



# CHIFFRES CLÉS

## DU TOURISME D'AFFAIRES

### EN VENDÉE

> *focus 2019*

## ► PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU TOURISME D'AFFAIRES

### Le tourisme d'affaires : Une filière en pleine expansion

Facteur d'attractivité et propice à des retombées économiques positives, **le tourisme d'affaires est au cœur du développement de multiples territoires**. Selon Atout France, le tourisme d'affaires représenterait depuis plusieurs années, environ 25 % du chiffre d'affaires de la totalité des activités touristiques en France.

De nombreuses destinations s'approprient ce créneau qui permet notamment de **diversifier l'activité touristique** globale et de **pouvoir proposer un tourisme à l'année dit « 4 saisons »**. Mis en avant dans son Schéma Départemental de Développement Touristique 2017/2021, cette désaisonnalisation constitue l'un des principaux enjeux pour le département de la Vendée.

Pour symboliser son engagement dans cette démarche, **le département a mis en place un référentiel de prestations** (consultable sur le site Internet **Vendée Tourisme**), permettant de recenser les offres les plus opérationnelles et qualitatives du territoire en matière de tourisme d'affaires. Grâce à ce travail, 62 professionnels sont aujourd'hui regroupés au sein d'un réseau « Tourisme d'Affaires ».

Cette première étude a pour objectif une meilleure connaissance de cette activité. Il s'agit **d'évaluer les tendances de ce marché à l'échelle départementale, de mettre en avant les points forts mais aussi les points faibles de la destination**. Le tout, dans un but d'améliorer les performances, la compétitivité et aussi, l'attractivité de la Vendée en matière de tourisme d'affaires.



#### Définitions des principaux termes utilisés

**Tourisme d'affaires** : correspond à l'ensemble des déplacements de personnes réalisés dans un but professionnel avec au moins une nuitée.

**Clientèles d'affaires** : correspondent aux personnes qui de façon individuelle ou en groupe, se déplacent pour une activité professionnelle.

**Individuels d'affaires** : correspondent aux personnes voyageant dans un but professionnel (seules ou dans un groupe strictement inférieur à 8 personnes) tels que les techniciens, ouvriers, commerciaux, VRP (Voyageurs, Représentants et Placiers), cadres et dirigeants.

**Groupes d'affaires** : correspondent à un ensemble de personnes regroupées voyageant dans un but professionnel (dont le nombre minimum est de 8 personnes).

### Méthodologie de l'enquête : 170 établissements interrogés

Les enquêtes ont été administrées en ligne entre le 24 mai et le 19 juin 2018.

- **106 hôtels vendéens (dont 28 adhérents au réseau tourisme d'affaires). Taux de réponses : 54 % (57 réponses)**. Nous avons fait le choix de n'interroger que des établissements hôteliers vendéens

car il s'agit du premier mode d'hébergement retenu par les professionnels lors de leurs déplacements (qu'ils soient individuels ou groupes).

- **14 centres de congrès, espaces événementiels et sites de loisirs en Vendée. Taux de réponses : 86 % (12 réponses)**.

## ► DONNÉES CLÉS DU TOURISME D'AFFAIRES EN VENDÉE

### Une offre de qualité structurée et diversifiée



Structures référencées dans le réseau « Tourisme d'Affaires » en Vendée en 2019

62 STRUCTURES RÉFÉRENCÉES EN 2019	Structures
Hébergements avec lieux de réception	31
Agences événementielles	6
Espaces événementiels	19
Sites et activités de loisirs	6



Le Centre de Congrès Les Atlantes aux Sables d'Olonne (capacité d'accueil jusqu'à 1 100 personnes)

Le Palais des Congrès Odyssée à Saint-Jean-de-Monts (capacité d'accueil jusqu'à 1 000 personnes).

### Une fréquentation en croissance



Nuitées réalisées en 2018 dans les établissements hôteliers vendéens, soit une augmentation de 43,1 % sur les 5 dernières années.



L'hôtellerie : 1<sup>er</sup> mode d'hébergement des clientèles d'affaires.

### La Vendée, terre d'évènements affaires

#### Une diversité des lieux d'accueil

- Salles d'exception,
- Espaces insolites,
- Châteaux et demeures de charme,
- Domaines viticoles...

Des contacts privilégiés avec la possibilité d'organiser tous les types d'événements professionnels allant du séminaire au congrès en passant par la formation d'entreprise, le team building...

#### Un dépassement assuré entre terre et mer

- 140 kilomètres de plages de sable fin,
- Un climat exceptionnel d'où l'appellation « Vendée Côte de Lumière »,
- Une diversité paysagère avec deux îles sauvages : Noirmoutier et Yeu

#### Des manifestations et des lieux à la renommée internationale

- Le Vendée Globe et le Tour de France.
- Le Puy du Fou (capacité d'accueil jusqu'à 3 000 personnes).

## ► LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DE LA CLIENTÈLE D'AFFAIRES

### Les nuitées d'affaires en Vendée : des résultats prometteurs

Sur l'année 2018, le tourisme d'affaires en Vendée représente **675 423 nuitées hôtelières réalisées soit 43 % des nuitées hôtelières totales** (1 583 161 nuitées hôtelières enregistrées en 2018). Cela représente précisément 72 354 nuitées de plus, soit une hausse de 12 % par rapport à 2017. Ces chiffres révèlent une activité essentielle d'une part et en forte croissance d'autre part pour les hôteliers vendéens.

Au-delà de la progression du nombre des nuitées en valeur, l'augmentation de la part nuitées d'affaires dans le total des nuitées est également remarquable. Ainsi, sur la période 2010/2018, la proportion des nuitées affaires évolue de 36 % à 43 %. Incontestablement, il y a en valeur absolue comme en valeur relative, une dynamique affaire qui profite à l'hôtellerie vendéenne.

#### ► Part de la clientèle affaires dans le total des nuitées hôtelières vendéennes entre 2010 et 2018 :

	Nuitées totales en hôtellerie	Nuitées affaires en hôtellerie	Part de la clientèle d'affaires en hôtellerie
2010	1 120 512	403 384	36 %
2011	1 166 737	431 693	37 %
2012	1 159 060	475 214	41 %
2013	1 179 919	471 967	40 %
2014	1 216 196	489 366	40 %
2015	1 264 221	459 730	36 %
2016	1 374 849	600 471	44 %
2017	1 433 634	603 069	42 %
2018	1 583 161	675 423	43 %

Source : Enquête de fréquentation touristique, Insee-Dge, ORT et ses partenaires.

### Depuis 2016 : une forte augmentation des nuitées d'affaires dans l'hôtellerie vendéenne

Deux périodes se distinguent très clairement : **2010/2015 : avec un nombre moyen de 455 000 nuitées et 2016/2018 : où la barre symbolique des 600 000 nuitées d'affaires est franchie.**

Depuis 2010, la fréquentation attachée au tourisme d'affaires connaît une tendance haussière. Seule l'année 2015, marquée par la vague d'événements tragiques qui a touché la France, fait figure d'exception avec un repli de 6,1 % par rapport à l'année précédente. A partir de 2016, on observe une forte progression des nuitées affaires. Plusieurs explications sont avancées. C'est la période où la Vendée lance sa première campagne de promotion dédiée au tourisme d'affaires. Il faut également constater un effet « booster » lié au Vendée Globe 2016 et au Tour de France 2018. Parallèlement à ces actions qui impactent directement « l'attractivité affaire » de la Vendée, la capacité d'accueil hôtelière a connu une nette hausse au cours de ces dernières années (+21 % du nombre de lits touristiques entre 2012 et 2018). Depuis 2012, nous assistons à une montée en gamme générale de l'offre hôtelière vendéenne. Une transition du « bas de gamme » (1 et 2 étoiles) vers du « milieu de gamme » (3 étoiles) et du « milieu de gamme » vers le « haut de gamme » (4 et 5 étoiles).

Cette tendance positive s'observe aussi grâce à **une économie vendéenne dynamique qui a pour corollaire une augmentation des échanges et des déplacements.** Dans ce contexte favorable, l'implantation d'entreprises nouvelles et notamment d'établissements liés à des groupes est un autre facteur qui favorise le développement du tourisme d'affaires. La présence de grands groupes ainsi que l'arrivée de nouvelles entreprises sur le territoire sont des éléments moteurs pour le tourisme d'affaires à l'échelle départementale.

#### ► Evolution des nuitées d'affaires hôtelières en Vendée entre 2010 et 2018 :

Evolution des nuitées d'affaires vendéennes	en %
Évolution 2010/2011	+ 7,0 %
Évolution 2011/2012	+ 10,1 %
Évolution 2012/2013	- 0,7 %
Évolution 2013/2014	+ 3,7 %
Évolution 2014/2015	- 6,1 %
Évolution 2015/2016	+ 30,6 %
Évolution 2016/2017	+ 0,4 %
Évolution 2017/2018	+ 12,0 %
<b>Évolution 2010/2018</b>	<b>+ 67,4 %</b>

Source : Enquête de fréquentation touristique, Insee-Dge, ORT et ses partenaires.

## ► LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DE LA CLIENTÈLE D'AFFAIRES

### La Vendée : 3<sup>ème</sup> département de la région Pays de la Loire en nombre de nuitées affaires

En 2018, la Vendée représente 16 % des 4 232 653 nuitées d'affaires enregistrées sur l'ensemble de la région Pays de la Loire.

Grâce aux fortes progressions enregistrées ces dernières années, la Vendée se trouve désormais en troisième position, derrière le Maine et Loire et la Loire Atlantique mais, devant la Sarthe et la Mayenne.

Le département de la Loire Atlantique, porté par la ville de Nantes reste très largement détaché.

#### Part des nuitées d'affaires par département en région Pays de la Loire sur l'année 2018 :

	Part des nuitées affaires par département sur le total régional en 2018
1 <sup>er</sup> : Loire Atlantique	45 %
2 <sup>ème</sup> : Maine et Loire	20 %
3 <sup>ème</sup> : Vendée	16 %
4 <sup>ème</sup> : Sarthe	14 %
5 <sup>ème</sup> : Mayenne	5 %

Source : Enquête de fréquentation touristique, Insee-Dge, ORT et ses partenaires.

### + 67,4 % de nuitées d'affaires en Vendée entre 2010 et 2018

On observe une évolution très positive entre 2010 et 2018 avec une augmentation de plus de 67,4 % des nuitées d'affaires hôtelières en Vendée.

La Vendée est ainsi le département qui connaît la plus forte évolution au sein de la région Pays de la Loire sur cette période. Ce résultat est plus de deux fois supérieur à l'évolution régionale (+29,5 %) et des départements (plus de 4 fois supérieur dans le cas de la Mayenne).

Pour l'ensemble des départements, il y a eu une hausse des nuitées d'affaires entre 2010 et 2018.

Cependant, ils ont tous connu une diminution de leur part dans le total des nuitées d'affaires régionales. Tous, sauf la Vendée qui malgré sa troisième place en nombre de nuitées d'affaires, est parvenue à augmenter sa part dans le total régional avec une évolution globale positive entre 2010 et 2018 de + 4 points.

Une situation encourageante et de bon augure pour la poursuite de cette activité sur le territoire.

#### Evolution et répartition des nuitées d'affaires hôtelières par département en région Pays de la Loire entre 2010 et 2018 :

	Evolution des nuitées affaires entre 2010 et 2018	Part dans les nuitées d'affaires régionales en 2010	Part dans les nuitées d'affaires régionales en 2018	Évolution de la part dans les nuitées d'affaires régionales entre 2010 et 2018
Vendée	+ 67,4 %	12 %	16 %	+ 4 points
Mayenne	+ 14,9 %	5 %	5 %	=
Sarthe	+ 20,8 %	16 %	14 %	- 2 points
Maine et Loire	+ 24,3 %	21 %	20 %	- 1 point
Loire Atlantique	+ 26,3 %	46 %	45 %	- 1 point
Région Pays de la Loire	+ 29,5 %	-	-	-

Source : Enquête de fréquentation touristique, Insee-Dge, ORT et ses partenaires.

## ► LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DE LA CLIENTÈLE D'AFFAIRES

### Le littoral et la Vendée intérieure : deux espaces pleinement concernés par le tourisme d'affaires

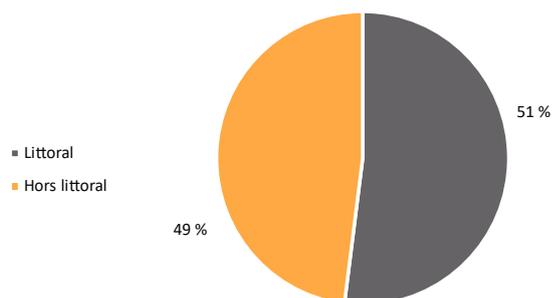
La répartition géographique des 190 hôtels recensés en Vendée est très équilibrée : 51 % pour le littoral et 49 % pour la Vendée intérieure. En ce qui concerne la fréquentation de ces établissements par la clientèle d'affaires, la proportion est différente : **30 % des nuitées d'affaires sont réalisées sur le littoral et 70 % sur le reste de la Vendée**, majoritairement dans, et aux alentours des grands pôles urbains ainsi que du Puy du Fou.

L'importance de l'intérieur des terres pour le tourisme d'affaires est à souligner tout particulière-

ment. Les nuitées réalisées sur le littoral sont tout aussi intéressantes, dans la mesure où elles assurent un relai avant et après la saison touristique estivale (période juillet/août).

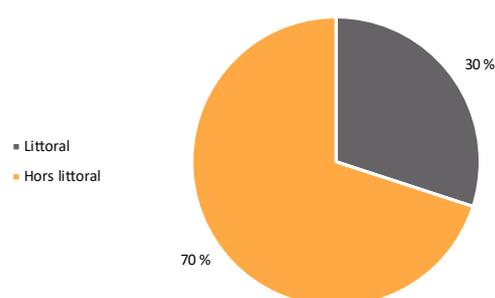
Le territoire vendéen peut jouer sur sa façade atlantique pour renforcer son attractivité et continuer à développer son offre. Cependant, il ne doit pas tomber dans l'abondance d'hébergements marchands sur cette zone, déjà bien couverte par les campings.

► Répartition des structures hôtelières en Vendée sur l'année 2018 et par zone touristique :



Source : Enquête de fréquentation touristique, Insee-Dge, ORT et ses partenaires.

► Répartition des nuitées d'affaires hôtelières en Vendée sur l'année 2018 et par zone touristique :



Source : Enquête de fréquentation touristique, Insee-Dge, ORT et ses partenaires.

### Le « T magique » du tourisme d'affaires en Vendée

Le « **T magique** » correspond aux zones les plus attractives et les plus fréquentées par les clientèles d'affaires lors de leurs déplacements professionnels en Vendée.

La première zone représentant la partie supérieure du « T » s'étend de Noirmoutier-en-l'Île à L'Aiguillon-sur-Mer en passant par la zone des Sables d'Olonne. La seconde représentant la partie inférieure du « T » s'étend de la zone des Sables d'Olonne au Puy du Fou (Les Épesses) en passant par la zone de La Roche sur Yon.



## ► LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DE LA CLIENTÈLE D'AFFAIRES

### Un certain niveau de prestations attendu par les professionnels en déplacement

En Vendée, 57 % des nuitées d'affaires sont enregistrées dans un établissement 3 étoiles (384 508 nuitées) et 25 % sont effectuées dans une structure 1 ou 2 étoiles (168 390 nuitées). Les nuitées d'affaires restantes (18 % du total annuel) sont enregistrées soit dans des hôtels 4 ou 5 étoiles soit dans des structures non classées (soit 122 525 nuitées).

Les établissements 3 étoiles représentent 37 % du parc hôtelier vendéen. Le choix à hauteur de 57 % des clientèles affaires pour ce type d'hôtel traduit une adhésion forte à un certain niveau de prestation. On retrouve la même logique en ce qui concerne la répartition des nuitées, entre hôtellerie indépendante ou chaîne. En matière de tourisme d'affaires, le fort pouvoir d'attraction des chaînes

hôtelières est confirmé. En effet, elles représentent seulement 24 % du parc hôtelier et concentrent 35 % des nuitées.

Ces chiffres révèlent un vrai niveau d'exigence des clientèles d'affaires avec une orientation claire vers du milieu de gamme-supérieur (hébergements garantissant un bon niveau de confort ainsi que certaines prestations indispensables aux professionnels (service de restauration, proximité avec les équipements de transport, accès à internet, enregistrement rapide à l'arrivée et au départ, espaces de réunions/travail\*, proximité avec des espaces d'activités et de loisirs\*...)).

\* Pour les clientèles d'affaires de groupes.

#### ► Répartition des nuitées d'affaires hôtelières en Vendée en 2018 par type de classement :

	Nuitées affaires en 2018	Part en 2018
Hôtels 1 ou 2 étoiles	168 390	25 %
Hôtels 3 étoiles	384 508	57 %
Hôtels 4 ou 5 étoiles	nc	nc
Hôtels non classés	nc	nc
<b>Vendée</b>	<b>675 423</b>	<b>-</b>

Source : Enquête de fréquentation touristique, Insee-Dge, ORT et ses partenaires.

#### ► Répartition des nuitées d'affaires hôtelières en Vendée en 2018 par type d'hôtels :



Source : Enquête de fréquentation touristique, Insee-Dge, ORT et ses partenaires.



## ► LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE DE LA CLIENTÈLE D’AFFAIRES

### Une répartition relativement homogène des nuitées d’affaires sur l’année

► Calendrier des nuitées d’affaires hôtelières sur le département de la Vendée entre 2015 et 2018 :

<b>JANVIER</b> L M M J V S D 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	<b>FÉVRIER</b> L M M J V S D 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28	<b>MARS</b> L M M J V S D 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	<b>AVRIL</b> L M M J V S D 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30
<b>MAI</b> L M M J V S D 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	<b>JUIN</b> L M M J V S D 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	<b>JUILLET</b> L M M J V S D 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	<b>AOÛT</b> L M M J V S D 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
<b>SEPTEMBRE</b> L M M J V S D 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	<b>OCTOBRE</b> L M M J V S D 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	<b>NOVEMBRE</b> L M M J V S D 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	<b>DÉCEMBRE</b> L M M J V S D 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

*Période forte*

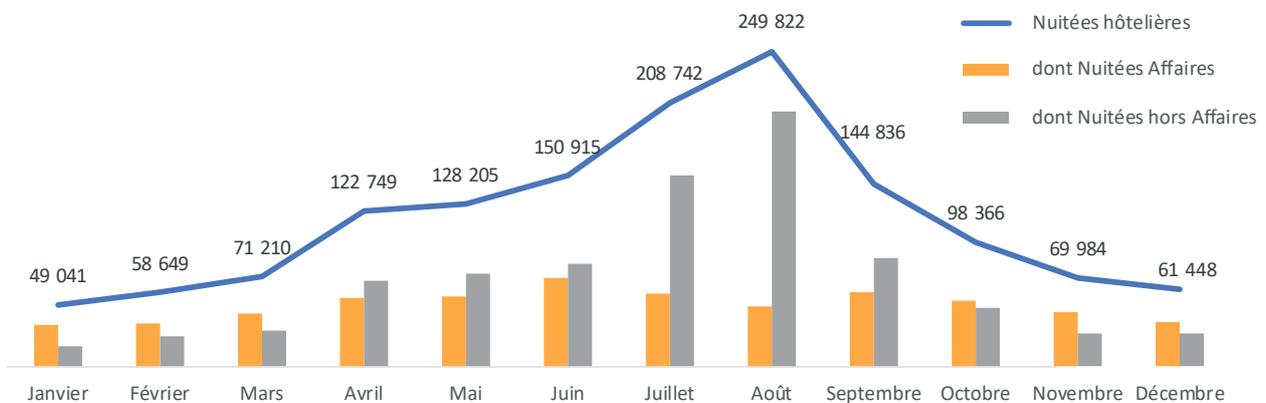
*Période moyenne*

*Période basse*

La fréquentation associée au tourisme d’affaires apparaît comme répartie de façon relativement homogène sur l’ensemble de l’année à la différence des nuitées hors tourisme d’affaires dont l’étalement sur 12 mois met en évidence une activité très saisonnière avec des pics importants (juillet-août) et des creux prononcés (de novembre à février). Pour le tourisme d’affaires, la courbe de fréquentation est plus plate. Il n’y a que 7 points d’écart entre le mois de juin, le plus fréquenté qui concentre 12,2 % des nuitées d’affaires sur l’ensemble de l’année et celui de janvier, le moins prisé qui n’enregistre que 5,1 % du total des nuitées d’affaires.

A noter que ces périodes ne sont pas fixes et peuvent évoluer d’une année à une autre selon certaines variables comme des conditions météorologiques exceptionnelles, l’organisation de manifestations de grande envergure...

► Répartition mensuelle des nuitées d’affaires hôtelières par catégorie en Vendée sur la période 2015 - 2018 :



Source : Enquête de fréquentation touristique, Insee-Dge, ORT et ses partenaires.





# ► RÉSULTATS D'ENQUÊTE AUPRÈS DES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS VENDÉENS

Les données sont exploitées à partir des  
57 établissements hôteliers ayant  
répondu à l'enquête parmi les  
106 structures hôtelières  
interrogées

## ► RÉSULTATS D'ENQUÊTE AUPRÈS DES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS VENDÉENS

### Les clientèles d'affaires : Un élément central dans l'activité des hôteliers vendéens

Aujourd'hui pour les hôteliers, accueillir des clientèles d'affaires fait partie intégrante de leur activité et représente une part non négligeable de leur chiffre d'affaires.

**En 2017, 88 % d'entre eux affirment recevoir des flux relatifs à cette activité.** Ces flux peuvent être divisés en deux sous-catégories, à savoir les individuels et les groupes d'affaires.

**Un grand nombre d'hôteliers accueillent à la fois des individuels et des groupes (58 %).** Le reste des établissements sont orientés vers une seule clientèle.

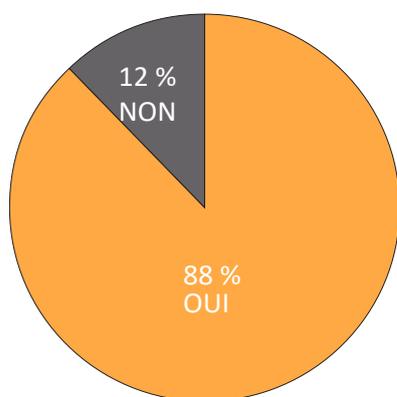
8 % reçoivent exclusivement des groupes d'affaires. Ce petit score s'explique par le fait que cette clientèle est moins fréquente que les individuels et est l'une des plus complexes par ses besoins. En effet, accueillir des groupes d'affaires nécessite un établissement bien équipé en nombre de chambres, d'espaces de travail et d'équipements annexes, autant d'éléments qui représentent souvent des investissements supplémentaires pour les hôteliers.

34 % sont exclusivement orientés vers les individuels, clientèle moins contraignante car tous les besoins sont déjà intégrés dans l'offre hôtelière standard.

Par ailleurs, nous remarquons également qu'au sein même des structures hôtelières qui accueillent les deux types de clientèles, les individuels dominent par rapport aux clientèles groupes (63 % contre 37 % pour les groupes).

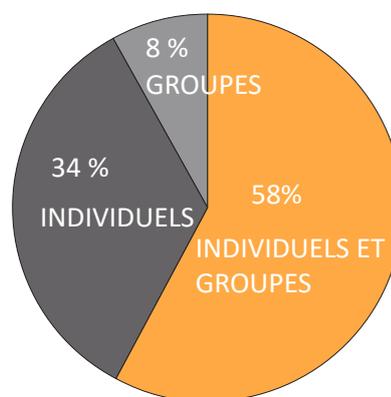
A noter que si cette part d'individuels est aussi élevée, c'est principalement grâce au dynamisme économique du territoire vendéen (nombreux chantiers, travaux urbains, tissu dense de PME, PMI...) mais aussi, à la proximité du département avec de grands bassins de vie nationaux et pôles d'affaires majeurs (Nantes et La Rochelle à moins de 1h30, Rennes, Tours et Bordeaux à moins de 3h...).

► Accueillez-vous des clientèles affaires au sein de votre établissement hôtelier ?



Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.

► Quels sont les types de clientèles affaires que vous accueillez au sein de votre établissement hôtelier ?



Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.

## ► RÉSULTATS D'ENQUÊTE AUPRÈS DES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS VENDÉENS

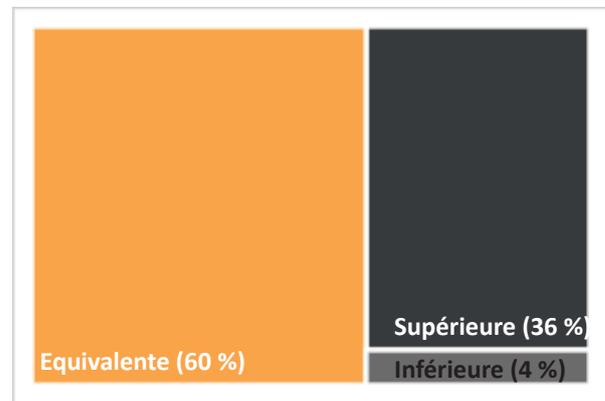
### Des données encourageantes pour la pérennisation de cette activité en Vendée

Pour la grande majorité des hôteliers, l'activité affaires est jugée « équivalente » entre 2016 et 2017 (60 % des répondants). Cette tendance confirme l'observation générale établie pour les nuitées d'affaires hôtelières détaillée au début de l'étude.

60 % des hôteliers n'ont pas effectué de démarches commerciales et force est de constater que même sans y recourir, 2017 a été plutôt satisfaisante pour les hôteliers car seulement 4 % évaluent leur activité relative au tourisme d'affaires « inférieure » à celle de l'exercice précédent (2016).

Ces chiffres démontrent plus largement **un marché du tourisme d'affaires bien installé, avec des flux stables voire supérieurs chaque année**. Des données encourageantes pour la pérennisation de cette activité en Vendée.

#### ► Comment jugez-vous votre activité « affaires » en 2017 par rapport à l'année 2016 ?



Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.

### Zoom sur la clientèle d'affaires individuelle

Données exploitées à partir des 46 établissements hôteliers accueillant des individuels

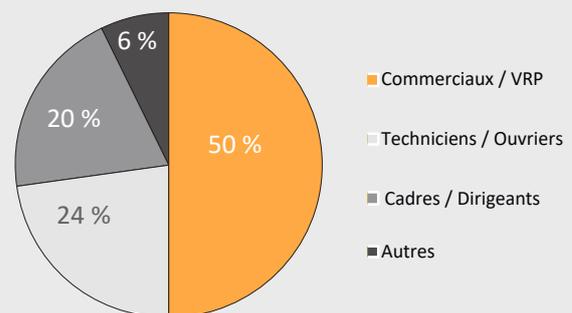
#### Les touristes d'affaires : quelles professions ?

Pour les clientèles d'affaires individuelles, nous remarquons **une nette majorité de commerciaux/VRP (50 %)** dont les déplacements ainsi que les nuitées en hôtels font partie de leur quotidien. Ce résultat fait de ce public le moteur du tourisme d'affaires individuel en Vendée. Avec 24 %, la part des techniciens/ouvriers reste importante et reflète une nouvelle fois le dynamisme des activités économiques de Vendée. Enfin, les cadres/dirigeants complètent le podium (20 %).

#### Quelle pratique de séjour ?

**La durée moyenne des soirées-étape vendéennes est de 1,4 jour.** Selon les interrogés, la durée peut varier entre 1 jour pour le minimum et 4 jours pour le maximum. Les soirées-étape correspondent à un forfait établi par les hôteliers pour les individuels d'affaires comprenant le plus souvent, une nuit dans un hôtel, un dîner ainsi qu'un petit-déjeuner.

#### ► Quels sont les différentes clientèles d'affaires individuelles présentes au sein de votre établissement hôtelier ?



\*Sont compris dans la catégorie « Autres » : les personnes en formations, étudiants et stagiaires dont les déplacements sont plus ponctuels mais viennent nourrir le tourisme d'affaires vendéen global.

Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.

# ► RÉSULTATS D'ENQUÊTE AUPRÈS DES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS VENDÉENS

## Zoom sur la clientèle d'affaires individuelle

Données exploitées à partir des 46 établissements hôteliers accueillant des individus

### Quand se déplacent-ils ?

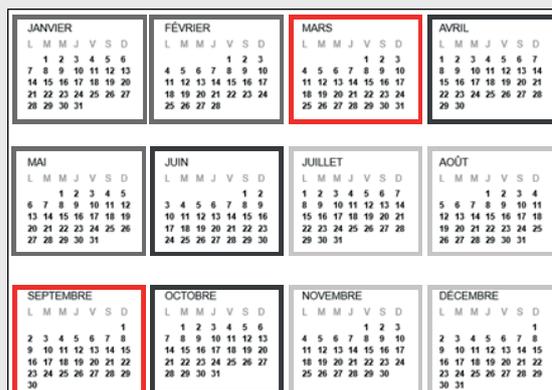
**Très forte fréquentation : mars et septembre** (périodes de reprise des activités suite aux vacances scolaires, mois complets sans coupure).

**Forte fréquentation : avril, juin et octobre** (périodes de forte activité relatives aux chantiers et autres travaux grâce au retour de conditions météorologiques favorables).

**Fréquentation moyenne : mai, janvier et février** (nouvelle année, périodes coupées par les vacances scolaires et de nombreux jours fériés).

**Basse fréquentation : juillet, août, novembre et décembre** (périodes coupées par les vacances scolaires estivales et hivernales, différents ponts, fêtes et jours fériés avec une activité plus faible dans les entreprises).

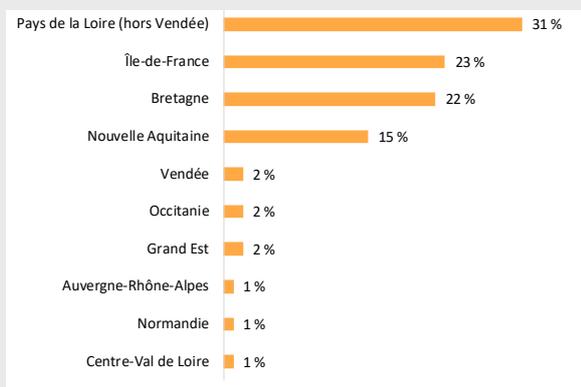
### ► Calendrier des nuitées d'affaires hôtelières en 2017 en Vendée pour les individuels :



Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.

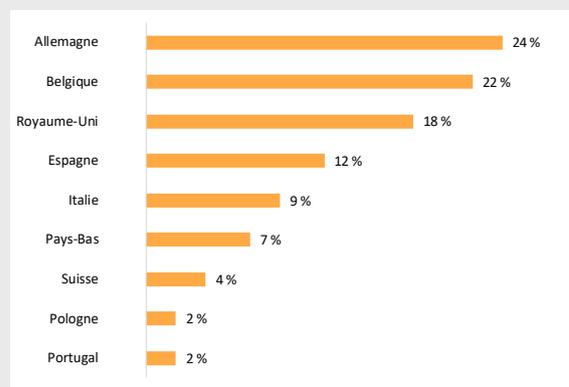
### D'où viennent-ils ?

#### ► Origine géographique en 2017 de la clientèle d'affaires individuelle française :



Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.

#### ► Origine géographique en 2017 de la clientèle d'affaires individuelle étrangères :



Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.

## ► RÉSULTATS D'ENQUÊTE AUPRÈS DES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS VENDÉENS

### Zoom sur la clientèle d'affaires individuelle

Données exploitées à partir des 46 établissements hôteliers accueillant des individuels

L'analyse des provenances des touristes d'affaires est très liée aux flux d'échanges dans lesquels s'inscrit l'économie vendéenne en général. Ainsi, pour les touristes d'affaires français, on constate qu'ils viennent pour 68 % d'entre eux de la Région ou des régions limitrophes et pour presque ¼ d'entre eux d'Ile de France. Cette répartition correspond pleinement à l'aire d'influence de l'économie vendéenne, territoire principalement de PME/PMI à audience régionale et extra régionale.

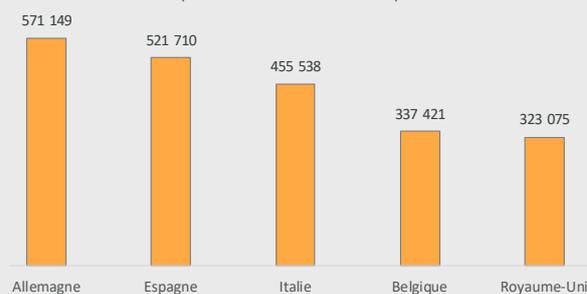
**48 % des hôteliers interrogés accueillent des clientèles d'affaires d'individuelles d'origine étrangère.** Bien que cette part reste minime comparée à celle relative aux individuels d'affaires nationaux, elle témoigne néanmoins d'axes potentiels de développements intéressants.

**Pour les trois nationalités les plus représentées, on retrouve les clientèles touristiques étrangères majeures et habituelles de Vendée (allemande, belge et britannique).** Seuls les néerlandais, très présents en Vendée au titre du tourisme en général, n'apparaissent pas de façon significative sur le segment du tourisme d'affaires.

Nous constatons que l'Espagne (13 %) et l'Italie (9 %) se distinguent avec des taux de provenance très nettement supérieurs à ceux du tourisme en général. Il faut voir dans ce constat une corrélation avec la répartition des flux économiques import/export que les entreprises vendéennes développent avec les pays étrangers dans le cadre de leurs échanges commerciaux. La structure des relations commerciales influe donc directement sur le volume des séjours d'affaires enregistrés sur le Département.

### ► Top 5 des échanges de marchandises avec le Département de la Vendée :

Top 5 des échanges de marchandises 2017 en Vendée  
(montants en milliers d'euros)



Source : Douanes Françaises via OESTV



## ► RÉSULTATS D'ENQUÊTE AUPRÈS DES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS VENDÉENS

### Zoom sur la clientèle d'affaires de groupe

Données exploitées à partir des 33 établissements hôteliers accueillant des groupes

#### Quel calendrier de fréquentation ?

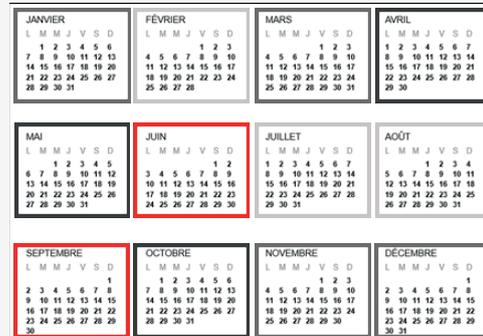
**Très forte fréquentation** : juin et septembre (périodes majeures).

**Forte fréquentation** : avril, mai et octobre (montée en puissance des événements professionnels au retour de la belle saison).

**Moyenne fréquentation** : janvier, mars, novembre et décembre (périodes de réflexion pour les événements professionnels futurs).

**Basse fréquentation** : février, juillet et août (périodes de grandes vacances scolaires et haute saison touristique, entreprises fermées, demande existante mais très faible).

#### ► Calendrier 2017 des nuitées d'affaires hôtelières en Vendée pour les groupes :



Ces résultats s'expliquent par le fait que les entreprises préfèrent organiser leurs événements professionnels au retour de la belle saison. La période juillet/août n'est pas privilégiée car ce sont les grandes vacances et une période de forte affluence touristique qui n'attire pas les clientèles d'affaires.

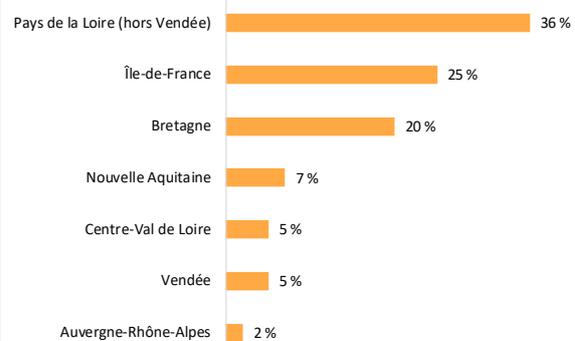
#### D'où viennent-ils ?

On retrouve pour les groupes d'affaires français une tendance qui ressemble à celle observée pour les individuels d'affaires même si les pondérations sont différentes. On remarque en effet le  **poids de la Région Pays de la Loire et des régions limitrophes ainsi que celui de l'Île de France.**

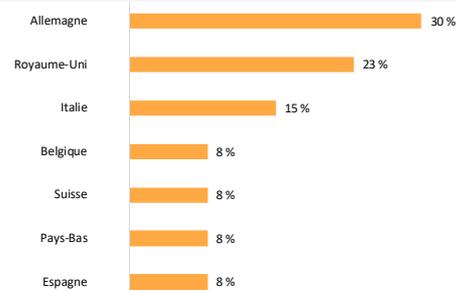
Pour les groupes d'affaires étrangers, 21 % des hôteliers déclarent en accueillir. Le trio de tête des pays émetteurs est différent de celui identifié pour les individuels d'affaires. En effet, pour les groupes, apparaissent  **dans l'ordre : l'Allemagne, le Royaume Uni et l'Italie.**

*\* Une certaine nuance est à apporter concernant la clientèle d'affaires étrangère car nous ne connaissons pas la part que représente cette dernière dans la clientèle d'affaires totale. La seule information dont nous disposons est le fait que cette part est minime à l'heure actuelle.*

#### ► Origine géographique en 2017 de la clientèle d'affaires de groupes français :



#### ► Origine géographique en 2017 de la clientèle d'affaires de groupes étranger :



Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.

## ► RÉSULTATS D'ENQUÊTE AUPRÈS DES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS VENDÉENS

### Zoom sur la clientèle d'affaires de groupe

Données exploitées à partir des 33 établissements hôteliers accueillant des groupes

#### Les évènements professionnels auprès des clientèles d'affaires de groupes

Les structures hôtelières ayant accueilli des groupes d'affaires durant l'année 2017 déclarent :

- Pour 58 % recevoir des journées d'étude
- Pour 73 % accueillir des séminaires résidentiels
- Pour 42 % réaliser des soirées événementielles.

#### 3 formes d'évènements professionnels :

Les **journées d'étude** correspondent à des événements professionnels d'une durée inférieure à 24 heures et sans nuit (avec ou sans restauration).

Les **séminaires résidentiels** correspondent à des événements professionnels d'une durée supérieure à 24 heures avec nuit et restauration.

Les **soirées événementielles** correspondent à des événements professionnels d'une durée inférieure à 12 heures sans nuit, avec ou sans restauration.

#### ► Caractéristiques des évènements professionnels par catégorie auprès des clientèles d'affaires de groupes :

	Durée moyenne	Présence d'animations	Nb de participants			
			8 à 15	16 à 30	31 à 60	Plus de 60
Journées d'étude	1 jour	40 % (oui) - 60 % (non)	44 %	56 %	-	-
Séminaires résidentiels	2 jours	57 % (oui) - 43 % (non)	54 %	38 %	8 %	-
Soirées événementielles	1 soirée	37 % (oui) - 63 % (non)	29 %	50 %	14 %	7 %

Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.

Chaque manifestation possède ses propres caractéristiques. Néanmoins, nous observons pour chacune d'elles que le nombre moyen de participants se situe majoritairement dans les fourchettes basses et révèle une capacité hôtelière vendéenne trop faible (Cf : Principaux motifs de concrétisation et de non-concrétisation des dossiers de groupes d'affaires page suivante).

Les animations sont globalement en lien avec la durée du séjour. **Plus le séjour est long, plus le recours à des animations est fort.** En effet, pour les séminaires résidentiels dont la durée est supérieure à 24 heures et où les participants ont plus de temps, la part d'animations est bien supérieure. En revanche, pour les soirées événementielles et les

journées d'étude (événements qui ne dépassent pas 12 et 24 heures), le recours à des animations est plus faible mais toutefois bien présent.

En parallèle, **pour chaque type de manifestation, lorsqu'il y a des animations, ces dernières sont majoritairement réalisées dans l'enceinte de l'établissement d'accueil** (respectivement 57 % pour les journées d'étude, 54 % pour les séminaires résidentiels et 71 % pour les soirées événementielles). Ces chiffres s'inscrivent dans une logique de minimisation des déplacements, d'optimisation du temps et des coûts. A noter que ces animations ne sont pas forcément réalisées par l'hôtelier lui-même et peuvent provenir de prestataires extérieurs qui se déplacent.

## ► RÉSULTATS D'ENQUÊTE AUPRÈS DES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS VENDÉENS

### Zoom sur la clientèle d'affaires de groupe

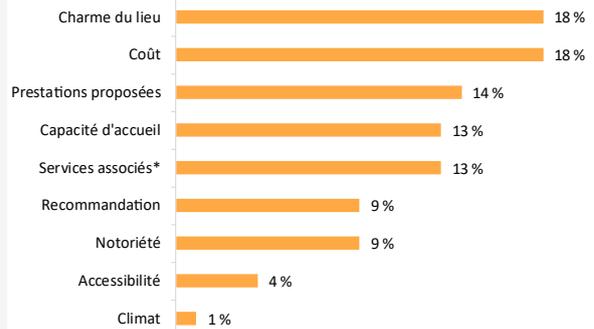
Données exploitées à partir des 33 établissements hôteliers accueillant des groupes

#### Les principaux motifs de concrétisation et non concrétisation des dossiers de groupes d'affaires :

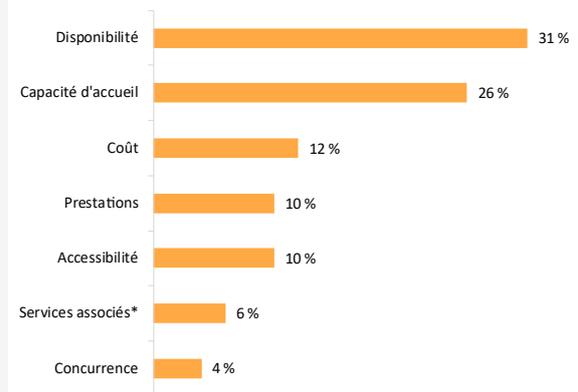
En 2017, le charme du lieu correspond au premier motif de réservation à égalité avec le coût (18 %). La question du coût du tourisme d'affaires en Vendée est complexe. En effet, ce critère se trouve à la fois dans les trois premiers motifs de concrétisation mais aussi de non-concrétisation et peut s'avérer être un frein comme une motivation plus ou moins fort pour les clientèles d'affaires. Cela dépend de la politique tarifaire de chaque établissement (prestations proposées pour un prix donné).

**31 % de dossiers non réalisés le sont à cause de disponibilités insuffisantes aux dates demandées et 26 % à cause d'une capacité d'accueil trop faible.** Ces chiffres mettent en avant un manque de grandes structures hôtelières sur le territoire vendéen. Avec une plus grande capacité ou une offre mieux mise en réseau, la Vendée pourra pallier une partie de ces 57 % cumulés et potentiellement ouvrir plus de créneaux lors des périodes saturées. A noter qu'en Vendée, le nombre de lits touristiques hôteliers a augmenté de 21 % entre 2012 et 2018. Cependant, bien que cette évolution soit importante, les flux augmentent plus vite que la capacité hôtelière. Cette démarche est essentielle pour pouvoir accueillir des événements plus importants et capter plus de clients d'affaires. Le tout, dans le but d'augmenter la compétitivité de la Vendée en matière de tourisme d'affaires pour venir concurrencer les départements voisins (Loire Atlantique et Maine et Loire notamment).

#### Principaux motifs de concrétisation :



#### Principaux motifs de non concrétisation :



\*Offres de restauration, activités de loisirs, salles de réunions...

Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.



## ► RÉSULTATS D'ENQUÊTE AUPRÈS DES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS VENDÉENS

### Zoom sur la clientèle d'affaires de groupe

Données exploitées à partir des 33 établissements accueillant des groupes

#### Regard des hôteliers sur les forces et faiblesses de la Vendée en matière de tourisme d'affaires :

##### Forces

- Climat ensoleillé,
- Richesse et dynamisme des entreprises,
- Cohésion entre les acteurs du territoire,
- Situation stratégique au cœur de la région des Pays de la Loire,
- Nombreux axes routiers,
- Situation idéale entre mer et campagne,
- Charme et diversité des lieux d'accueil,
- Littoral, plages et activités nautiques,
- Pistes cyclables,
- Centres de congrès,
- Des espaces et événements à la renommée (inter)nationale (Puy du Fou, Vendée Globe, Sables d'Olonne, Tour de France...).

##### Faiblesses

- Accessibilité,
- Image populaire,
- Dépendance avec l'agglomération nantaise,
- Manque d'hôtellerie haut de gamme,
- Faiblesse de la demande en période hivernale,
- Capacités d'accueil trop faibles ou insuffisamment mises en réseau,
- Manque de grandes entreprises,
- Notoriété trop limitée à la Côte Atlantique.

#### Pour résumer :

Durant l'année 2017, 88 % des structures hôtelières accueillent des clientèles d'affaires.

Cinq périodes sont privilégiées pour le tourisme d'affaires en Vendée dont trois dominantes : mars, juin et septembre (suivies par avril et mai).

Le marché d'affaires vendéen est constitué de flux communs entre individuels et groupes, émanant de trois grandes zones nationales (Pays de la Loire, Île-de-France et Bretagne).

Nous constatons par ailleurs la présence de régions plus surprenantes comme l'Occitanie, le Grand Est ou encore l'Auvergne-Rhône-Alpes. Bien que les parts de ces régions soient minimes, elles sont belles et bien présentes et peuvent traduire un intérêt national plus large vis-à-vis du tourisme d'affaires en Vendée.

Si 48 % des hôteliers déclarent recevoir des flux de clientèles d'affaires étrangères d'individuels (21 % dans le cas des groupes), ces flux restent minimes. La Vendée est avant tout une destination d'affaires du « Grand Ouest » français (Bretagne + Pays de la Loire + Normandie + Île-de-France + Centre-Val de Loire). En effet, 79 % des flux d'affaires d'individuels et 91 % des flux d'affaires de groupes proviennent de cette zone en 2017.

Le manque de disponibilités relatif à une capacité d'accueil trop faible ou insuffisamment mise en réseau, sont les principaux facteurs de non-concrétisation des dossiers affaires. Le charme des lieux et plus largement de la destination ainsi que le coût, sont à l'inverse les premiers motifs de concrétisation.

Les données sont exploitées à partir des  
12 structures vendéennes ayant  
répondu à l'enquête parmi les  
14 structures vendéennes  
interrogées

# ► RÉSULTATS D'ENQUÊTE AUPRÈS DES CENTRES DE CONGRÈS, ESPACES ÉVÈNEMENTIELS ET SITES DE LOISIRS \*

\* avec salle(s) / espace(s) de réunions



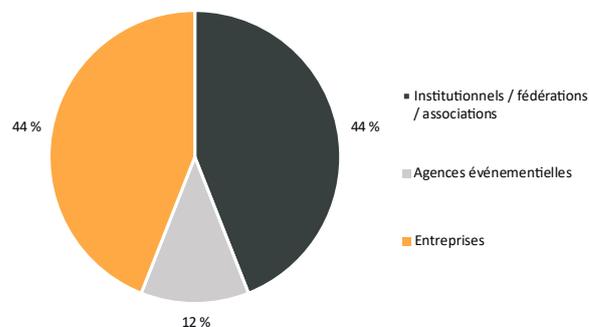
# ► RÉSULTATS D'ENQUÊTE AUPRÈS DES CENTRES DE CONGRÈS, ESPACES ÉVÈNEMENTIELS ET SITES DE LOISIRS VENDÉENS \*

## Une typologie de clientèle affaires diversifiée

Entreprises et acteurs institutionnels constituent à parts égales (44 % chacun) la première clientèle d'affaires des centres de congrès, espaces événementiels et sites de loisirs.

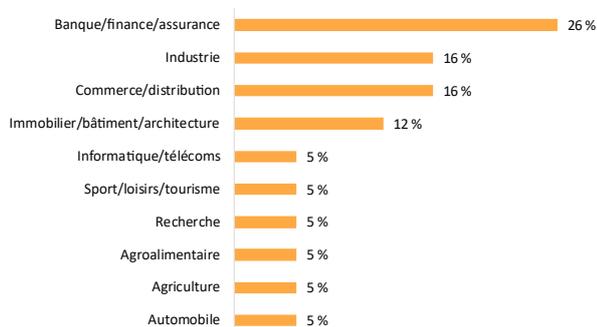
Le faible score des agences événementielles (12 %) s'explique en partie par le fait que les entreprises disposent de plus en plus, d'une personne en charge de l'organisation d'événements en interne. A noter que si nous demandons aux centres de congrès, aux espaces événementiels ainsi qu'aux sites de loisirs quelle est la clientèle la plus importante pour leur activité en 2017, 92 % citent les entreprises.

### ► Principales clientèles d'affaires présentes durant l'année 2017 :



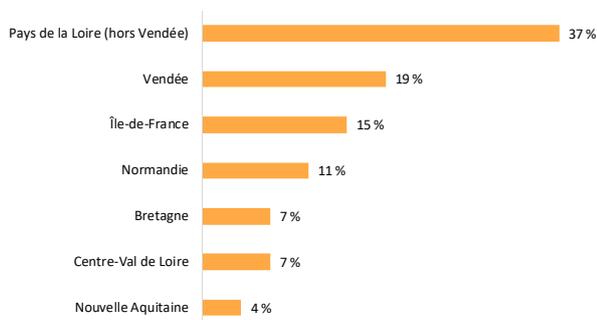
Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.

### ► Quels sont les secteurs d'activités les plus représentés dans les clientèles d'affaires durant l'année 2017 ?



Concernant les secteurs d'activités les plus représentés dans les clientèles d'affaires durant l'année 2017, le domaine « banque / finance / assurance » domine largement avec 26 %, soit exactement 10 points de plus que les secteurs de l'industrie et du commerce / distribution (16 %).

### ► Origine géographique en 2017 de la clientèle d'affaires française :



En termes d'origine géographique de la clientèle d'affaires, nous constatons une logique de proximité très évidente. En 2017, 56 % des clientèles d'affaires françaises proviennent de la région Pays de la Loire si nous y intégrons la Vendée. Ce phénomène est souvent englobé sous l'appellation « tourisme domestique » c'est-à-dire le déplacement d'individus résidant/travaillant dans un espace au sein de ce même espace (par exemple, déplacements touristiques de vendéens en Vendée). Ce fait peut s'expliquer par un budget restreint des entreprises qui les contraint à limiter leurs déplacements (1er poste de dépenses).

Pour ce qui concerne le visitorat étranger, sur les 12 structures interrogées, seul le Puy du Fou déclare recevoir des clientèles étrangères en 2017. Il y a ici, un manque évident de notoriété des sites d'accueil vendéens mais aussi une situation géographique difficile pour capter des clientèles d'affaires internationales. Néanmoins, ces structures non sollicitées par cette clientèle se disent « prêtes » à recevoir ce type de demande.

Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.

## ► RÉSULTATS D'ENQUÊTE AUPRÈS DES CENTRES DE CONGRÈS, ESPACES ÉVÈNEMENTIELS ET SITES DE LOISIRS VENDÉENS \*

Des comportements de consommation qui se distinguent



Les périodes d'activités se superposent globalement à celles mentionnées dans la partie précédente dédiée aux hôteliers. Elles montrent une activité « affaires » présente à l'année mais très largement dominée par les mois d'avant et après saison. **Le mois de décembre est plus prononcé que chez les hôteliers** car il est très demandé par les entreprises pour leurs bilans/rapports d'activité de fin d'année.

On observe également que la **durée moyenne des événements** professionnels réalisés en Vendée auprès des centres de congrès, espaces événementiels et sites de loisirs **est de 1,1 jour**. Un résultat logique car seulement quelques structures disposent d'une offre d'hébergement en interne qui leur permet d'allonger la durée de séjour. Pour les autres prestataires, ce sont généralement des manifestations réalisées sur une journée et sans nuitée. Les entreprises privilégient des destinations accessibles, permettant de partir le matin et de rentrer le soir sans passer trop de temps dans les transports (d'où cette logique de proximité mise en évidence précédemment).

Par ailleurs, l'analyse des résultats met en exergue une moyenne de 81 participants très largement relevée par les deux centres de congrès ainsi que le Puy du Fou. La moyenne chute à 30 participants sans la présence de ces trois structures.

**80 % des répondants déclarent une montée en puissance des manifestations d'affaires en Vendée entre 2016 et 2017.** Parmi les 20 % restant, la moitié constate une stabilité de leur activité et l'autre moitié une régression.

### ► Calendrier des activités dites « affaires » en 2017 en Vendée :



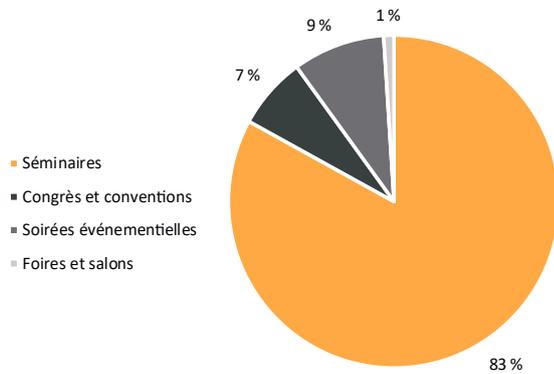
Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.



# ► RÉSULTATS D'ENQUÊTE AUPRÈS DES CENTRES DE CONGRÈS, ESPACES ÉVÈNEMENTIELS ET SITES DE LOISIRS VENDÉENS \*

## Des types de manifestations professionnelles variées

### Répartition des manifestations professionnelles réalisées durant l'année 2017 :

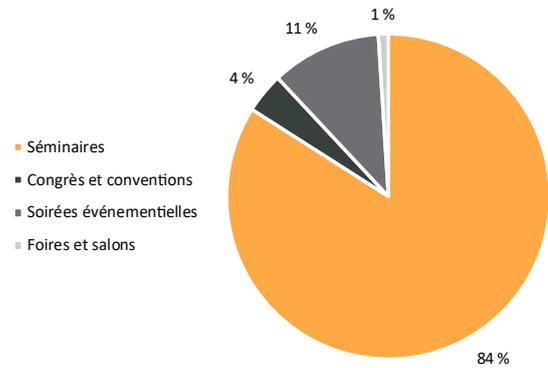


Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.

Le premier constat que nous pouvons faire est **une domination incontestable des séminaires, manifestations les plus réalisées en Vendée avec une part supérieure à 80 %**. Pour les autres types de manifestations, la part des soirées événementielles (9 %) et des congrès et conventions (7 %) est à noter.

Au gré d'un examen plus approfondi, nous constatons qu'en dehors des centres de congrès, les congrès, colloques et conventions reculent au profit

### Répartition des manifestations professionnelles réalisées durant l'année 2017 hors centres de congrès :



Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.

des soirées événementielles qui prennent une part plus importante dans les « petites » structures.

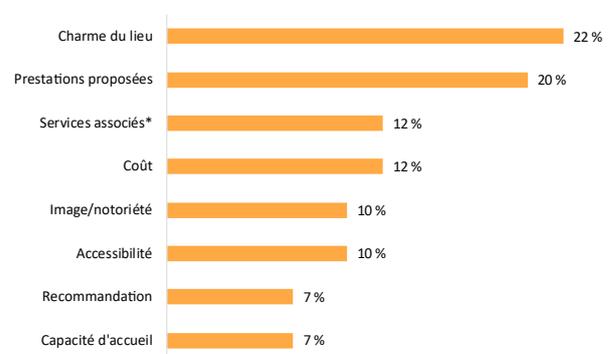
Une certaine logique est respectée car plus les manifestations sont importantes, plus le besoin de recourir à une structure conséquente est fort. En effet, pour les congrès, conventions et colloques ainsi que les foires et salons, ces derniers attirent de grands groupes qui requièrent une capacité d'accueil suffisamment dimensionnée.

## Principaux motifs de concrétisation des dossiers affaires

Le charme du lieu (22 %), les prestations proposées (20 %) ainsi que le coût (12 %) sont les premiers facteurs de concrétisation des dossiers. Déjà présents chez les hôteliers, les critères du charme du lieu et du coût semblent parfaitement définir l'offre vendéenne globale : une destination d'affaires abordable marquée par l'authenticité et le cachet de ces lieux d'accueil.

Par ailleurs, il est important de mettre en avant le critère de la recommandation car même s'il n'apparaît pas de manière évidente, la majorité des acteurs s'accordent pour dire qu'il joue un rôle clef dans leur activité.

### Principaux motifs de concrétisation :



\*Offres de restauration, activités de loisirs, salles de réunions...

Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.

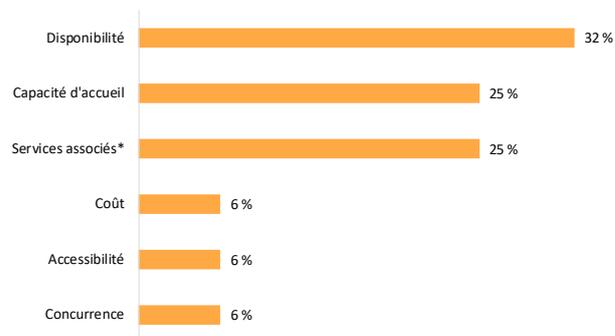
## ► RÉSULTATS D'ENQUÊTE AUPRÈS DES CENTRES DE CONGRÈS, ESPACES ÉVÈNEMENTIELS ET SITES DE LOISIRS VENDÉENS \*

### Principaux motifs de non-concrétisation des dossiers affaires

Concernant les motifs de non-concrétisation, nous retrouvons les mêmes constats que chez les hôteliers. **La Vendée se heurte à des équipements dont la capacité d'accueil est trop faible (25%) ce qui indirectement, provoque de l'indisponibilité (32%) à certaines dates (avril, mai, juin et septembre notamment).** Un problème récurrent qui semble généralisable à la majorité des acteurs vendéens inscrits dans une démarche « affaires ».

Par ailleurs, la question des services associés est complexe car ce critère est à la fois le troisième motif de concrétisation et de non-concrétisation des dossiers en 2017. Cette complexité s'explique par le fait que la notion de « services associés » diffère selon les clients qui ne vont pas attacher la même importance à chaque service. Si pour certains une offre de restauration sur place est essentielle, pour d'autres, ce sera une salle de réunion entièrement équipée, ce qui explique le double classement de ce critère.

#### ► Principaux motifs de non concrétisation :



\*Offres de restauration, activités de loisirs, salles de réunions...

Source : Vendée Expansion - Enquête 2018 sur la clientèle affaires au sein des établissements hôteliers de Vendée.

### Pour résumer :

Une clientèle exclusivement française (excepté le Puy du Fou) et très locale avec 56 % des flux émanant des Pays de la Loire.

Quatre périodes fortes de fréquentation qui englobent la haute saison touristique : avril, mai, juin et septembre.

Avec une part supérieure à 80 %, les séminaires sont les manifestations professionnelles les plus répandues, largement devant les congrès, colloques et conventions, les soirées événementielles ainsi que les foires et salons.

Un nombre de participants compris entre 10 et 400 personnes (pour une moyenne de 81 personnes par événement) porté par les trois infrastructures majeures du territoire (Odyssea, les Atlantes et le Puy

du Fou).

Tout comme pour les hôteliers, le manque de disponibilité relatif à une capacité d'accueil trop faible est le principal facteur de non-concrétisation des dossiers affaires. Le charme des lieux et plus largement de la destination ainsi que le coût, sont à l'inverse les premiers motifs de concrétisation.

A long terme, si la Vendée souhaite accueillir des manifestations plus importantes (en nombre de personnes ou en durée de séjour) ou diversifier sa clientèle, elle devra optimiser sa capacité d'accueil.

La Vendée est une destination affaire émergente qui dispose déjà de solides bases avec de fortes perspectives de développement et de nombreux atouts à faire valoir (climat ensoleillé, diversité paysagère, grande variété d'hébergements et d'espaces événementiels...).

En parallèle, pour renforcer sa compétitivité, le département sait qu'il peut s'appuyer sur l'attractivité du littoral, la notoriété de sites majeurs comme le Puy du Fou mais aussi de ses grands événements comme le Vendée Globe ou plus récemment le Tour de France.

Plus largement, cette enquête a permis de mettre en avant trois grands leviers de développement potentiels pour la Vendée :

- Engager des actions de promotion et de prospection sur un rayon de proximité (Pays de la Loire et régions limitrophes) ainsi que sur l'Île de France.
- Recourir à l'ingénierie collective pour optimiser la disponibilité, des équipements et hébergements (hôtels, centres de congrès, espaces événementiels, sites de loisirs...) et mieux orienter les flux d'affaires.
- Transformer les clientèles d'affaires d'aujourd'hui en touristes de demain (clientèles françaises comme étrangères).



Retrouvez toutes nos publications sur  
[www.vendee-expansion.fr](http://www.vendee-expansion.fr)

