



BILAN DE SAISON 2025

Joël Monvoisin



Président de l'Office de Tourisme
Destination Vendée Grand Littoral

LES CHIFFRES CLÉS



Source : Flux Vision Orange

6 professionnels sur 10 jugent la saison estivale positive

Fréquentation plutôt bonne / stable

- Malgré un contexte “contrasté”, la région reste attractive : selon l’ORT des Pays de la Loire, 6 professionnels sur 10 jugent la saison estivale positive.
- Les réservations de locations saisonnières ont fortement augmenté.
- Les hébergements non marchands (famille, amis, résidences secondaires) jouent un rôle non négligeable.



Changements de comportement chez les visiteurs

- Séjours plus courts : 77 % des professionnels interrogés l’ont constaté.
- Réservations de dernière minute : 72 % des professionnels le rapportent.
- Mobilité plus “durable” : hausse des déplacements à vélo.

Baisse de la consommation touristique

- “Plus de touristes mais moins de consommateurs”.
- Les restaurateurs sont les plus impactés : fréquentation en baisse, marges réduites.



Plus de 30 millions de nuitées touristiques enregistrées entre le 1er avril et le 30 octobre 2025, un niveau stable par rapport à 2024.



AVANT-SAISON

Avril, Mai, Juin

+ 4%

Calendrier favorable
(Pâques, ponts de mai et
de la Pentecôte)



HAUTE-SAISON

Juillet & Août

Stable

Avec un mois d'août
confirmant son statut de
mois phare.

ARRIÈRE-SAISON

Septembre & Octobre

Stable

Avec une activité
régulière et constante



Plus de 4,3 millions de nuitées touristiques enregistrées entre le 1er avril et le 30 octobre 2025, un niveau stable par rapport à 2024.



AVANT-SAISON

Avril, Mai, Juin

Stable

Vacances de Printemps en hausse de 7 % par rapport à 2024



HAUTE-SAISON

Juillet & Août

-7%

Pic de fréquentation le 15 août : 60 000 nuitées touristiques

ARRIÈRE-SAISON

Septembre & Octobre

-10%

Météo capricieuse

LA SAISON ESTIVALE

2,6 MILLIONS

de nuitées touristiques en
juillet & août

JUILLET

1,2 million

de nuitées touristiques réalisées

-9% par rapport à 2024

AOÛT

1,4 million

de nuitées touristiques réalisées

-5% par rapport à 2024

Répartition des nuitées touristiques françaises et étrangères :

81 % françaises

19 % étrangères

Durées de séjour (clientèle française et étrangère) :

42 % moins de 7 nuits

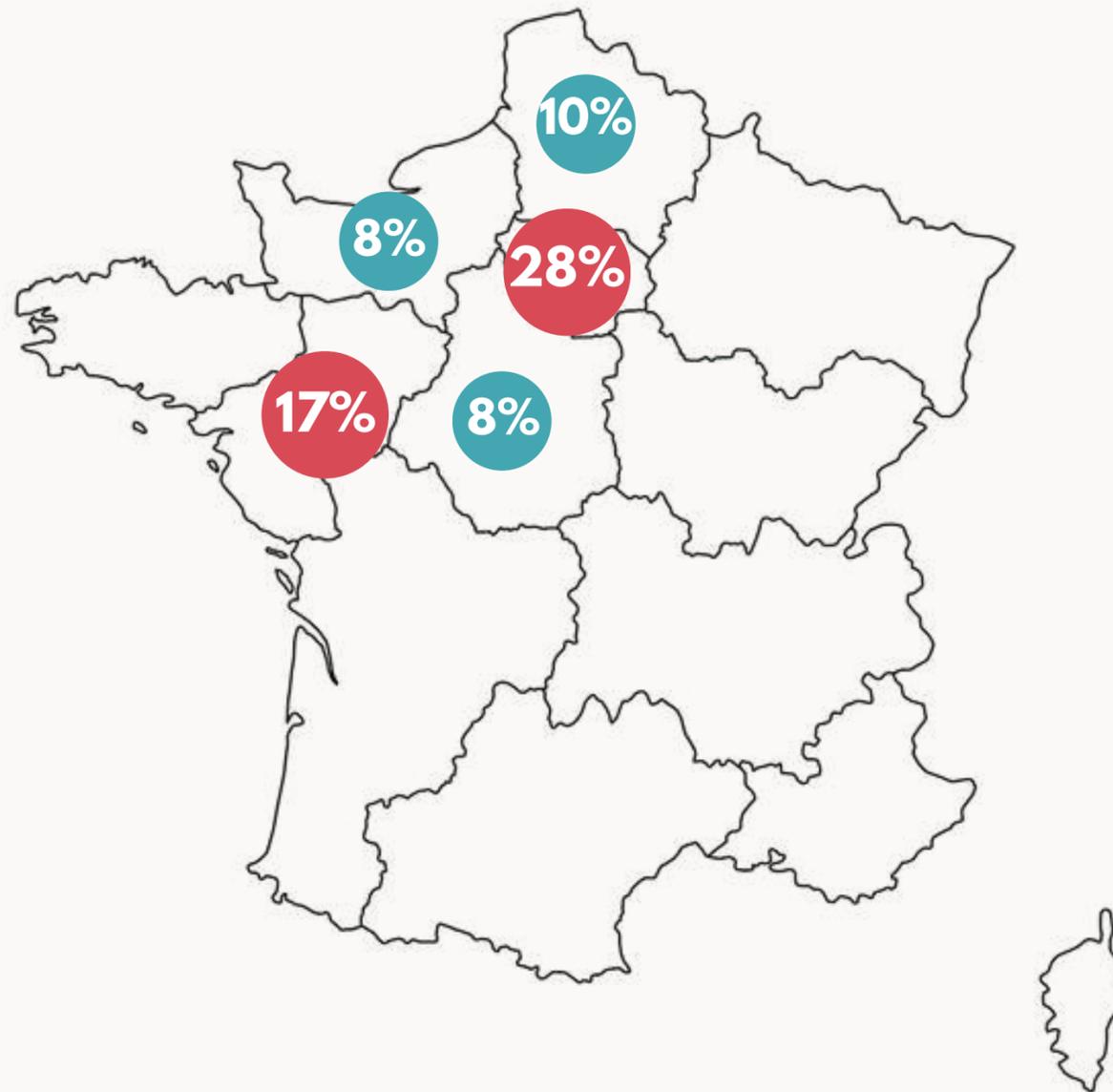
58 % 7 nuits et plus

Cap sur la clientèle française



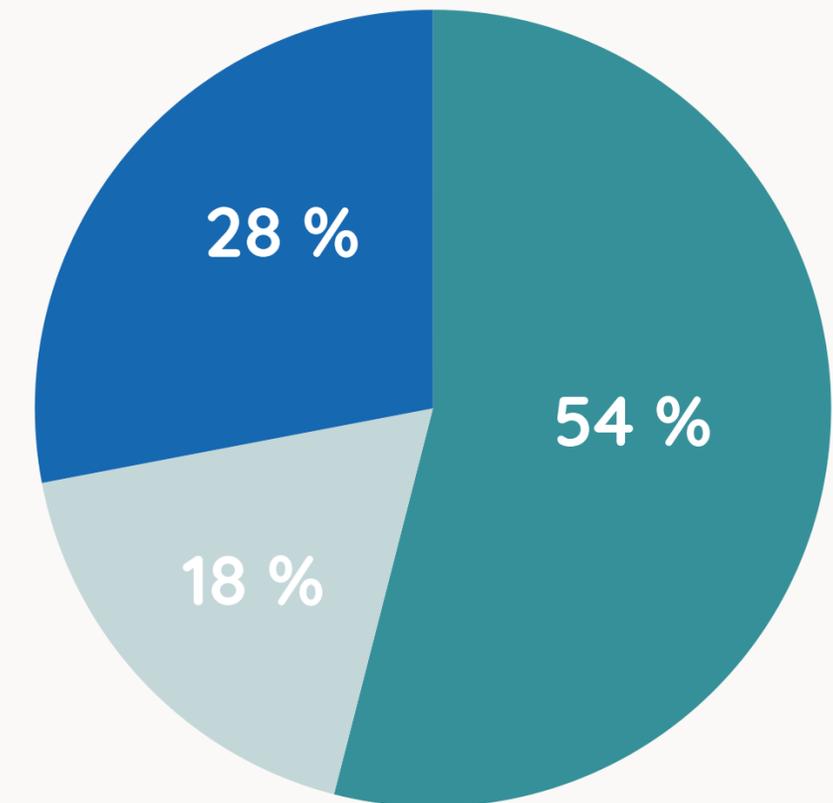
2,1 MILLIONS

de nuitées touristiques en juillet & août



CATÉGORIE SOCIOPROFESSIONNELLE :

- CSP+
- Populaire
- CSP en croissance

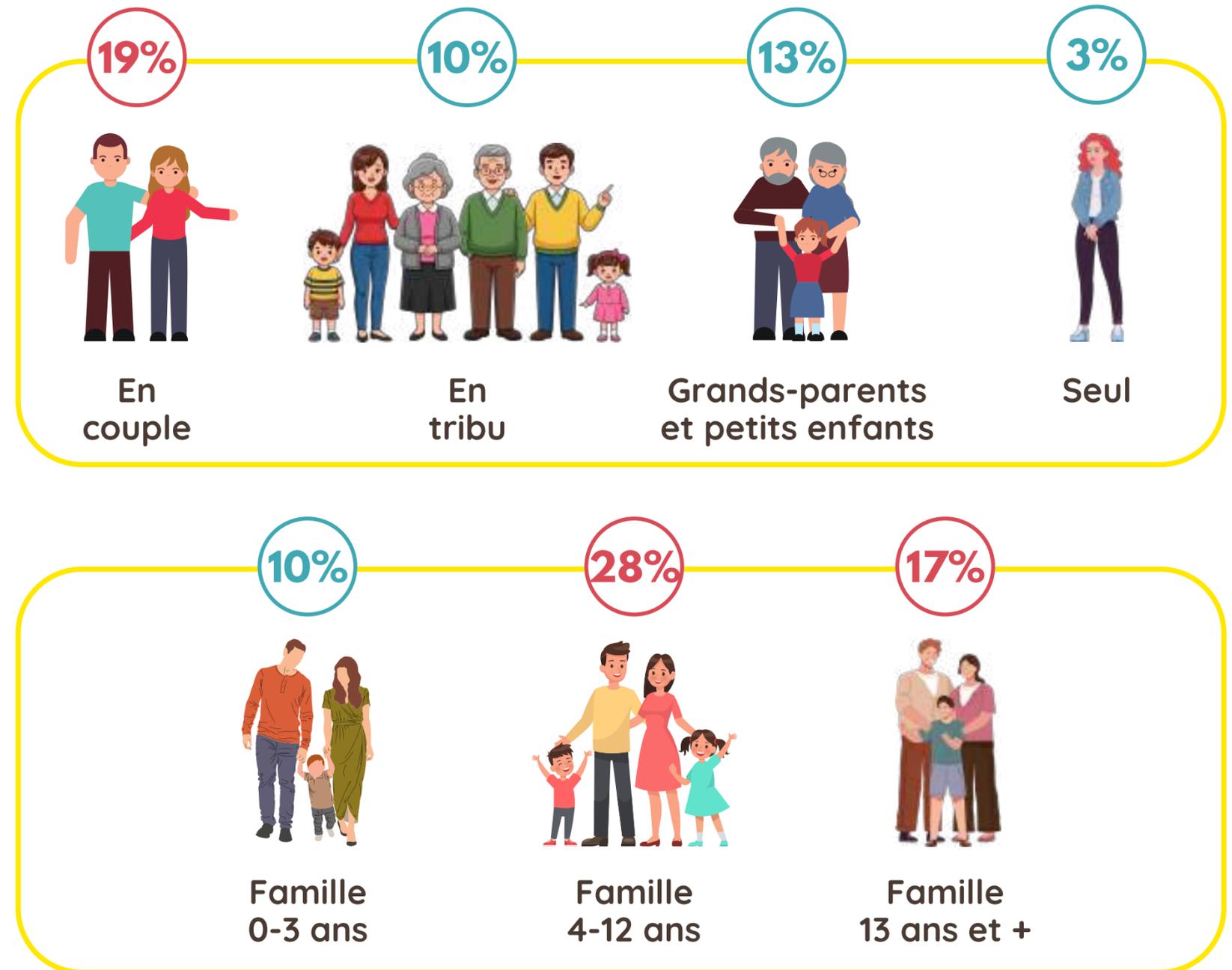


Cap sur la clientèle française

TRANCHE D'ÂGE :

- ① Moins de 18 ans
- ② 35 - 44 ans
- ③ Plus de 65 ans
- ④ 45 - 54 ans
- ⑤ 25 - 34 ans

PROFIL :



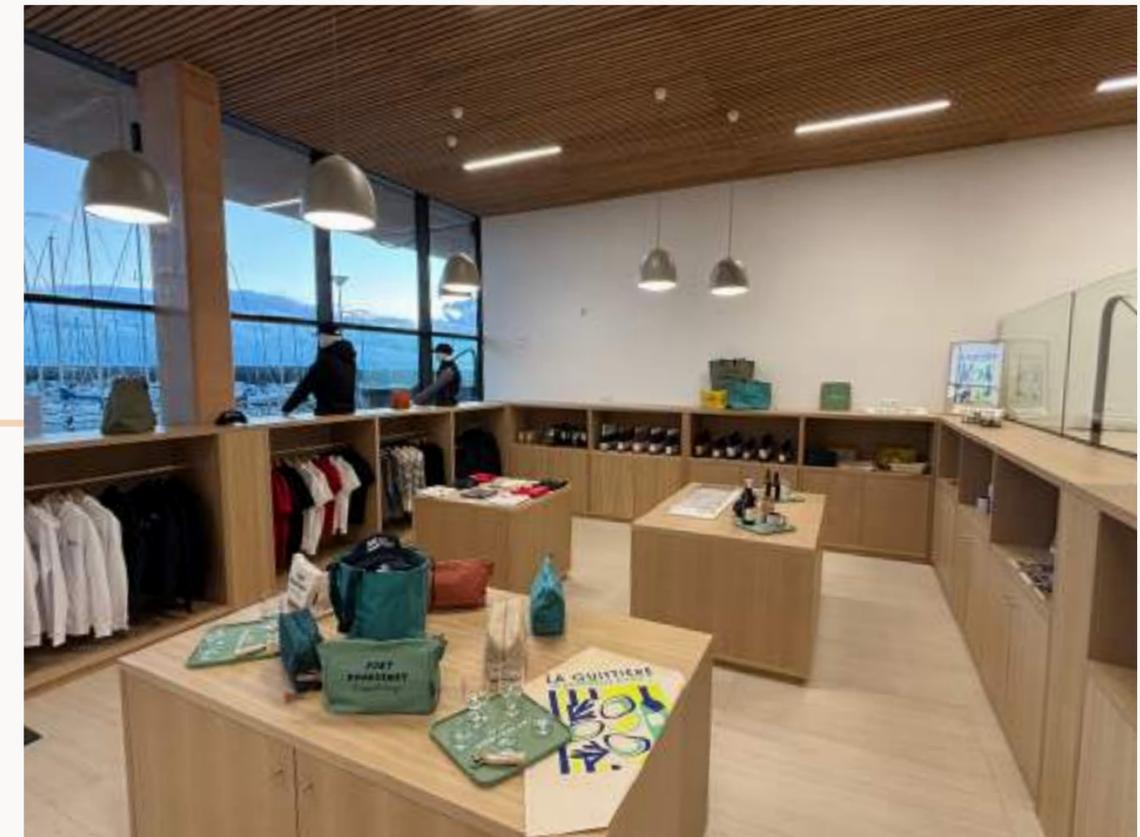
Cap à l'international



TOP 4 PAR PAYS

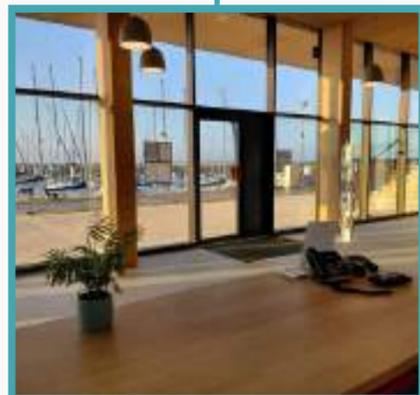
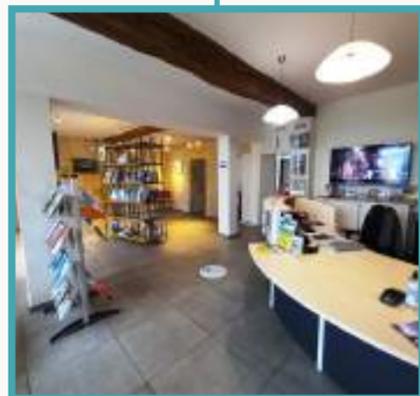
- ① Royaume-Uni (22%)
- ② Allemagne (19%)
- ③ Pays-Bas (19%)
- ④ Belgique (14%)

ACCUEIL ET FRÉQUENTATION



Source : SIT ; Conseil Départemental de la Vendée ; Vendée Expansion

57 000 visiteurs accueillis dans les points d'accueil du territoire,
du 1er avril au 31 octobre 2025, une légère baisse par rapport à 2024.



AVANT-SAISON

Avril, Mai, Juin

+5%

Calendrier favorable
(Pâques, ponts de mai et
de la Pentecôte)

HAUTE-SAISON

Juillet



Stable

Août



-13%

Légère hausse de la
clientèle étrangère

ARRIÈRE-SAISON

Septembre & Octobre

+10%

Légère hausse de
fréquentation pendant les
vacances d'Automne.
Ouverture du bureau de
Port Bourgenay

Cap sur la mobilité

506 945

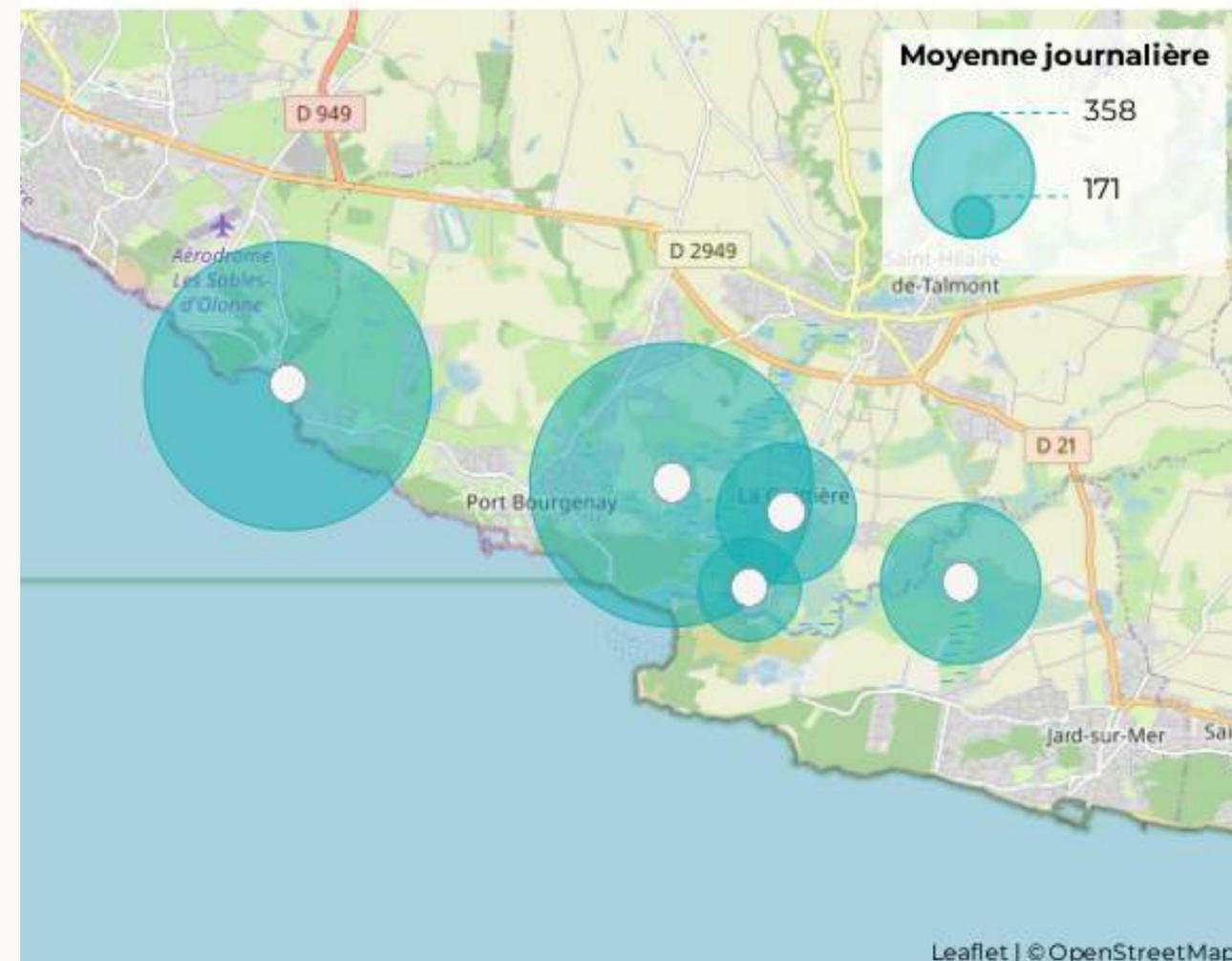
passages vélo

Du 01/01/2025 au 18/11/2025

↑ + 2,1%

 Sites	Passages vélo	Moyenne journalière
Cayola	152 302	473
Passerelle Cul d'Ane	142 770	443
Chemin de la Vinière	81 850	254
Village de la Guittière	66 866	208
Port de la Guittière	63 157	196

localisation éco-compteurs vélos Payré



L'observatoire



581 questionnaires remplis

Restitution en juin 2026



Outils pour l'observatoire :

- Vendée Expansion
- Flux Vision Orange
- Tourinsoft
- Enquête auprès des professionnels
- Solution Liwango

BILAN DES ACTEURS DU TERRITOIRE



Source : Enquête réalisée auprès des professionnels

Sites de visite et de loisirs

850 000 VISITEURS

dans les sites payants

Une météo ensoleillée qui a boosté la fréquentation des activités outdoor, notamment nautiques.

75 %

des structures estiment leur fréquentation stable ou en hausse

=
43 % **32 %**

 87%

 13%



Les ports



Plus de 2 501 escales aux ports de
Jard-sur-Mer et de Bourgenay



Hôtellerie de Plein Air

Du court séjour et des tarifs qui s'adaptent à la demande

78 %

des campings estiment
leur fréquentation
stable ou en baisse

=
46 % **32 %**

 84%

 16%



Résidences de tourisme & Hébergements de groupe

Un excellent taux de remplissage
sur la période estivale

75%

des structures estiment
leur fréquentation
stable

=

 95%

 5%



Hôtels & Chambres d'hôtes

Des hébergements qui séduisent la clientèle étrangère

57 %
des propriétaires estiment
leur fréquentation stable
ou en hausse

=

14 % **43 %** ↑

 65%

 35%



Locations de vacances

Une offre importante qui affiche un taux de remplissage plus réduit

82 %

des propriétaires estiment leur fréquentation stable ou en baisse

=
59 % **↘**
23 %

 89%

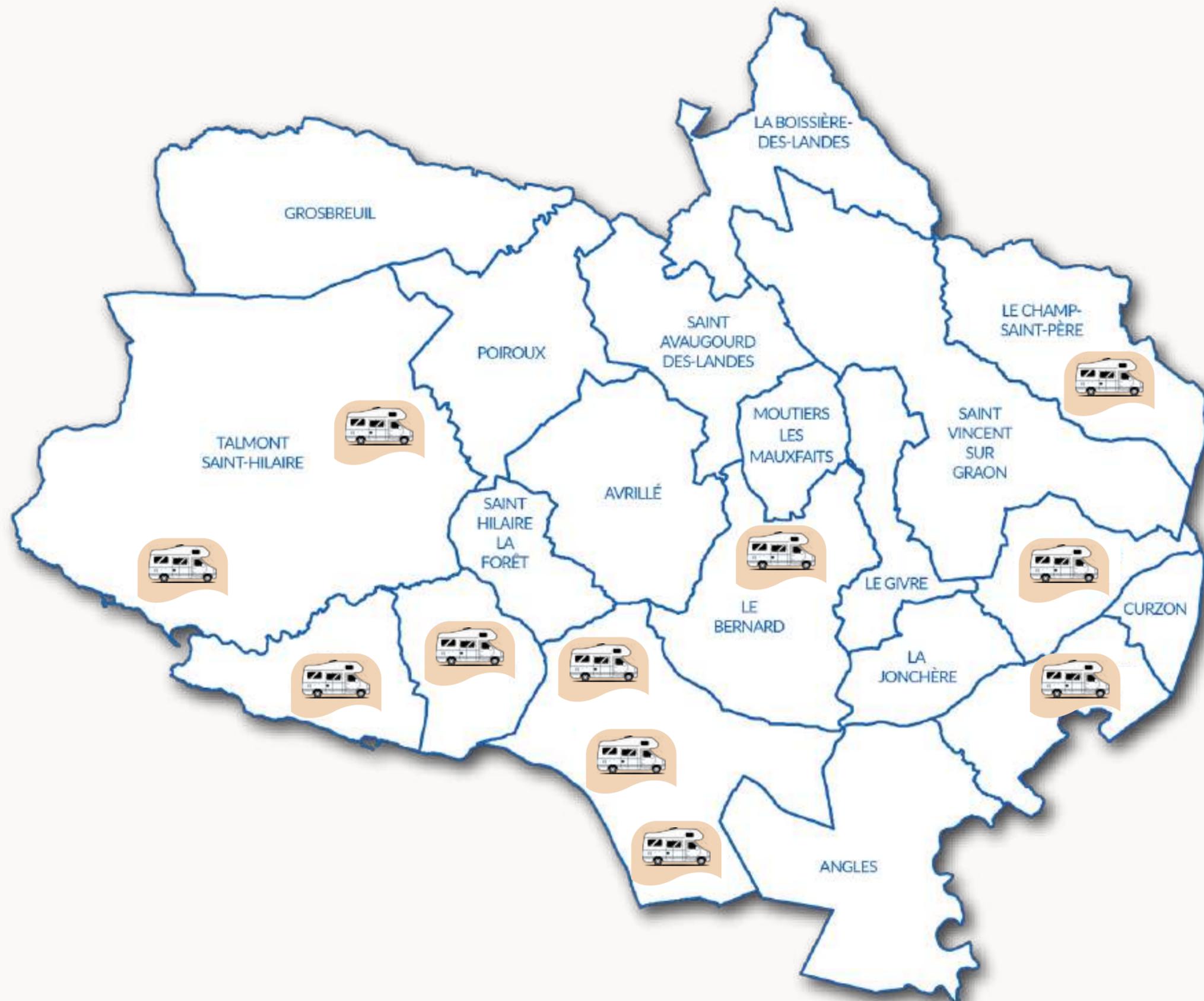
 11%



Aires camping-car

18 400

nuitées sur les 11
aires camping-car
du territoire.



Producteurs locaux et artisans

Une saison positive, mais avec un panier moyen plus réduit

76 %

des structures estiment
leur chiffre d'affaires
stable et en hausse

=
33 % **43 %** ↑



Restaurants

Une saison positive notamment grâce à la présence de la clientèle étrangère

82 %
des structures estiment
leur chiffre d'affaires
stable et en hausse

= **46 %**  **36%**



LA PROMOTION DE LA DESTINATION



Destination

BEVILLE-SUR-MER



Vendée
Grand
Littoral



5 INSPIRATIONS

Destination

JORD-SUR-MER
ST-VINCENT-SUR-MER



Vendée
Grand
Littoral

Une destination connectée



10 950

téléchargements

depuis sa création en 2023

TOP 5 DES RUBRIQUES LES PLUS CONSULTÉES :

- ① Les webcams
- ② Les marchés
- ③ Les marées
- ④ L'agenda
- ⑤ Les plages

Promotion



- 5 accueils de presse
- Page destination sur le site Vendée Tourisme
- 2 campagnes de communication avec Alouette
- Vivez la Vendée Outdoor
 - Campagne sur les réseaux et internet

26 500 followers



700

contenus
partagés



LES PARTENAIRES



Visibilité

- ★ Faire connaître votre offre auprès de nos clients
- ★ Prescription de la part de notre équipe
- ★ Réservation par notre service billetterie



Réseau

- ★ Échanger avec vos homologues et votre Office de Tourisme
- ★ Développer votre réseau
- ★ Nouer des partenariats



Accompagnement

- ★ Disposer de ressources utiles
- ★ S'informer
- ★ Se professionnaliser























Accompagnement

- ★ Disposer de ressources utiles
- ★ S'informer
- ★ Se professionnaliser



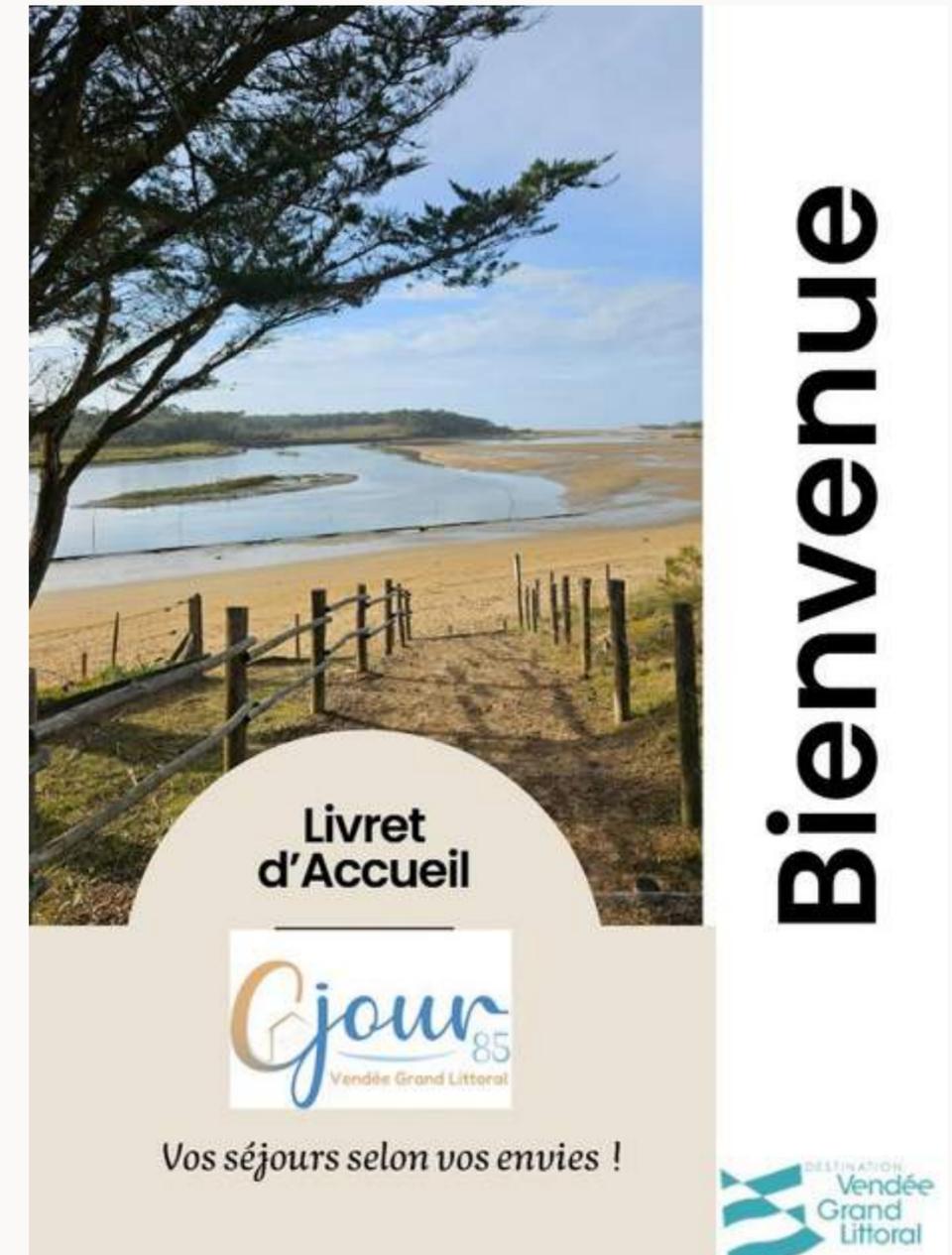
Les prochains temps forts

- ★ Samedi 29 novembre : Valorisation de votre offre sur les supports de l'Office de Tourisme
- ★ Samedi 10 janvier : Politique tarifaire et politique commerciale
- ★ Lundi 19 janvier : Audit et évolution de la stratégie marketing
- ★ Vendredi 23 janvier : Réseau et partenariats commerciaux
- ★ Mardi 3 mars : Intelligence Artificielle



Projets 2025 : livret d'accueil

- ★ Un outil indispensable pour vos hôtes ... mais surtout pour vous et la destination.
- ★ Gain de temps pour l'hébergeur
- ★ Amélioration de l'expérience voyageur et de la satisfaction client
- ★ Fidélisation de la clientèle
- ★ Outil de promotion de la destination



Projets 2025 : carte pass

- ★ Profiter d'avantages exclusifs
- ★ Inciter à consommer local
- ★ Renforcer la visibilité des partenaires de l'opération
- ★ Faire de vous de vrais représentants du territoire



Projets 2025 : l'excellence à l'accueil

- ★ Formation en ligne pour vos saisonniers
- ★ Une manière ludique de découvrir et d'apprendre
- ★ Promotion de l'offre du territoire



STRATÉGIE 2024-2026



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 qualité d'excellence

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

Nos partenaires pour le cocktail

