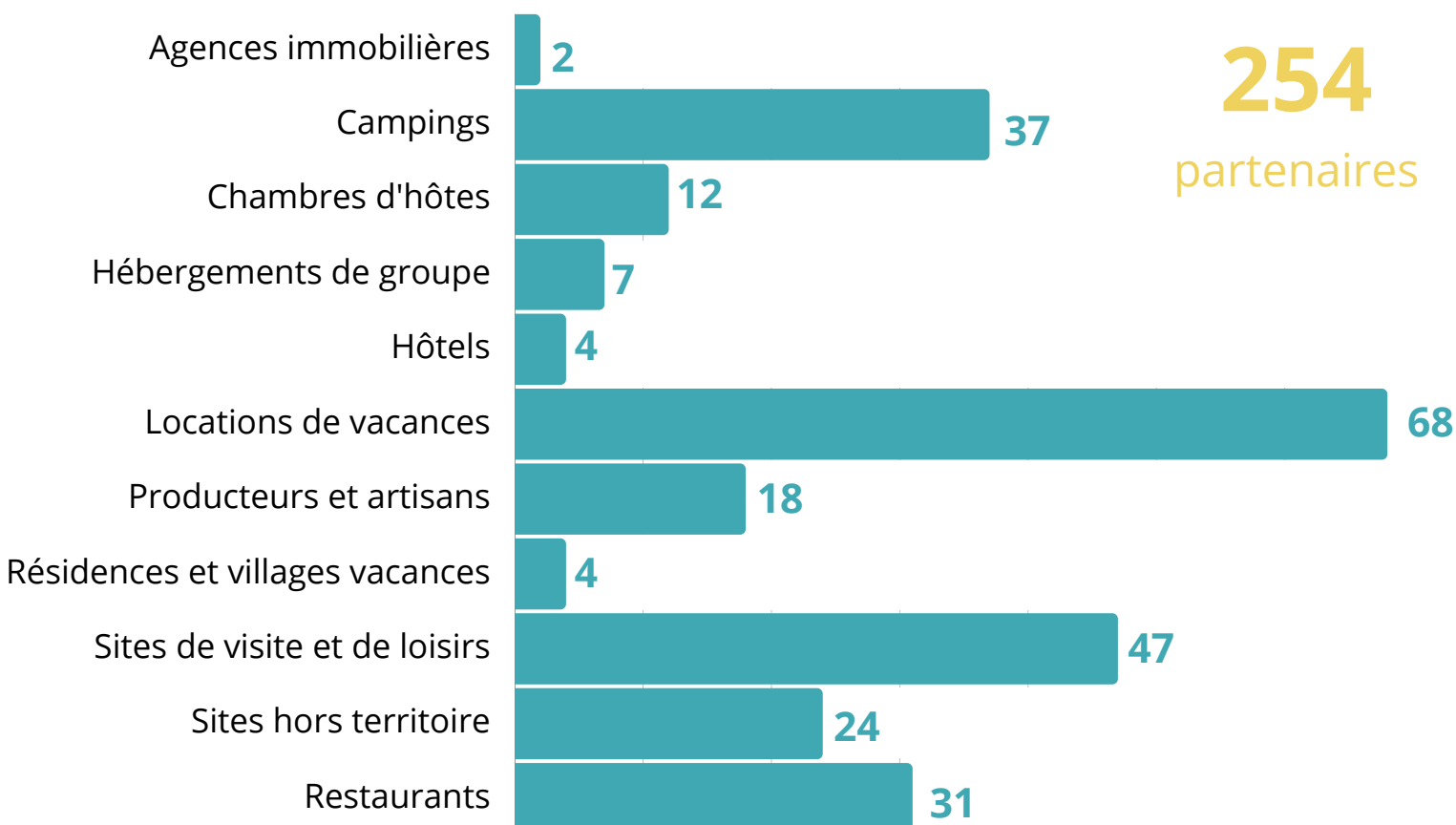
**Les socio professionnels sont au cœur de notre stratégie et de nos actions.**

L'Office de Tourisme Destination Vendée Grand Littoral fédère **254 partenaires** de différentes filières qui sont présents sur les 20 communes du territoire.

L'objectif prioritaire est d'accompagner les professionnels dans le développement de leurs compétences et l'adaptation aux pratiques et nouvelles tendances de consommation.

Des services à forte valeur ajoutée comme la mise à disposition et la livraison de nos éditions nous permettent d'être au cœur de notre territoire et des préoccupations de nos professionnels.

### Répartition par type de partenaires



# Les accompagnements

Notre action auprès de nos partenaires s'articule autour de trois grands axes :

- L'objectif premier est de les accompagner dans le **développement de leurs compétences**, dans l'adaptation aux nouvelles pratiques et tendances de consommation.
- Par ses actions de mise en réseau, notre office de tourisme permet aux acteurs du tourisme de **se rencontrer et de nouer des partenariats**.
- La **mise à disposition de nos supports** (nos éditions, l'appli mobile, les top listes, ...) et les **livraisons chez hébergeurs professionnels** sont des services à forte valeur ajoutée pour nos partenaires.



## Nos actions 2024

- **8** visites de contrôle pour les meublés et chambres d'hôtes
- **12** visites chez les partenaires
- **3** éductours
- **3** distributions des éditions chez les hébergeurs pros et restaurants
- **2** petits-déjeuners avec les chambres d'hôtes
- **2** matinales des pros avec les campings
- **1** matinale des pros avec les sites de visite et de loisirs
- **2** assemblées générales (Gîtes de France et Clévacances)



## -- Les partenaires et le web --

Source : Vendée Expansion

### Open System

Un outil de **gestion de planning de disponibilité** et de **vente en ligne** des hébergements et activités, mis à disposition par Vendée Expansion et déployé en partenariat avec l'office de tourisme.

#### **87** professionnels adhérents à l'Open System :

- 64 locations de vacances
- 19 campings
- 3 sites de visite et de loisirs
- 1 hôtel

#### Volume d'affaires généré par les offres du territoire :

**252 346 €** -- dont 157 325 € pour l'Aquarium de Vendée --

#### Nombre de transactions / ventes pour les offres du territoire :

**3 570** -- dont 3 393 pour l'Aquarium de Vendée --

### Le site pro

Source : Google Analytics

A destination des professionnels du tourisme de la destination, **le site pro est une véritable boîte à outils** pour toutes les personnes qui souhaitent obtenir des renseignements sur l'économie touristique de la destination, des informations liées à l'actualité et à la législation ainsi que des offres de services et des accompagnements pour se professionnaliser.

**7 056** visiteurs uniques

#### Top 5 des pages les plus vues

- 1 - Obligations et normes
- 2 - Affichage Chambres d'hôtes
- 3 - Réglementation : Acompte-arrhes-dépôt de garantie
- 4 - Réglementation : Chèques vacances
- 5 - Chambre d'hôte Référence

**Mails et Newsletters envoyés en 2024**



**89**

## -- Les temps forts 2024 --

### Le grand échange



Le 21 mars 2024



Salle Le Bois Bouquet à Moutiers-les-Mauxfaits



40 exposants et 120 visiteurs



Cet événement a **lancé la saison 2024** avec la présentation des projets à venir. Cela a permis d'échanger **les documents édités entre professionnels** du tourisme.

Un diaporama a été diffusé pour présenter les **nouveautés** des prestataires du territoire et leurs nombreuses activités touristiques locales. C'est un moment partagé, convivial et attendu des professionnels.

### Le bilan de saison



Le 21 novembre 2024



Théâtre municipal à Angles



60 présents (élus et professionnels du tourisme)



La saison touristique 2024 a été marquée par des variations, avec **un mois de juillet en demi-teinte**, contrastant avec **un mois d'août plus satisfaisant**. Les meublés touristiques ont enregistré de bons résultats, notamment auprès de la clientèle française. **La fréquentation étrangère progresse**, portée par les Espagnols et les Allemands, malgré une baisse des Britanniques. Le pic a été atteint le 15 août avec 2,8 millions de nuitées.

Le bilan de saison s'est terminé avec **l'intervention de Jérôme Forget**, fondateur du cabinet Guest et Stratégie sur le thème : **Utilisation de l'Intelligence Artificielle dans le tourisme**.

# La soirée de lancement du magazine Envolées



Le 22 mai 2024



Le Banc de Sables à Longeville-sur-Mer



60 invités

Pour la première année, l'office de tourisme a eu le plaisir de réunir partenaires, acteurs du territoire et élus pour célébrer le lancement du magazine Envolées en Vendée Grand Littoral. Une soirée placée sous le signe de la découverte, de l'échange et de l'inspiration.



# La vie de l'office

## -- Les missions transversales --

### Participation aux projets et dossiers de la Communauté de communes :

- Mobilité : Vélodyssée, randonnées pédestres et boucles "Ca roule"
- Commission Tourisme - Culture - Sport - Patrimoine
- Comité de Direction de la Communauté de communes
- Projet de Port Bourgenay - aménagement du pôle nautique
- Travail en collaboration avec le service économie sur l'accompagnement des professionnels, notamment les porteurs de projets
- Programme d'action PCAET
- Projet Grand site de France
- Projet Fou d'Local au resto visant à valoriser les restaurateurs de la destination qui travaillent les produits locaux de notre territoire
- Création et suivi des dossiers pour les dominations communes touristiques pour les communes de Jard-sur-Mer, Longeville-sur-Mer, Saint-Vincent-sur-Jard et Talmont-Saint-Hilaire
- Conseil et accompagnement de la commune de Saint-Cyr-en-Talmondais sur la taxe de séjour.

## La démarche RSE

Dans un souci d'amélioration de sa consommation, de réduction de son impact environnemental et de la contribution de la SPL au enjeux du développement durable, **la SPL s'engage à :**

- Une gestion raisonnée des éditions (réimpression en cours d'année si besoin),
- Une consommation de flyers des partenaires limitée avec un tableau de suivi des stocks,
- L'incitation à la prise de photos et développement de QR code pour la clientèle,
- La mise en place d'une journée banalisée "Greenday" pour nettoyer nos espaces de stockage et nos boites mails,
- Favoriser le télétravail,
- Favoriser les déplacements en mobilité douce et le co-voiturage,
- Inciter à consommer local,
- Acheter des produits boutique en local quand c'est possible,
- Incitation à la réparation du matériel informatique et achat de produits reconditionnés quand cela est possible.

## Les réunions d'équipe et connaissance du territoire

10

réunions équipe

5

visites de sites et hébergements

- Chasse au trésor de Longeville-sur-Mer
- La Coulée Douce
- Gîte La Belle étoile
- Camping L'Océano d'Or
- Hôtel Les Clayères

## Les formations et webinaires

### Accueil

- Accueil des personnes en situation de handicap
- Booster les ventes boutique et animation vitrine
- Intégrer les habitants dans sa stratégie d'accueil
- Optimiser sa stratégie relationnelle digitale par email
- Qualité tourisme
- Pilotage de la performance - Think My Web : Atelier 1 : les bases du pilotage de la performance
- Pilotage de la performance - Think My Web : Atelier 2 : mains dans le cambouis (Matomo et Analytics 4)

### Partenariat

- Repenser et optimiser son guide partenaire

### Promotion / Communication

- Maîtriser la qualité dans les projets web
- Magazines touristiques : Tendances éditoriales et astuces de diffusion
- Plateforme Chatbot IA Touristique

215,30 H

de formation et de webinaire

100 %

des salariés ont suivi une formation ou un webinaire

## -- L'équipe permanente --

### Les contrats CDI

**Magalie Bironneau**

**Directrice**

Longeville-sur-Mer

**Lucie Touzeau**

**Directrice adjointe**

Jard-sur-Mer

**Marie Barile**

**Promotion - Communication**

Jard-sur-Mer

**Anita Guibert**

**Conseillère en séjour**

Angles

**Delphine Bosset**

**Référente billetterie/boutique  
Animatrice qualité**

Jard-sur-Mer

**Sébastien Berthouly**

**Commercialisation**

Départ le 31 mars 2024

Longeville-sur-Mer

**Anne Orizet**

**Conseillère en séjour  
Qualification**

Longeville-sur-Mer

**Aurélié Belaz**

**Relations partenaires  
Relations presse**

Talmont-Saint-Hilaire

**Marie-Béatrice Echavidre**

**Agence postale**

Longeville-sur-Mer

**ÂGE MOYEN**

46 ans

**ANCIENNETÉ  
MOYENNE**

17 ans

## Les contrats CDD

**Caroline Bulteau**

**Durée : 6 mois**

Port Bourgenay

**Laetitia Laporte**

**Durée : 6 mois**

Jard-sur-Mer

**Justine Duplant**

**Durée : 6 mois**

Longeville-sur-Mer

**Ambre Navarro**

**Durée : 2 mois**

Saint-Vincent-sur-Jard

**Juliette Boumendjel**

**Durée : 2 mois**

Angles + Accueil mobile

**Svetlana Geisler**

**Durée : 2 mois**

Jard-sur-Mer

**Amélie Renault**

**Durée : 2 mois**

Plage du Veillon

**Maude Chardon**

**Durée : 2 mois**

Plage des Conches

## Les stagiaires

Longeville-sur-Mer

- **Candice Fort**  
Durée : 1 mois
- **Sonia Bourget**  
Durée : 5 jours
- **Romane Demaret**  
Durée : 3 semaines
- **Emilio Mercier**  
Durée : 1 mois

Jard-sur-Mer

- **Titouan Amelineau**  
Durée : 2 jours
- **Julianne Bazin**  
Durée : 5 jours

## Conseil d'Administration

**Dalmasso  
Olivier**

Conseiller communautaire  
Maire de Saint-Vincent-sur-Jard

**Ferrand  
Jean**

11ème vice-président de la  
Communauté de communes  
Maire de Champ-Saint-Père

**Gindreau  
Sonia**

**Vice-présidente de la SPL**  
4ème vice-présidente de la  
Communauté de communes  
Maire de Jard-sur-Mer

**Huger  
Laurent**

Représentant Communauté de  
communes Sud Vendée Littoral  
Maire de L'Aiguillon La  
Presqu'île

**Loizeau  
Pascal**

Conseiller communautaire  
1er adjoint à Talmont-Saint-  
Hilaire

**Monvoisin  
Joël**

**Président de la SPL**  
5ème vice-président de la  
Communauté de communes  
Maire d'Angles

**Neau  
Daniel**

10ème vice-président de la  
Communauté de communes  
Maire de Saint-Benoist-sur-Mer

**Pasquereau  
Annick**

6ème vice-présidente de la  
Communauté de communes  
Maire de Longeville-sur-Mer

**Pechoul  
Armel**

Conseil régional représentant la  
région des Pays de la Loire  
Adjoint aux Sables d'Olonne

**Poirier-Coutansais  
Olivier**

9ème vice-président de la  
Communauté de communes  
1er adjoint à Moutiers-les-  
Mauxfaits

**Roux  
Didier**

Conseiller communautaire  
Maire de Curzon

**De Rugy  
Maxence**

Président de la Communauté  
de communes  
Maire de Talmont-Saint-Hilaire

Destination Vendée Grand Littoral est une Société Publique Locale : une société régie par le droit privé (comptabilité, personnel de droit privé sous la convention Collective 3175) mais d'actionnariat public, qui travaille uniquement pour le compte de ses actionnaires.

# L'administration

## -- Agence postale intercommunale --

**Ce rapport 2024 dresse un panorama global de l'activité de l'Agence Postale et de ses réalisations. Il confirme ses engagements et met en lumière les impacts positifs et mesurables de l'Agence avec un focus particulier sur la force de sa multi-activité.**

**Comment ?** En adoptant prioritairement son format de présence aux réels besoins des clients. À partir du quatrième trimestre 2022, l'ouverture de l'Agence Postale est devenue quotidienne et la fermeture du samedi matin a laissé place à un juste équilibre entre les bureaux de Poste, les "points relais commerçants" et les solutions numériques éthiques de confiance.

**De quelle manière ?** Par un accueil privilégié de qualité qui pose ses fondations sur le lien humain et pérenne mais également grâce au développement d'une palette diversifiée de services du quotidien qui permet de répondre sur le territoire aux nouvelles attentes des visiteurs. La réflexion menée par la SPL DVGL en concertation avec l'agence postale, l'office de tourisme, la mairie et le groupe La Poste, a conduit à l'élargissement sur le territoire de la présence postale avec l'ouverture en avril 2022 d'un "relais" dans la zone touristique Les Conches. La création de cette synergie de services a permis de juguler le flux de l'Agence Postale Intercommunale tout en garantissant une continuité de service public de proximité à tous les Longevillais et touristes.

**Quels effets ?** Une proximité en action qui a agi tout au long de l'année contre la fracture numérique et sociale notamment avec l'espace dédié au service de l'inclusion numérique qui offre l'égalité d'accès aux visiteurs, aux démarches administratives en ligne. Cet accès aux services dématérialisés a permis de développer la culture numérique auprès d'une grande partie de la population non encore connectée. L'accompagnement s'est aussi concrétisé auprès des professionnels - notamment dans l'e-commerce - grâce à des outils pour mesurer **en réalité augmentée** leurs envois, via un parcours flexible et interactif. L'arrivée de la **smart data et l'IA** (intelligence artificielle) a permis d'améliorer la satisfaction, la simplification et la protection des clients en termes de données. Favoriser l'inclusion sociale passe aussi par l'accessibilité bancaire. L'Agence garantit - aux personnes exclues du système bancaire classique - un accès universel à des services bancaires gratuits, simples et indispensables.

### Pour le territoire, la présence utile au service de tous

**100 %**

des personnes sont accompagnées à l'Agence Postale Intercommunale dans l'usage du numérique éthique et inclusif.

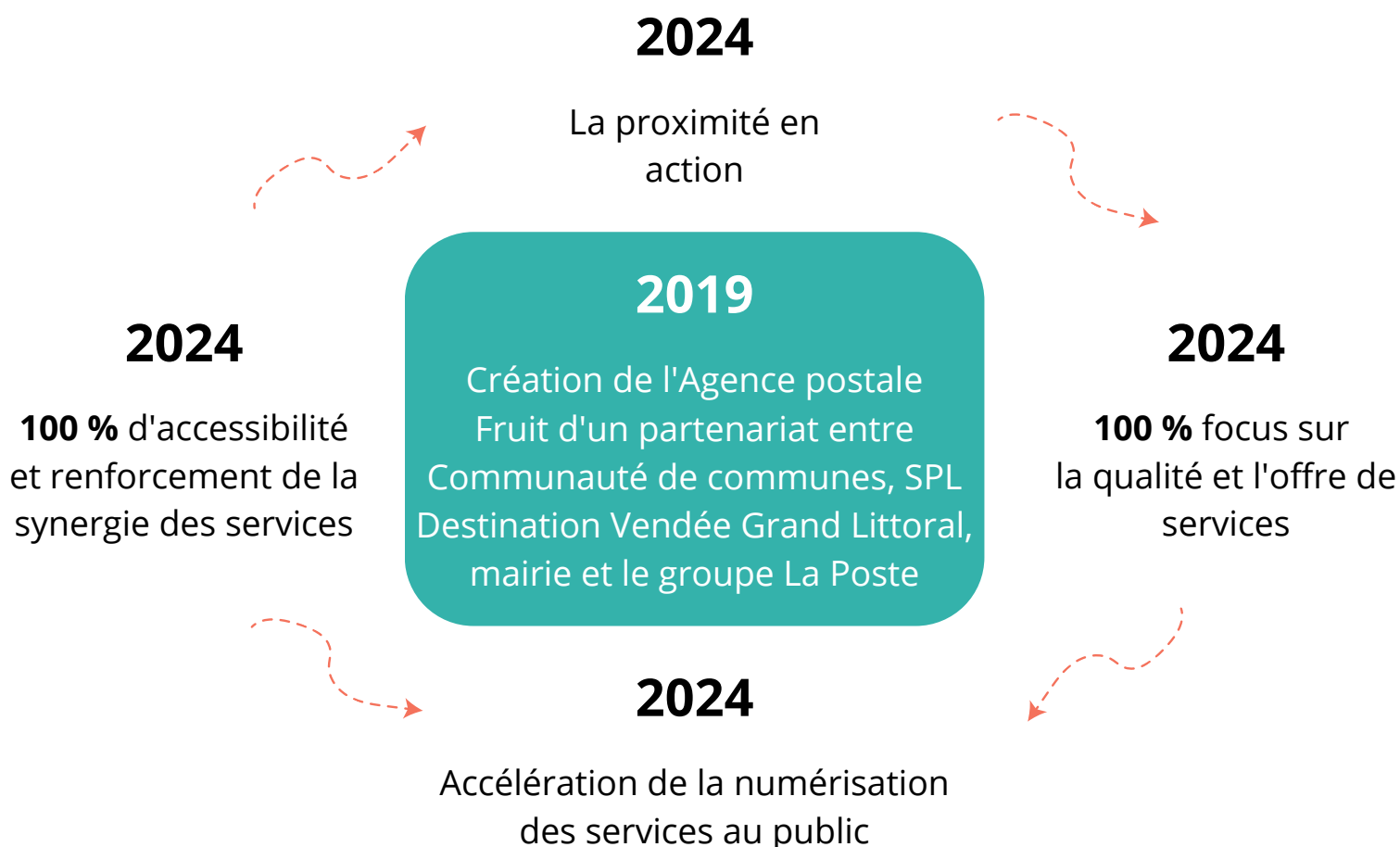
**100 %**

de la population Vendée Grand Littoral réside à moins de 5 km (et à moins de 20 min en voiture d'un point Poste) contre 97 % sur le plan national.

**100 %**

des clients bénéficient de la mission d'accessibilité bancaire.

**Pour le territoire, des services utiles là où les personnes en ont besoin, au bon moment.**



**Au cours de l'année 2024, l'Agence Postale a poursuivi ses missions au service du plus grand nombre et sa route de développement de diversification en mobilisant son expertise pour adapter des propositions d'offres aux spécificités locales avec un apport au plus près des besoins.**

La SPL Destination Vendée Grand Littoral - au travers de la Communauté de Communes - ainsi que la mairie de Longeville, se sont engagées à mettre la qualité de service, l'offre de service et l'accessibilité au cœur de leur préoccupation. La présence postale territoriale est aujourd'hui incarnée par des formats innovants sur le territoire, apportant des avancées concrètes pour les visiteurs.

Depuis son implantation au sein de l'office de tourisme fin 2019 et malgré une inflation forte qui a pesé sur le ralentissement de la consommation, l'Agence Postale Intercommunale a maintenu sa première position sur le secteur en termes de chiffre d'affaires, du nombre de visiteurs et d'opérations réalisées, dans le respect et la culture du service universel postal.

# Retrouvez toute l'actualité de l'office de tourisme sur

<https://pro.destination-vendeegrandlittoral.com>



**UNE QUESTION SUR L'OBSERVATOIRE, CONTACTEZ :**

**Magalie BIRONNEAU**

Directrice

[magalie.bironneau@destination-vendeegrandlittoral.com](mailto:magalie.bironneau@destination-vendeegrandlittoral.com)

07 71 70 46 49

**Marie BARILE**

Promotion - Communication

[marie.barile@destination-vendeegrandlittoral.com](mailto:marie.barile@destination-vendeegrandlittoral.com)

07 71 70 61 81

OFFICE DE TOURISME  
DESTINATION VENDÉE GRAND LITTORAL

[contact@destination-vendeegrandlittoral.com](mailto:contact@destination-vendeegrandlittoral.com)

[www.destination-vendeegrandlittoral.com](http://www.destination-vendeegrandlittoral.com)

