

MÉDOC  
ATLANTIQUE  
TOURISME

# Rapport d'activité

---

2024



# Sommaire



<b>1</b>	<b>Médoc Atlantique Tourisme</b>	
1.1	Missions de l'Office de Tourisme	6
1.2	Gouvernance	7
1.3	Administration	9
1.4	Organisation	10
1.5	Finance	12
<b>2</b>	<b>Attractivité</b>	
2.1	Campagnes de promotion	15
2.2	Stratégie digitale	19
2.3	Relations médias	23
2.4	Marchés étrangers	32
2.5	Événementiel	35
2.6	Editions	42
2.7	Promotion	44
2.8	Projets solidaires	46
<b>3</b>	<b>Accueil &amp; Information</b>	
3.1	Dispositif accueil	52
3.2	Profil des visiteurs	56
3.3	L'offre en itinérance	58
<b>4</b>	<b>Commercialisation</b>	
4.1	Commercialisation BtoC	61
4.2	Commercialisation BtoB	62
<b>5</b>	<b>Relations Prestataires</b>	
5.1	Chiffres-clés partenaires	67
5.2	Animation du réseau partenaires	68
5.3	Qualification de l'offre des prestataires	69
5.4	Formation des socioprofessionnels	70
5.5	Esti'Talents	72
<b>6</b>	<b>Chiffres-clés</b>	74

# MOT DU PRÉSIDENT



**L'année 2024 marque une nouvelle étape dans la trajectoire de l'Office de Tourisme Médoc Atlantique.**

Fort de son rôle fédérateur au sein d'un territoire riche de 13 communes aux identités complémentaires, l'Office poursuit sa mission de valorisation de l'Eden Aquitain. Grâce à une organisation renforcée et une stratégie alignée sur les ambitions de la Communauté de Communes Médoc Atlantique, un équilibre entre innovation et continuité a été maintenu, au service du rayonnement de la destination.

L'année 2024 a été marquée par une intensification des actions pour promouvoir Médoc Atlantique à travers une approche stratégique ciblée. En conjuguant campagnes de communication ambitieuses et partenariats solides, l'attractivité du territoire a été renforcé auprès de nouvelles clientèles et au-delà des traditionnelles périodes estivales. Cet effort, doublé d'une diversification de l'offre touristique, témoigne de la capacité de l'Office de Tourisme Médoc Atlantique à anticiper les évolutions des attentes des visiteurs.

Le soutien aux événements locaux a également constitué un axe majeur de l'engagement. Ces manifestations, qu'elles soient culturelles, sportives ou festives, jouent un rôle essentiel dans le dynamisme du territoire, tout en soutenant son économie locale. À travers cela, l'Office contribue à renforcer le lien entre habitants, visiteurs et acteurs du territoire.

En parallèle, la commercialisation des activités et des spectacles des partenaires a permis de mettre en valeur une offre diversifiée et adaptée aux attentes des touristes. Cet engagement s'est accompagné d'un soutien accru aux professionnels, à travers des formations sur mesure et une compréhension affinée de leurs besoins, affirmant ainsi notre rôle d'intermédiaire clé entre l'offre et la demande.

Enfin, l'accueil des visiteurs a été réinventé pour répondre à des exigences croissantes. Avec l'ouverture de nouveaux offices et le développement de l'accueil hors les murs, la volonté d'être au plus près des visiteurs a prévalu, tout en renforçant la mission de promotion d'un territoire authentique et accessible.

Ce rapport d'activités 2024 retrace les nombreuses actions entreprises cette année et reflète le dynamisme collectif qui anime le territoire. C'est avec fierté et ambition que nous partageons ces réalisations, qui dessinent les contours d'un avenir prometteur pour Médoc Atlantique.

Ensemble, continuons à construire une destination à la fois authentique et innovante, porteuse d'opportunités pour imaginer de nouvelles perspectives, repousser les frontières de notre créativité, et relever les défis de demain avec ambition et cohésion.

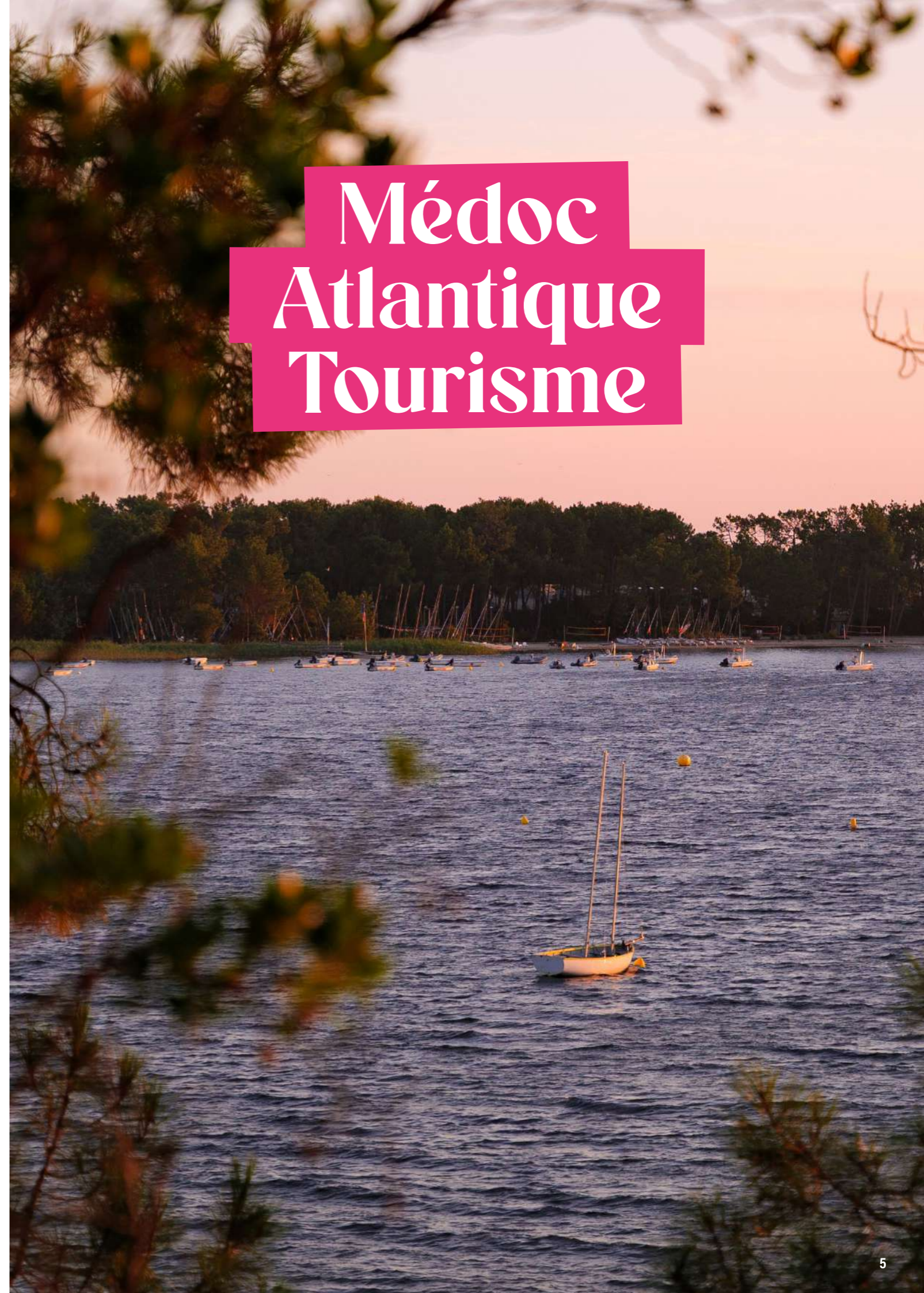
Bonne lecture.



**Laurent  
Peyrondet**

Maire de Lacanau  
et Président  
de l'Office de Tourisme  
Médoc Atlantique

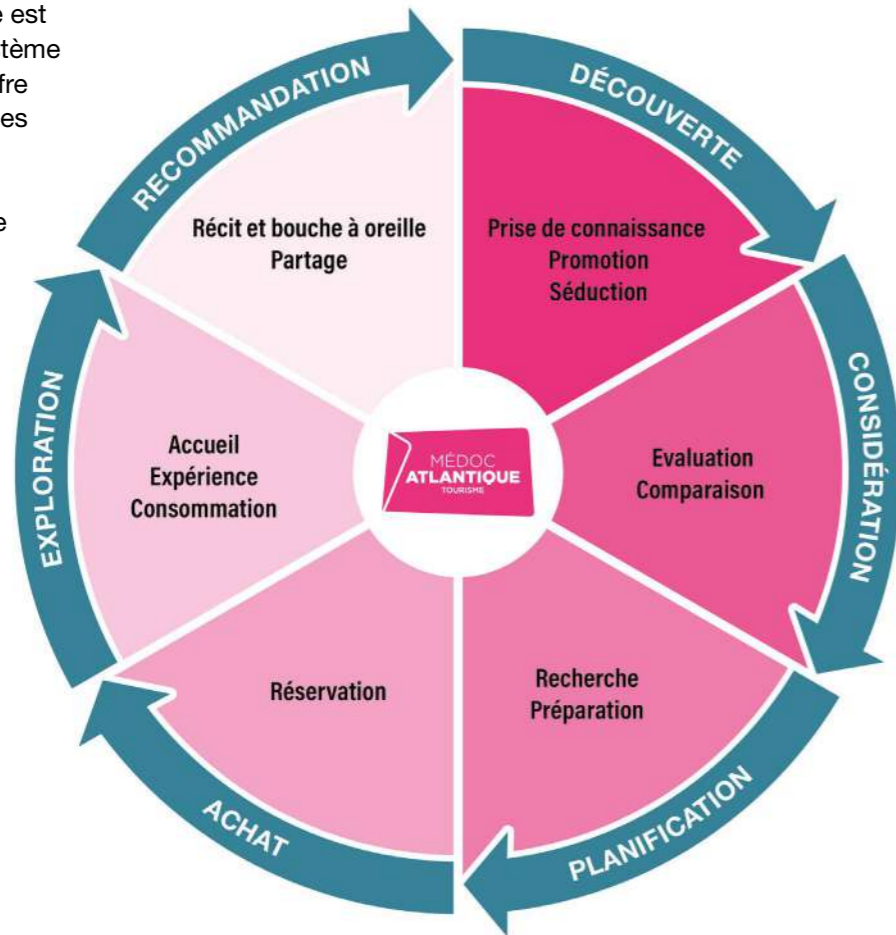
# Médoc Atlantique Tourisme



# 1.1 Missions de l'Office de Tourisme

L'Office de Tourisme est au cœur de l'écosystème touristique entre l'offre de la destination et les visiteurs.

Il intervient à chaque étape du cycle du voyageur.



# 1.2 Gouvernance

## Convention d'objectifs et de moyens entre la Communauté de Communes Médoc Atlantique et l'EPIC Office de Tourisme Médoc Atlantique 2023-2026

Cette convention, validée par le Comité de Direction le 13 février et signée par le directeur de l'EPIC le 16 février 2023, a un double objectif :

- fixer les missions déléguées à l'Office de Tourisme Communautaire Médoc Atlantique ainsi que les objectifs à atteindre par ce dernier pour la période 2023-2026.
- fixer les modalités et conditions d'attribution des moyens alloués à l'Office de Tourisme Communautaire Médoc Atlantique pour exercer les missions qui lui ont été confiées et atteindre les objectifs qui lui ont été attribués.

**Parmi ces missions :**

- accueil et information des touristes
- promotion-communication touristique de la Communauté de Communes
- coordination des prestataires et des partenaires de la destination
- participation à l'élaboration de la politique touristique sur demande de la Communauté de Communes
- commercialisation de prestations de services touristiques conformément au code du tourisme.

Source : Extrait convention objectifs 2023-2026

## Composition du comité de direction

L'Office de Tourisme Médoc Atlantique est administré par un Comité de Direction, composé de 18 élus, 8 suppléants et 17 socioprofessionnels.

### Collège des élus communautaires

- |  |   |
|--|---|
| • <b>Laurent Peyrondet</b><br>Maire de Lacanau     | • <b>Patrick Meiffren</b><br>Maire de Carcans-Maubuisson  |
| • <b>Pascale Marzat</b><br>Lacanau                 | • <b>Catherine Robineau</b><br>Carcans-Maubuisson         |
| • <b>Adrien Debever</b><br>Lacanau                 | • <b>Christine Grass</b><br>Le Verdon-sur-Mer             |
| • <b>Hervé Cazenave</b><br>Lacanau                 | • <b>Jacky Nicaise</b><br>Maire de Grayan-et-l'Hôpital    |
| • <b>Evelyne Moulin</b><br>Soulac-sur-Mer          | • <b>Marie-Hélène Giral</b><br>Saint-Vivien-de-Médoc      |
| • <b>Marie-Dominique Dubourg</b><br>Soulac-sur-Mer | • <b>Jean-Louis Breton</b><br>Maire de Valeyrac           |
| • <b>Bernard Lombrail</b><br>Soulac-sur-Mer        | • <b>Véronique Chambaud</b><br>Maire de Queyrac           |
| • <b>Jean-Marc Signoret</b><br>Maire d'Hourtin     | • <b>Christian Boura</b><br>Maire de Jau-Dignac-et-Loirac |
| • <b>Karine Forgeron</b><br>Hourtin                | • <b>Yves Barreau</b><br>Maire de Naujac-sur-Mer          |

### Suppléants

- **Xavier Pintat**  
Maire de Soulac-sur-Mer et Président de la CDC Médoc Atlantique
- **Stéphane Margalef**  
Hourtin
- **Alexia Bacquey**  
Lacanau
- **Sylvie Landureau**  
Carcans-Maubuisson
- **Jacques Bidalun**  
Maire du Verdon-sur-Mer
- **Béatrice Charrier**  
Grayan-et-l'Hôpital
- **Jean-Pierre Dubernet**  
Maire de Saint-Vivien de Médoc
- **Franck Laporte**  
Maire de Talais



## Collège des socioprofessionnels

- Frédéric Dadoy
- Jean-Marie Calbet
- Daniel Milliet
- Marie-Dominique Saint-Martin
- Kaing Eap
- Nicolas Maridat
- Henry Ly
- Michel Espaignet
- Dominique Février
- Pierre Jacob
- Nicolas Larue
- Arnaud Peroux
- Bernard Sudreau
- Gérard Gonzalez
- Carine Mora
- Véronique Durandet
- Maéva Lieuteau-Sanchez

## Un office de tourisme proche des élus locaux et des professionnels du tourisme de la destination

### 152 rendez-vous chez les prestataires

#### Objectifs :

- connaître leurs besoins
- les accompagner sur différents axes dont la visibilité et le développement commercial de leurs activités qualifier leurs offres
- assurer une cohérence de la destination.

Une centaine de rendez-vous avec les maires et élus de la Communauté de Communes de Médoc Atlantique dont :

- 13 rendez-vous de préparation de saison en avril avec les 13 maires des communes.
- 13 rendez-vous de bilan de saison en septembre avec les 13 maires des communes.

# 1.3 Administration

## 2024 : Une année ambitieuse

Les ambitions traduites au travers des axes stratégiques et du plan d'actions 2024, obligent en matière de ressources humaines.

En effet l'objectif 2024 a été de "re-calibrer" l'organisation à la hauteur des besoins et des ambitions. Pour cela le pôle attractivité a été réorganisé autour de 3 services :

- **Promotion communication**
- **Digital**
- **Relations prestataires et mise en marché**

D'autre part, le travail autour de l'accompagnement des collaborateurs saisonniers a été poursuivi avec un programme efficace et ambitieux permettant à ces derniers d'intégrer facilement le pôle Accueil-Information.

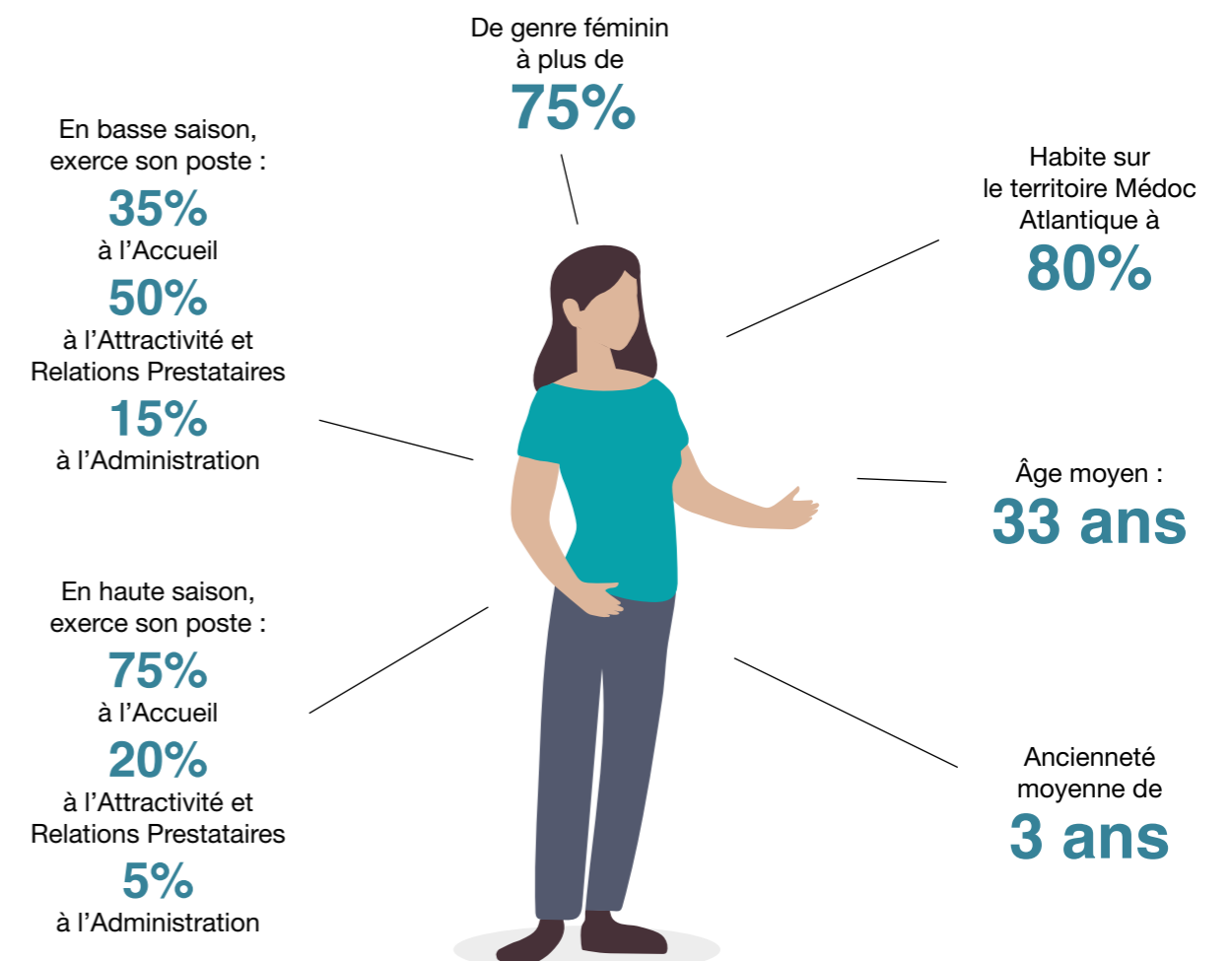
Pour faire vivre l'esprit d'équipe, des instants de convivialité ont jalonné l'exercice 2024 :

- **Accueil des saisonniers**
- **Soirée de remerciements des saisonniers**
- **Sorties découverte des partenaires**
- **Soirée de fin d'année.**

L'amélioration de la qualité de l'expérience « travail » (aménagement des espaces de travail, lieu de pause et de l'écoute des collaborateurs) a été poursuivie à l'exercice 2024.

Les salariés ont par ailleurs pu bénéficier de formations professionnalisantes et en lien avec leurs attentes et les besoins de l'Office de Tourisme.

## Le / la salarié(e) «type» Médoc Atlantique Tourisme



# 1.4 Organisation

## L'équipe au 31/12/2024

Composée de 23 collaborateurs à l'année, l'organisation humaine de l'Office de Tourisme Médoc Atlantique évolue autour de deux pôles principaux :

- L'Accueil et l'information
- L'Attractivité

### Le pôle Accueil - Information

Il compte 8 collaborateurs-trices à l'année qui assurent un accueil de grande qualité aux dizaines de milliers de touristes renseignés.

L'enjeu majeur du pôle est d'être en mesure de diffuser une information pertinente, actualisée afin d'être le tiers de confiance qu'attendent les visiteurs.

### Le pôle Attractivité et Relations Prestataires

Le pôle Attractivité et Relations Prestataires a pour mission la mise en oeuvre du plan d'actions visant à valoriser la destination et ses acteurs socio économiques. Les missions d'animation des prestataires et la communication-promotion sont ainsi réunies au sein du pôle Attractivité afin de faciliter les synergies entre collaborateurs et d'être au plus près des attentes des professionnels.

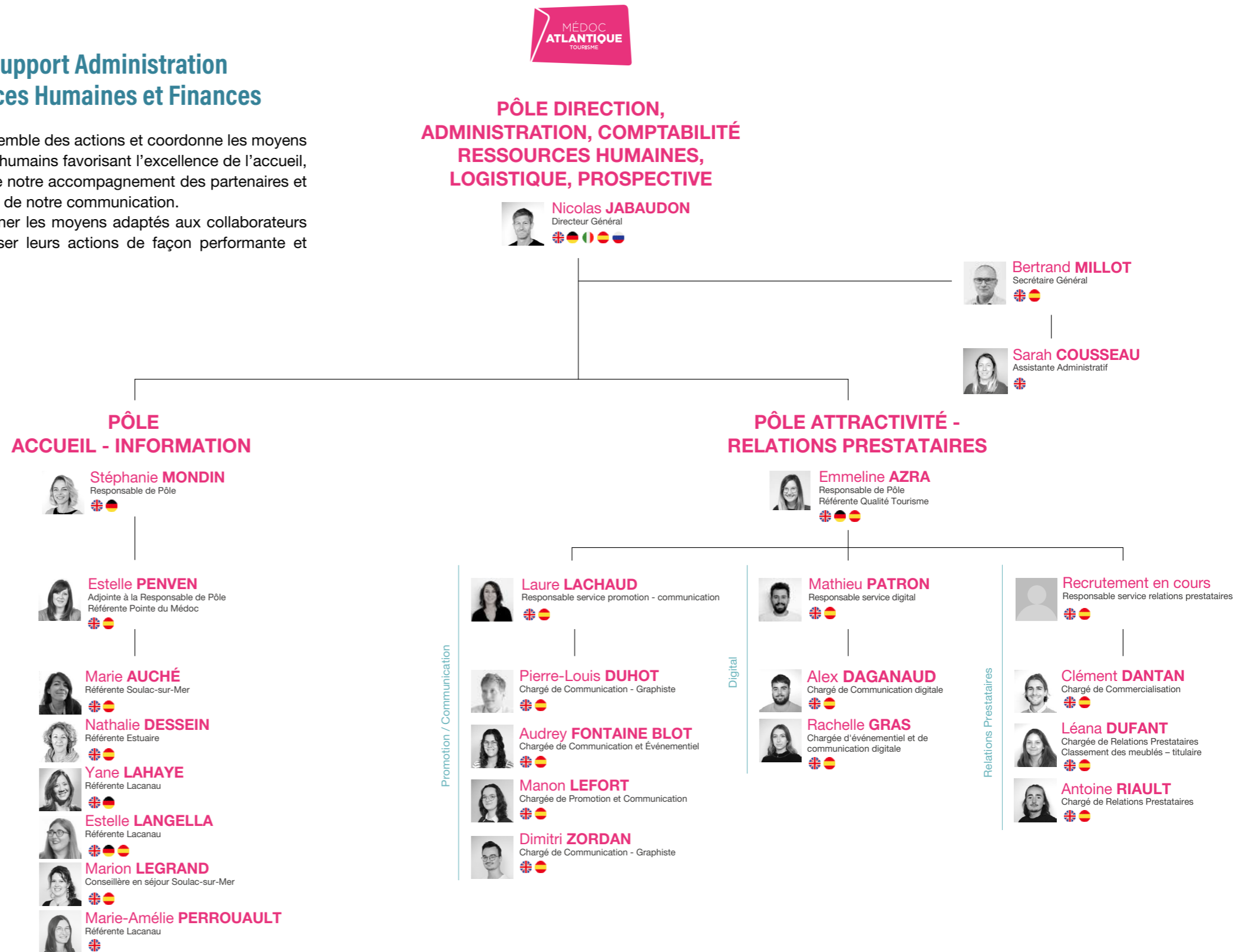
Deux enjeux majeurs complémentaires en ont résulté :

- L'animation du réseau de professionnels, le développement de l'économie touristique notamment au travers de Médoc Atlantique Travel, la labellisation, le classement des meublés de tourisme et la professionnalisation des acteurs économiques
- L'émergence de projets digitaux innovants, des éditions de qualité, un programme d'actions de promotion en France et à l'international, des relations presse dynamiques et à fortes retombées, le maillage du territoire autour du soutien aux événements et l'organisation de 4 événements (culture, famille, divertissement et oenotourisme).

### Le pôle support Administration Ressources Humaines et Finances

Il pilote l'ensemble des actions et coordonne les moyens financiers et humains favorisant l'excellence de l'accueil, l'efficacité de notre accompagnement des partenaires et la pertinence de notre communication.

Il vise à donner les moyens adaptés aux collaborateurs afin de réaliser leurs actions de façon performante et productive.



# 1.5 Finance

La situation financière de l'Office de Tourisme est saine et contrôlée.

Les recettes de fonctionnement proviennent à **88% de la perception de la taxe de séjour** par la Communauté de Communes et à **12% du chiffre d'affaires des visites et packs**.

Concernant les dépenses de fonctionnement, celles-ci sont maîtrisées et permettent de dégager des marges de manœuvre intéressantes et favorisant des plans d'actions ambitieux.

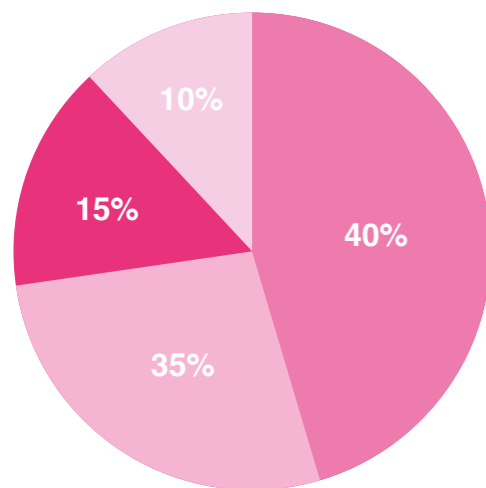
La part de la masse salariale représente **40% du budget de fonctionnement**. Ce pourcentage situe l'Office de Tourisme dans la partie inférieure des Offices de Tourisme au niveau national. En effet, plus de la moitié des Offices de Tourisme en France consacre plus de **60% de leur budget à la masse salariale**.

Les frais généraux se situent à **15% du budget de fonctionnement**, soit dans la moyenne du secteur (entre 15 et 20%). La multiplicité des sites (8 en 2024) accroît forcément ce niveau de dépenses.

La maîtrise de l'enveloppe consacrée aux ressources humaines et la bonne gestion des frais généraux permettent de consacrer **35% du budget aux actions de promotion**.

Enfin, **la part des amortissements et le financement de l'investissement représentent 10%** du budget total.

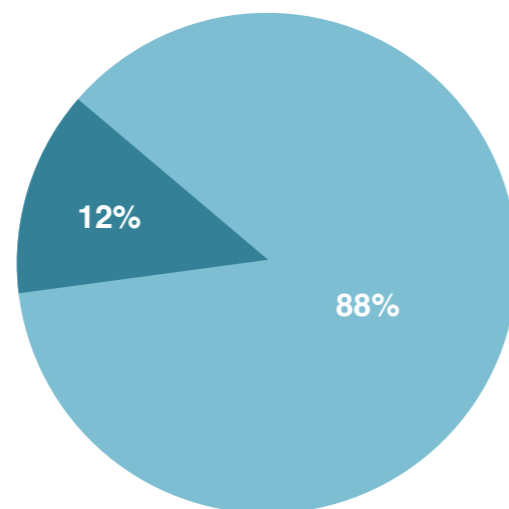
## Répartition des dépenses



- Frais de fonctionnement
- Amortissement et financement de l'investissement
- Frais de personnel
- Actions marketing, promotion et prestataires

## Répartition des recettes

- Taxe de séjour
- Packs de prestations et billetterie



# Attractivité





# Missions

## ÉMERGER

En mettant en place un plan de communication différenciant s'appuyant sur les forces de la destination, déployé à l'échelle nationale afin de gagner en visibilité en France.

## VALORISER

Tous les atouts de la destination sont à mettre au centre des prises de parole : la diversité des territoires (océan, lac, forêt, estuaire) et la diversité des activités.

## MAÎTRISER

La définition des priorités avec une gestion des coûts maîtrisée permet d'optimiser les actions à la mesure des ambitions fixées.

## RÉPERTORIER

Collecter tous les résultats de campagne, analyser les indicateurs et données des études menées.

En 2024, le Pôle Attractivité a poursuivi son engagement pour renforcer la notoriété et l'attractivité de la destination Médoc Atlantique en s'appuyant sur une stratégie de promotion ambitieuse et diversifiée. À travers des actions publicitaires en France et en Europe, menées directement ou en collaboration avec les contrats de destination Côte Atlantique et Bordeaux, la destination a consolidé sa présence auprès de ses marchés cibles.

L'année a également été marquée par des actions presse plus nombreuses avec l'organisation de plus de **30 accueils** dédiés à des journalistes et influenceurs de six nationalités, générant des retombées qualitatives. Sur le plan éditorial, le renouvellement des **21 éditions** réalisées intégralement en interne et la création de plans spécifiques pour chacune des **13 communes** ont permis de mieux valoriser la richesse et la diversité du territoire.

Côté événementiel, le Pôle a soutenu plus de **50 événements** locaux et organisé quatre manifestations phares, dont le Championnat du Monde de Lancer de Tong, véritable réussite sportive et médiatique.

Le digital a été un axe structurant avec la préparation de trois projets majeurs qui verront le jour en 2025 : un nouveau site internet de destination, une base de données modernisée et une billetterie repensée. Enfin, des initiatives innovantes ont mis en lumière les talents du territoire avec l'accompagnement de **25 ambassadeurs** médocains, tandis que des actions solidaires comme le soutien au voilier Les Étoiles Filantes ou le calendrier d'Octobre Rose ont illustré l'engagement de la destination auprès de projets porteurs de sens.

Ces réalisations s'inscrivent dans une démarche durable et concertée, au service de la promotion et de l'attractivité de Médoc Atlantique, tout en mettant en valeur ses atouts humains, naturels et culturels.

## 2.1 Campagnes de promotion

Médoc Atlantique Tourisme a marqué les esprits en touchant **8 848 018 contacts** grâce à une stratégie de promotion pertinente. Ces actions, réparties sur **46 campagnes** distinctes (hors campagnes dédiées aux événements), ont été conçues pour renforcer la notoriété de notre destination auprès de publics variés, en France et à l'international.

Avec un investissement stratégique de **62 000 €** (soit 0,01€ par contact) ces campagnes ont mis en lumière toute la richesse des 13 communes de Médoc Atlantique, en utilisant des supports variés et percutants.

Ces chiffres illustrent la force des actions promotionnelles, qui ont appuyé la visibilité et l'attractivité de la destination de manière spectaculaire.

### Campagne nature & activités outdoor



#### Digital - Voyage d'Affaires

📍 France  
11 au 17 mars  
Article, newsletter, bannière publicitaire  
21 614 contacts  
3 753 clics



#### Digital - Le Bon Coin

📍 Ile-de-France / Toulouse / Lyon  
Mi-mars à mi-avril  
Multi-formats web  
805 445 contacts  
9 698 clics



#### Affichage - JC Decaux

📍 Bordeaux  
1<sup>er</sup> au 7 avril  
60 faces  
3 951 848 contacts



#### Digital - Toulouscope

📍 Occitanie  
Avril  
Article : 2 240 contacts  
Newsletter : 14 281 contacts  
Réseaux sociaux : 18 489 contacts  
Réseaux sociaux : 934 interactions



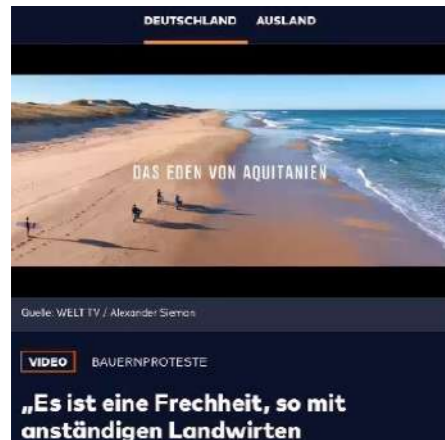
#### Presse écrite - Golf Magazine

📍 France  
Avril  
Tirage annuel, parution en avril  
23 935 contacts



#### Digital - Atout France

📍 Pays-Bas  
8 mai  
Insertion newsletter mensuelle  
10 895 contacts  
31% clics



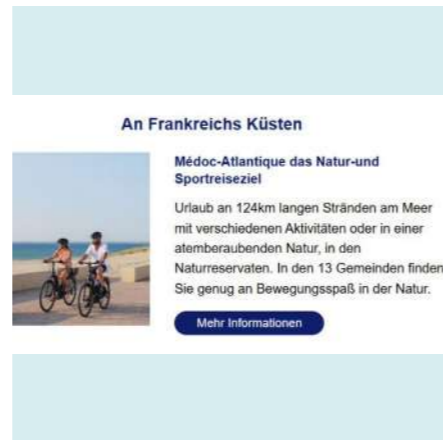
### Digital - E-Novate

📍 France & Allemagne  
 Activation Display Mobile  
 1<sup>er</sup> mai au 30 juin  
 134 249 contacts France  
 140 419 contacts Allemagne



### Digital - Le journal de l'évasion

📍 Belgique  
 Juin  
 Article web + publications réseaux sociaux + newsletter  
 90 000 contacts



### Digital - Atout France

📍 Suisse  
 Juin  
 Insertion au sein de la newsletter  
 5 355 contacts  
 45,36% clics

## Campagne patrimoine



### Affichage - Sud Ouest

📍 Bordeaux  
 8 au 22 septembre  
 DOOH 17 écrans dans les gares  
 244 755 contacts potentiels



### Print - Sud Ouest

📍 Gironde  
 16 septembre  
 1/2 page dans le quotidien  
 150 000 contacts



### Radio - RTL2 / Nova

📍 Gironde  
 62 spots de 30 secondes  
 18 au 21 septembre  
 153 486 contacts



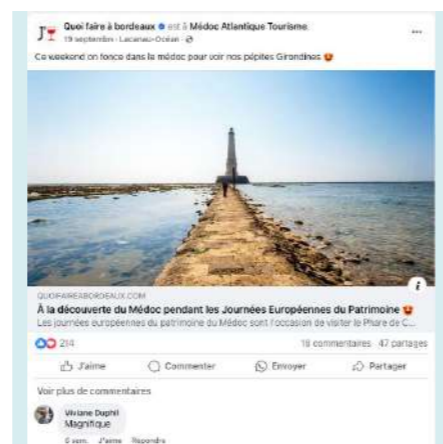
### Presse écrite - Randonnée santé magazine

📍 France  
 Tirage annuel, parution le 10 juin  
 600 000 contacts



### Digital - Atout France

📍 Allemagne / Suisse / Autriche  
 Octobre  
 Insertion au sein de la newsletter  
 5 291 contacts  
 43,19% clics



### Digital - Quoi faire à Bordeaux ?

📍 Gironde  
 Pack visibilité sur 1 an + sponsoring  
 12 publications sur Facebook et Instagram + 2 articles site web  
 423 734 contacts

## Campagne œnotourisme & gastronomie



### Print - Journal du Médoc

📍 Médoc  
 13 au 27 septembre  
 Zoom 2 page loisir  
 50 000 contacts



### Digital - Aqui Bordeaux

📍 Gironde  
 Home page du site  
 21 au 28 septembre  
 120 000 contacts



### Affichage - Sud Ouest

📍 Gironde  
 1<sup>er</sup> au 15 novembre  
 67 centres commerciaux et passages rue Sainte Catherine  
 279 589 contacts potentiels



### Digital - Sud Ouest

📍 Gironde  
 1<sup>er</sup> au 3 novembre  
 Bannière site internet  
 145 842 contacts

## Campagne Médoc Atlantique Travel



### Cinéma - Océanic

📍 **Soulac-sur-Mer**  
 Juillet à septembre  
 Vidéo 20 secondes  
 10 902 spectateurs



### Cinéma - L'Escoure

📍 **Lacanau**  
 Juillet à septembre  
 Vidéo 20 secondes  
 5 212 spectateurs

### Digital - Google Ads

📍 **National**  
 Juillet à octobre  
 Activités pleine nature - Activités nautiques - Vignobles - Bien-Être  
 4585 clics



## Campagne Octobre Rose



### Digital - Sud-Ouest

📍 **Gironde**  
 1<sup>er</sup> au 31 octobre  
 Google Ads  
 1 432 852 contacts - 23 273 clics

## 2.2 Stratégie digitale

### Marketing direct

#### Newsletters BtoC\*

**13 newsletters**  
 9 430 contacts en moyenne  
 Taux d'ouverture moyen : 41% (+16%)  
 Taux de clic moyen : 4%

#### Newsletters BtoB\*

**26 newsletters**  
 855 contacts en moyenne  
 Taux d'ouverture moyen : 51% (+70%)  
 Taux de clic moyen : 7% (+75%)

\*BtoC : Business to consumers  
 \*BtoB : Business to business

### Réseaux sociaux



**18 135**

abonnés au 31/12/2024

#### Abonnés des pages communes :

- 📍 **Lacanau** 1 957 (+9 %)
- 📍 **Carcans** 1 769 (+7 %)
- 📍 **Hourtin** 1 293 (+8 %)
- 📍 **Grayan-et-l'Hôpital** 1 143 (+0,4 %)
- 📍 **Soulac-sur-Mer** 8 194 (+2 %)
- 📍 **Le-Verdon-sur-Mer** 1 858 (+ 2 %)
- 📍 **Saint-Vivien-de-Médoc** 725 (+ 7 %)

#### Localisation :

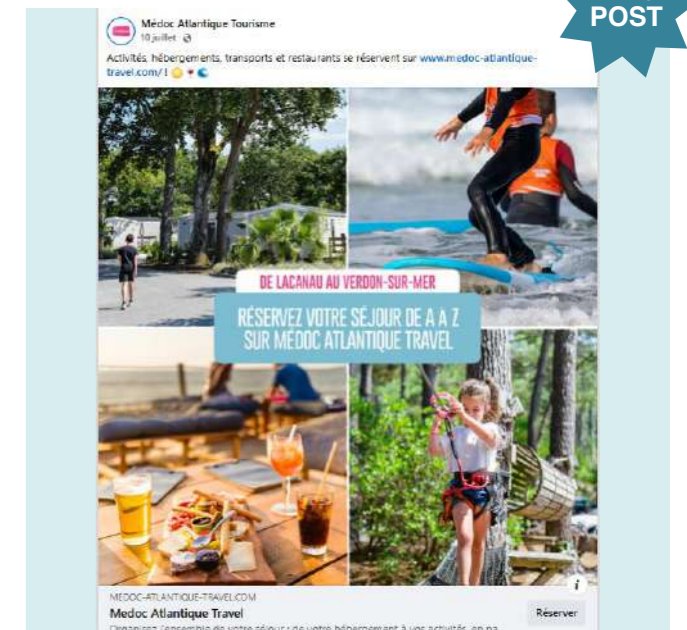
- 📍 **Bordeaux** 5 %
- 📍 **Mérignac** 4 %
- 📍 **Lesparre** 3 %
- 📍 **Paris** 2 %
- 📍 **Lacanau** 2 %
- 📍 **Hourtin** 2 %
- 📍 **Carcans** 1 %
- 📍 **Saint-Médard-en-Jalles** 1 %
- 📍 **Lacanau-Océan** 1 %
- 📍 **Soulac-Sur-Mer** 1 %

#### Moyenne d'âge :

- 18-24 ans** : 2 %
- 25-34** : 14 %
- 35-44** : 28 %
- 45-54** : 27 %
- 55-64** : 16 %
- 65+** : 13 %

#### Sexe :

- 👩 **Femmes** : 66 %
- 👨 **Hommes** : 34 %



👤 **Couverture** : 50 036  
 👍 **Likes** : 31  
 💬 **Commentaires** : 1  
 ➦ **Partages** : 1



**10 544**

abonnés au 31/12/2024

**+16 %**

**Localisation :**

- 📍 Bordeaux 6 %
- 📍 Paris 3 %
- 📍 Lacanau 3 %
- 📍 Lacanau-océan 3 %
- 📍 Mérignac 2 %
- 📍 Soulac-Sur-Mer 2 %
- 📍 Carcans 2 %
- 📍 Hourtin 1 %
- 📍 Saint-Médard-en-Jalles 1 %
- 📍 Pessac 1 %

**Moyenne d'âge :**

- 18-24 ans : 5 %
- 25-34 : 27 %
- 35-44 : 30 %
- 45-54 : 22 %
- 55-64 : 11 %
- 65+ : 4 %

**Sexe :**

- 👩 Femmes : 65 %
- 👨 Hommes : 35 %



👤 **Couverture** : 11 665  
 👍 **Likes** : 2 483  
 💬 **Commentaires** : 195  
 ➦ **Partages** : 334



**2 651**

abonnés au 31/12/2024

**+25 %**

**Localisation :**

- 📍 Bordeaux 50 %
- 📍 Paris 10 %
- 📍 La Rochelle 2 %
- 📍 Lacanau 2 %
- 📍 Pau 2 %
- 📍 Lyon 1 %
- 📍 Toulouse 1 %

👤 **Couverture** : 5 186  
 👍 **Likes** : 82  
 💬 **Commentaires** : 5  
 ➦ **Partages** : 24



**797**

abonnés au 31/12/2024

**+91 %**



**4 589**

vues au 31/12/2024

**+74 %**

**Site internet - medoc-atlantique.com**



**Données globales**

**2 minutes** passées en moyenne  
**2,8 actions** (pages vues, téléchargements, liens cliqués ...)

**Supports d'utilisation**

**Mobile** : 69%  
**Desktop** : 28%  
**Tablette** : 3%

**Canaux d'acquisition**

**Moteurs de recherche** : 66%  
**Direct** : 25%  
**Sites tiers** : 6%  
**Réseaux sociaux** : 1%

**Chiffres-clés**

**828 111**  
visites

**1 721 000**  
pages vues

Pic de fréquentation :  
**55 000**  
visites en 1 semaine  
(juillet)

**Production vidéo**

Afin de promouvoir la destination sur les réseaux sociaux de l'Office de Tourisme, le vidéaste médocain Jean-Emmanuel Jay a réalisé **25 vidéos** format verticaux 9:16 pour diffusion sur Instagram, Facebook et TikTok. Les vidéos sont réparties dans 3 catégories : événements, activités/paysages et top 5.





## Activités/paysages

### Lacanau

- Kayak sur le canal des étangs - Avril
- Pointe du Tedey avec des activités - Juillet
- Surf au coucher du soleil - Août
- Grues cendrées - Décembre

### Soulac-sur-Mer

- Coucher du soleil - Juin

### Carcans-Maubuisson

- Lou Pinassote sur le lac - Juin

### Hourtin

- Lever de soleil sur le port - Novembre

### Jau-Dignac-et-Loirac

- Phare de Richard - Mars
- Balade à cheval au Phare de Richard - Octobre

### Le Verdon-sur-Mer

- Piscines naturelles - Août

### Naujac-sur-Mer

- Plage du Pin Sec - Mai
- Fibres d'Elfes (tonte des chèvres, tricot) - Décembre

### Queyrac / Valeyrac

- Vignes au coucher du soleil - Septembre

## Production photographique



## Événements

- **Afterbeach** au Château St Hilaire - Juillet
- **Fête de l'Environnement, de la Forêt et des Métiers du Médoc** - Septembre
- **Grand Prix de l'Armistice** - Novembre
- **Noël** - Décembre

## Top 5

- **Petits ports de pêche** - Avril
- **Sunrise** - Mai
- **Marchés** - Juin
- **Activités autour de l'eau en famille** - Juillet
- **Sunset** - Août
- **Patrimoine** - Septembre
- **Activités en famille pendant l'automne** - Octobre

Trois reportages ont été réalisés entre mai et août afin de compléter et actualiser la photothèque :

- **2 au printemps** : Les 4 Vandrouilleurs & Chantille de Lincourt
- **1 en été** : Jean-Emmanuel Jay (notamment pour le calendrier octobre rose)

Ces photos ont privilégié l'humain pour illustrer les principales activités de la destination, avec des figurants de tout âge. Elles mettent en avant les moments en famille, l'atmosphère de Soulac 1900 et la beauté des paysages locaux.

## 2.3 Relations médias

### Bilan presse

La destination, de par sa riche diversité, séduit tous les types de médias qui sont de puissants relais d'information à vocation inspirationnelle et favorisant la fidélisation.

Un plan d'actions comprenant l'envoi de dossiers et de communiqués de presse a été déployé toute l'année en étroite collaboration avec l'agence RevolutionR.

Ce sont **35 communiqués** de presse et 1 dossier de presse traduit en anglais et en allemand, qui ont été diffusés.

Grâce à ces actions, près de **256 067 307 de français** ont été exposés à la marque Médoc Atlantique Tourisme soit **environ 4,5 fois** pour chaque français de plus de 15 ans. Les équivalences d'achat d'espaces publicitaires se montent à plus de **9 203 613 €**.

Ce qui représentent **195,8 fois** le budget investi par l'Office de Tourisme pour mener ces actions.

### TV

**72** reportages

79 779 052 contacts touchés  
3 769 661 € en équivalent publicitaire

### RADIO

**59** reportages

17 592 875 contacts touchés  
492 358 € en équivalent publicitaire

### PRESSE ÉCRITE

**248** reportages

30 349 024 contacts touchés  
2 423 126 € en équivalent publicitaire

### WEB

**319** reportages

128 346 356 contacts touchés  
2 518 468 € en équivalent publicitaire

Sources : Kantar / Revolution R et Médoc Atlantique Tourisme

## Accueil médias

- **27** journalistes et influenceurs
- Sujets de prédilection : patrimoine, gastronomie, oenotourisme, nature, activités sportives
- Plus de **70 partenaires** de l'Office de Tourisme les ont accueillis
- **410 142 €** en équivalent publicitaire



## Hebbonair

### Hebbonair - Andrew THREBALL

14 au 17 avril

Contacté en direct suite à la newsletter des vœux 2024

**Cible** : CSP+ à ++, 30-60 ans

**Focus** : Découverte complète de la destination

**Retombées** : Article diffusé en mai 2024

**Équivalent publicitaire** : 7 500€



## **VOYAGE DE PRESSE "SLOW TOURISM"**

**24 au 26 avril**

**Journaliste et médias :** Tianna SALLES d'Escapade Magazine & Valentin ROUSSEL de Camping-Car Magazine

**Cible :** Grand public

**Focus :** Nature & Slow Tourism

**Retombées :** Article diffusé en juillet 2024

**Lecteurs mensuels :** Escapade Magazine : 299 599

Camping Car Magazine : 312 000

**Équivalent publicitaire :** Escapade Magazine : 10 000€

Camping Car Magazine : 28 960€



## **ÉCHAPPÉES BELLES - Jean-Marc CHAUVET**

**31 mai au 2 juin**

Rencontré au déjeuner presse Paris 2024

**Cible :** Grand public

**Focus :** Phare de Cordouan & Soulac 1900

**Retombées :** 1 émission qui sera diffusée le 12/04/2025

**Télespectateurs :** de 800 000 à 1 million

**Équivalent publicitaire :** 40 000€

## **LES 4 VANDROUILLEURS - Ludovic CHABERT**

**2 au 5 mai**

Contacté en direct suite à la newsletter des voeux 2024

**Cible :** CSP+ à ++, 30-60 ans

**Focus :** Découverte complète de la destination

**Retombées :** Article diffusé en mai 2024

**Équivalent publicitaire :** 7 500€



## **VOYAGES & PATRIMOINE - Chantille DE LINCOURT**

**31 mai au 2 juin**

Rencontrée lors de la tournée média "Partir en France" 2024

**Cible :** Famille, CSP+

**Focus :** Soulac 1900

**Retombées :** 2 articles publiés en juin et août 2024

**Lecteurs :** 2 300

**Équivalent publicitaire :** 3 800€



## **VOYAGE DE PRESSE CONTRAT DE DESTINATION CÔTE ATLANTIQUE**

**15 au 16 mai**

**Journaliste et médias :** Michaela Strassmair de Focus Online, Alexandra von Braunschweig de Ruhr Nachrichten, Sandra Wickert de Tracks and the City

**Cible :** Grand public

**Focus :** Activités autour de l'eau

**Retombées :** Focus Online : 1 article publié en été 2024 - Ruhr Nachrichten : plusieurs articles - Tracks and the City : 2 articles

**Lecteurs mensuels :** Focus Online : 28 590 000 - Ruhr

Nachrichten : 570 000 - Tracks and the City : 35 000

**Équivalent publicitaire :** Focus Online : 12 000€ - Ruhr

Nachrichten : 5 700€ - Tracks and the City : 4 200€



## **SO GIRLY BLOG - Amélie MANCEAU**

**4 au 6 juin**

Rencontrée lors de la tournée média "Partir en France" 2024

**Cible :** Couple, Famille, 25-45 ans

**Focus :** Découverte de Soulac-sur-Mer et de la Pointe du Médoc

**Retombées :** 1 article de blog - Relais réseaux sociaux

**Visiteurs mensuels :** 22 000

**Équivalent publicitaire :** 3 500€

## **FYK Mag - Françoise KRIER**

**20 au 25 mai**

Rencontrée à la tournée médiatique Atout France 2024

Découverte complète de la destination - Patrimoine, Nature, Gastronomie, Savoir-faire local

**Cible :** Grand public Suisse

**Focus :** Activités autour de l'eau

**Retombées :** 12 articles diffusés sur son blog en juillet 2024

**Lecteurs mensuels :** 42 674 en juillet 2024 - 49 712 en août 2024

**Équivalent publicitaire :** 5 400€



**Médoc Atlantique, destination au goût iodé en harmonie avec la nature**



## **ÉCHAPPÉES BELLES - Sophie JOVILLARD**

**11 et 12 juin**

Rencontrée au déjeuner presse Paris 2024

**Cible :** Grand public

**Focus :** Surf en tandem & Nomads Surfing

**Retombées :** 1 émission qui sera diffusée le 12/04/2025

**Télespectateurs :** de 800 000 à 1 million

**Équivalent publicitaire :** 40 000€





## ÉCHAPPÉES BELLES - Ismaël KHELIFA

**12 et 13 juin**  
 Rencontré au déjeuner presse Paris 2024  
**Cible :** Grand public  
**Focus :** Ferme ostréicole  
**Retombées :** 1 émission qui sera diffusée le 15/02/2025  
**Télé spectateurs :** de 800 000 à 1 million  
**Équivalent publicitaire :** 40 000€



## CAROLINE SCHACK

**5 au 7 juillet**  
 Contactée avec la campagne #ExploreFrance avec le CRTNA  
**Cible :** Allemands, 25-54 ans  
**Focus :** Cyclotourisme, Nature & Activités sportives  
**Retombées :** Rushs vidéos et photos de la destination  
**Abonnés :** 60K abonnés Instagram  
**Équivalent publicitaire :** 7 500€

## MICHMICH EN VADROUILLE Marie-Charlotte & Maxime ANDOUARD

**1er juillet**  
 Contactés par Gironde Tourisme  
**Cible :** Grand public  
**Focus :** Découverte du Chemin d'Amadour  
**Retombées :** 1 article en septembre 2024 - Relais réseaux sociaux pendant le voyage  
**Abonnés :** 29 000 abonnés Instagram  
**Équivalent publicitaire :** 7 500€



## WAS FÜR MICH - Claudia SCHAUMANN

**31 juillet au 3 août**  
 Rencontrée à la tournée médiatique Atout France 2024  
**Cible :** Allemands, 35-44 ans  
**Focus :** Activité sport, nature & vignoble avec une famille de 4 enfants  
**Retombées :** Relais réseaux sociaux  
**Abonnés :** 125K abonnés Instagram  
**Équivalent publicitaire :** 4 700€



## LA TRIBUNE DU DIMANCHE - Mathilde GIARD

**2 et 3 juillet**  
 Rencontrée à la tournée des rédactions 2023  
**Cible :** Grand public  
**Focus :** Nature & Activités sportives  
**Retombées :** 1 article diffusé en juillet 2024  
**Lecteurs :** 646 070  
**Équivalent publicitaire :** 40 000€



## LUXE MAGAZINE / HOMME DE LUXE / FIRST-LUXE - Frédérique DE GRANDVILLIERS

**26 au 29 août**  
 Rencontrée au déjeuner presse Paris 2024  
**Cible :** Grand public  
**Focus :** Richesses naturelles, patrimoniales et gastronomiques  
**Retombées :** 1 article web le 27/11 + 1 article à venir en 2025  
**Lecteurs :** 50 000  
**Équivalent publicitaire :** 2 000€

## NOTRE TEMPS - Jean-Pierre REYMOND

**4 au 6 juillet**  
 Contacté par RevolutionR  
**Cible :** Grand public  
**Focus :** Patrimoine & Gastronomie  
**Retombées :** 1 article qui sera diffusé au 1er trimestre 2025  
**Lecteurs :** 2 398 500  
**Équivalent publicitaire :** 33 000€

**Notre temps**

## TRAVELSANNE - Felicia GLAS

**9 et 10 septembre**  
 Rencontrée à la tournée médiatique Atout France 2024  
**Cible :** Allemands, 25-54 ans  
**Focus :** Activité sport, nature & vignoble avec une famille de 4 enfants  
**Retombées :** 1 article de blog + relais réseaux sociaux  
**Lecteurs :** 35 000 & 15 000 abonnés réseaux sociaux  
**Équivalent publicitaire :** 2 400€



# Reisegenuss

## **REISEGENUSS - Ulrich CLEF**

**22 et 23 septembre**

Rencontré à la tournée médiatique Atout France 2024

**Cible :** CSP + et ++, 35-65 ans

**Focus :** Gastronomie & Nature

**Retombées :** reportage de 16 pages, e-paper disponible aussi sur Readly

**Tirages :** 38 500 exemplaires

**Équivalent publicitaire :** 8 500 €



## **BOUGEZ VERT - Gérald ARIANO**

**4 au 6 novembre**

Rencontré lors de la tournée média "Partir en France" 2024 + Déjeuner presse Paris 2024

**Cible :** Grand public

**Focus :** Activités nature & ludiques, protection de l'environnement

**Retombées :** 2 émissions qui seront diffusées du 12 au 19 janvier 2025

**Audience :** 300 000 auditeurs

**Équivalent publicitaire :** 63 500€

## **LE ROUTARD.COM - Solène DUCLOS**

**25 septembre + 2 et 3 octobre**

Contactée en direct

**Cible :** CSP moyen à CSP+, Français

**Focus :** Nature & activités sportives

**Retombées :** 1 article dédié sur leur site internet

**Lecteurs :** 6 000 000

**Équivalent publicitaire :** 12 500€



## **E-BIKE MAGAZINE - Jean-Marie POUGET**

**13 novembre**

Contacté par RevolutionR

**Cible :** CSP+ / Praticants, loisirs & sport santé, 35/49 - 50/64+

**Focus :** Parcours VTT

**Retombées :** 1 article diffusé en décembre 2024

**Exemplaires :** 8 000 exemplaires vendus par numéro

**Équivalent publicitaire :** 1 600€



## **ABENTEUR MAGAZINE / MY BIKE - Heinz KLAUSMANN**

**6 au 12 octobre**

Rencontré à la tournée médiatique Atout France 2024

**Focus :** Cyclotourisme, Vignobles & Nature

**Retombées :** 1 ou 2 articles en 2025

**Lecteurs :** 38 000



## **FRENCH WANDERERS - Ambre et Matthieu**

**12 au 14 décembre**

Rencontrés lors de la tournée média "Partir en France" 2024

**Cible :** 25-34 ans

**Focus :** Nature & Activités hors-saison

**Retombées :** 1 article de blog - 1 carrousel Instagram et Facebook - Des stories live - 1 Tiktok - 10 photos libres de droit

**Exemplaires :** 225 000

**Équivalent publicitaire :** 3 800€

## **GEO.FR - David PEYRAT**

**18 au 20 octobre**

Rencontré aux déjeuners presse Paris 2023 + 2024

**Cible :** CSP +, 30-60 ans

**Focus :** Phare de Cordouan

**Retombées :** article diffusé au 1<sup>er</sup> trimestre 2025

**Visiteurs mensuels :** 3 471 978 internautes

**Équivalent publicitaire :** 25 000 €



## Rencontre médias nationaux

### DÉJEUNER DE PRESSE

📍 Paris (Brach)  
19 mars

#### 11 journalistes

- TF1
- Ushuaia TV
- Echappées Belles
- GEO
- Le Journal du Dimanche
- L'Équipe Mag et L'Express
- Le monde du camping-car / Le monde du plein air
- Mon Jardin & Ma Maison
- Meet and Travel Mag
- Revue Espaces
- Luxe magazine

#### 8 partenaires

- Projet solidaire Les Étoiles Filantes
- Aquitaine Raid
- Association des Phares de Cordouan et de Grave et de l'association communale du phare de Richard
- Lacanau Beach Handball Xperience
- Sunska Festival
- Frères Nicoll's
- Vignobles Gouache (Château Bellerive et Château Loudenne)
- Sauvetage Côtier

Ces rencontres ont permis de réaliser **8 accueils presse** et d'obtenir plus de **20 retombées médias** en 2024.



## Rencontre médias locaux

### CONFÉRENCE DE PRESSE

📍 Bordeaux (Pop-up Club)  
28 mars

#### 7 journalistes

- Vivre Bordeaux
- Bordeaux Gazette
- Bordeaux Food
- France Bleu Gironde
- WIT FM
- La Grande Radio
- Un Air de Bordeaux

#### 11 partenaires

- Soulac 1900
- Festival du Court Théâtre - Cours Florent
- Caraïbos Lacanau Pro
- Lacanau Beach Handball Xperience
- Sunska Festival
- H&A Frenchman
- Championnat de Beach Wrestling
- Ecopark Adventures
- Sauvetage Côtier
- Médoc en Mer
- ODG Médoc

Ces rencontres ont permis d'obtenir plus de **10 retombées médias** en 2024.



## Prises de vues en drone pour diffusions télévisées

### Bilan 2024

**10**  
mini-vidéos sur  
10 sites du territoire

**15**  
photographies

**12**  
retombées TV  
(JT, matinales et chaînes météo)

**3 412 546**  
contacts

**63 199 €**  
en équivalent publicitaire



Top diffuseurs

## 2.4 Marchés étrangers

### Contrats de destination

Médoc Atlantique Tourisme est membre actif de deux contrats de destination dont la vocation est de promouvoir des territoires élargis sur des marchés émetteurs internationaux ciblés et qui regroupent de nombreux acteurs publics et privés du tourisme.

#### Contrat de destination Côte Atlantique

**Marchés cibles :** Allemagne, Pays-Bas et Belgique

**Positionnement :** Côte Atlantique, nature et environnement préservé

**Stratégie :**

- Accroître la portée digitale
- Optimiser la médiatisation de la marque
- Développer la mise en marché
- Internationaliser la marque

#### PRESSE

- Diffusion de 6 communiqués de presse en allemand et néerlandais
- Participation au workshop Media Event "Explore France" à Amsterdam, au Roadshow Allemagne de Lieb Management et à la tournée médiatique Atout France au Royaume-Uni
- Voyage de presse allemand du 12 au 17 mai avec 3 médias : Focus Online - Ruhr Nachrichten - Tracks and the City
- Article dédié à la randonnée à vélo en Gironde et Charente-Maritime

#### PROMOTION

- Campagne #ExploreFrance multi-marchés en collaboration avec Atout France
- Publication d'itinéraires vélo sur l'application Komoot
- Gestion et optimisation SEO\* des sites web allemand et néerlandais
- Création d'articles sur les 2 sites web grand public de destination
- Collaboration avec PiNCAMP : article, réseaux sociaux et newsletter

\*SEO : ensemble des techniques mises en œuvre pour améliorer la position d'un site web sur les pages de résultats des moteurs de recherche



#### Contrat de destination Bordeaux

**Marchés cibles :** Allemagne, Belgique

**Objectifs :** Développer des actions BtoC et BtoB

**Stratégie :**

- Diversifier et rendre plus visible des destinations bénéficiant d'une identité forte auprès des clientèles internationales
- Structurer l'offre du territoire autour de Bordeaux et de l'œnotourisme
- Promouvoir les destinations complémentaires de façon mutualisée

#### MISE EN MARCHÉ

- Workshop européen BtoB avec 14 agences et tours opérateurs européens (Allemagne, Royaume-Uni, Belgique, Pays-Bas, Espagne, Italie, France) du 24 au 28 juin
- Workshop BtoB et presse à Berlin, Munich et Stuttgart en juin

#### PROMOTION

- Welt.de : Campagne digitale du 16 mai au 27 juin
- Welt am Sonntag : 5 articles du 15 mai au 16 juin
- Affichage : DOOH à Stuttgart et Francfort du 16 mai au 24 juin
- Wanderlust : Article de 6 pages dans le magazine du 25 juillet
- Wanderlust : Article online et newsletters en septembre
- Eat Festival : 600 contacts du 26 au 29 septembre
- Édition du document "coups de cœur 2024" réalisé par Médoc Atlantique Tourisme



## Tournées médiatiques



### FRANCE

Médoc Atlantique Tourisme a participé au salon presse « Partir en France », organisé par ADN Tourisme, les 22 et 23 janvier, deux journées dédiées à la rencontre avec **35 journalistes** et influenceurs. Cet événement a offert une opportunité unique de promouvoir la destination auprès de médias ciblés et de renforcer sa visibilité.

Cette participation a permis de programmer **3 accueils influenceurs** en 2024, avec des collaborations supplémentaires prévues en 2025, et **2 accueils presse**.



### ALLEMAGNE

Du 5 au 7 février, l'Office de Tourisme a pris part à la tournée médiatique organisée par Atout France, faisant étape à **Stuttgart, Cologne et Hambourg**.

Cet événement a permis à Médoc Atlantique Tourisme d'échanger avec plus de **60 journalistes allemands** et de promouvoir la destination de manière ciblée, en tenant compte des thématiques propres à chaque média.

Cette initiative a abouti à l'accueil de **4 journalistes** en 2024 et à la publication de **10 retombées presse** valorisant la destination.



### ROYAUME-UNI

Du 3 au 5 juin 2024, Médoc Atlantique Tourisme a participé à la tournée au Royaume-Uni organisée par le Comité Régional du Tourisme en collaboration avec Atout France, avec des étapes à **Londres, Manchester et Édimbourg**.

Cet événement a permis de rencontrer **30 journalistes** et influenceurs britanniques, offrant l'opportunité de promouvoir la destination auprès de publics ciblés. Deux de ces contacts se sont concrétisés par des accueils à Médoc Atlantique en 2024, contribuant à renforcer la visibilité de la destination sur ce marché stratégique.

## 2.5 Événementiel



### Le Festival du Court Théâtre - 3<sup>e</sup> édition

**Dates :** 18 et 19 mai 2024

**Lieu :** Carcans-Maubuisson

**Objectif :** Proposer un événement inédit, gratuit et accessible à tous grâce à une collaboration entre l'Office de Tourisme Médoc Atlantique, la commune de Carcans-Maubuisson et le Cours Florent Bordeaux.

**Concept :** Transformer la station de Carcans-Maubuisson en scène de plein-air pour accueillir des représentations de court-théâtre (soit 20 minutes maximum).

#### Chiffres-clés

12

compagnies de théâtre semi-professionnelles



2500

spectateurs

4

jurés

Patrick Meiffren, Julien Delbes, Isabelle Py et Cyril Bacqué



3

prix remis

**1<sup>er</sup> prix :** Compagnie JiXun pour "Par-dessus bord"

**2<sup>e</sup> prix ex-aequo :**

- Compagnie A l'art vôtre pour "Apocalypse Clown"
- Laura Thirion et Brunhilde Attenelle pour "Co-Errance"

#### Campagnes de communication



@festivalducourttheatre

373 abonnés



Festival du Court Théâtre

1 000 abonnés

#### Affichage

📍 Médoc & Nord  
Métropole Bordeaux  
Affiche 30x40cm  
60 jours

#### Insertions publicitaires

**Sud Ouest** - Pleine page "Grand angle" - 328 000 lecteurs  
**Journal du Médoc** - Zoom 2 Page Loisirs - 50 000 lecteurs  
**WIT FM** - Reportage avec teasing sur le site de la radio - 395 800 contacts  
**JC Decaux** - Affichage colonnes Morris 11 faces - 384 078 lecteurs

## La Bambino fait son Show !

**Dates :** 8 et 9 juin 2024

**Lieu :** Ile aux Enfants à Hourtin

**Objectif :** Proposer un festival pour les enfants avec des activités gratuites, ludiques et enrichissantes le temps d'un week-end.

### Chiffres-clés

**1200**  
participants

### 8 intervenants

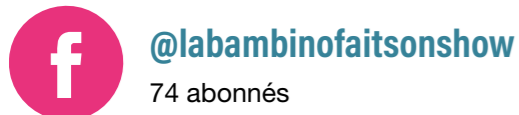
- **Les Guignol Guérin** - spectacles humoristiques
- **Frédéric Bardet** - musique et chansons
- **Lou Béret** - jeux en bois
- **Bernadette Boucher** - Vive Voix
- **Dimdou & Tonix** - spectacles humoristiques
- **Arc'Aventure** - jeux avec arcs et flèches
- **Emy Maquillage** - Kidizic Fantaizies - Tatouage Festif et Maquillage - Maquillage
- **Smicotom** - animations liées au recyclage



### Démarche durable

«La Bambino fait son Show» a adopté une démarche durable en proposant des animations participatives (sensibilisation au tri), intégrant moins d'éléments plastiques, et respectant davantage le site naturel où se déroule l'événement (pas de flyers, poubelles de tri...).

### Campagnes de communication au niveau local



### Affichage

📍 **Médoc & Nord Métropole Bordeaux**  
**Affichage commerces et espaces libres**  
60 jours

### Insertions publicitaires

**Clubs & Comptines** - Pack focus + Facebook - 3 600 vues  
**Journal du Médoc** - Zoom 2 Page Loisirs - 50 000 lecteurs  
**Citizen kid** - Bannière site internet - 1 300 000 contacts  
**Quoi Faire Bordeaux** - post facebook - 23 582 contacts



## Championnat du monde de lancer de tong

**Dates :** 11 août 2024

**Lieu :** Plage du Moutchic, Lacanau

**Objectif :** Organiser une compétition insolite combinant humour, adresse et esprit de convivialité, qui plaît aux vacanciers mais également aux médias.

### Chiffres-clés

**120**  
participants

### 4 intervenants

- **Banda 7** - Animation musicale
- **Eric Lempernesse** - Speaker
- **As Rugby Lacanau et Lacanau OcéHand** - Restauration et buvette
- **Hashtag** - Merchandising

### 6 partenaires

- **Cacatoés**
- **Cris Loisirs**
- **Evolution 2**
- **Moutchic Loisirs**
- **Nomad's Surfing**
- **Splash Park**

### Campagnes de communication au niveau local



### Affichage

📍 **Médoc & Nord Métropole Bordeaux**  
**Affichage commerces et espaces libres**  
60 jours

### Insertions publicitaires

**Journal du Médoc** - Zoom 2 Page Loisirs - 50 000 lecteurs  
**Aqui Bordeaux** - homepage du site - 120 000 contacts  
**WIT FM** - 42 spots sur le site de la radio - 395 800 contacts  
**Quoi Faire Bordeaux** - post instagram - 90 343 contacts

## Afterbeach

**Dates :** 10 juillet au 29 août

**Lieux :** Châteaux partenaires de Médoc Atlantique Tourisme

### Chiffres-clés



8

châteaux



860

participants

## Campagnes de communication au niveau local

de 17h à 21h  
Après la plage,  
**Afterbeach** 2024  
rendez-vous au château  
pour un apéro gourmand

+ d'infos

du 10 juillet au 29 août  
dans les vignobles du Médoc

MÉDOC ATLANTIQUE  
Wit  
medoc-atlantique.com

CROUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, CONSOMMEZ AVEC MODÉRATION.

### Radio - WIT FM

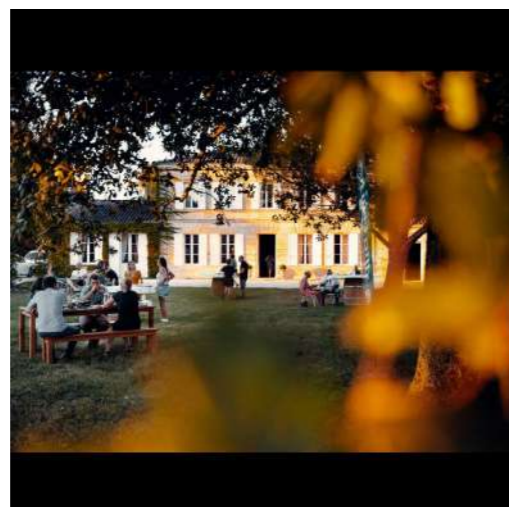
26 spots de 15 secondes diffusés et annonces jeux concours  
Publications sur les réseaux sociaux : 19 765 contacts  
1376 participations aux jeux concours

### Réseaux sociaux - Facebook Ads

Nombre de publications : 11  
43 056 contacts  
940 interactions

### Quoi Faire Bordeaux

Post facebook - 24 139 contacts



medocatlantique

medocatlantique Et si vous participiez à un Afterbeach pour achever en beauté votre jeudi 25 juillet ?

Le @domaines\_uijtewaai vous accueille pour vivre une soirée conviviale ! Visitez la propriété et dégustez une Assiette Gourmande avec un savoureux rôti de bœuf de Blonde d'Aquitaine, accompagnés d'un verre de vin exquis (ou de jus de raisin pour les plus jeunes). Ponctuez votre repas avec de délicieux cannelés et un café, le tout pour seulement 25€ par adulte et 13€ par enfant. 🍷🍰

Réservez en ligne : <https://bit.ly/afterbeach->

Aimé par audreeey.fb et 34 autres personnes  
19 juillet

Ajouter un commentaire... Publier

## Evénements soutenus par l'Office de Tourisme en 2024

### Janvier - juin



#### Gurp TT

Courses de moto sur sable entre océan et forêt. Étape du championnat de France.

📍 Grayan-et-l'Hôpital / 13 et 14 janvier



#### Lacanau Tri'Events

Plus de 1 200 triathlètes dans un cadre remarquable : le lac de Lacanau.

📍 Lacanau / 4 et 5 mai



#### H&A Frenchman

Le rendez-vous majeur des triathlètes en France pour un triathlon très rapide et un parcours XXL.

📍 Carcans / 8 au 12 mai



#### Lacanau Alps Open

Tournoi de golf international, étape du Alps Tour. Plus de 140 compétiteurs représentant 17 pays différents.

📍 Lacanau / 20 au 25 mai



#### Soulac 1900

Un moment festif qui transporte au temps de la Belle Époque !

📍 Soulac-sur-Mer / 31 mai au 2 juin



#### Lacanau Beach Handball Xperience

Tournoi international de beach handball dans un cadre de rêve !

📍 Lacanau / 7 au 16 juin

## Et aussi

#### Lacanau en jeu

📍 Lacanau / 3 et 4 février

#### L'Hourcancilloise

📍 Carcans et Hourtin / 7 avril

#### Soirée Tahitienne

📍 Carcans-Maubuisson / 13 avril

#### Musical'Océan

📍 Lacanau / 18 au 20 avril

#### Le Printemps de Soulac

📍 Soulac-sur-Mer / 30 mars au 1<sup>er</sup> avril

#### Cross des écoles de Lacanau

📍 Lacanau / 3 mai

#### Festival du Court Théâtre

📍 Carcans / 4 et 5 mai

#### Championnat Shortboard de Nouvelle Aquitaine

📍 Lacanau-Océan / 17 au 20 mai

#### Gliss'Art Festival

📍 Lacanau / 8 au 20 mai

#### Berimbeau me leva

📍 Lacanau / 24 au 26 mai

#### La Java des petits Commandants

📍 Lacanau / 25 mai

#### Championnat de Gironde de Sauvetage

📍 Soulac-sur-Mer / 25 mai

#### La Bambino fait son Show

📍 Carcans-Maubuisson / 8 et 9 juin

#### La Mare à boue

📍 Ludon-Médoc / 16 juin

#### Lacanau Wind Trophée

📍 Lacanau / 22 et 23 juin

#### Festival Raz de Marée

📍 Le Verdon-sur-Mer / 22 juin

#### Cubasanga

📍 Soulac-sur-Mer / 27 juin au 1<sup>er</sup> juillet

#### Foulées Hourtinaises

📍 Hourtin / 30 juin

## Juillet - août



### Fête du Lac

Journée pour célébrer l'été au bord du plus grand lac naturel de France.

📍 Carcans / 28 juillet



### Sunska Festival

Le festival célèbre la musique ska et reggae pour sa 28<sup>e</sup> édition.

📍 Vertheuil / 2 au 4 août



### Soulac Fête la Mer

Des moments festifs pour célébrer la mer.

📍 Soulac-sur-Mer / 11 août



### Musical'Océan

Des week-ends musicaux avec des interprètes de renommée internationale et de style éclectique.

📍 Lacanau / 23 au 26 avril et 21 au 26 août



### Caraïbos Lacanau Pro

L'événement majeur du surf à Médoc Atlantique depuis 1979.

📍 Lacanau / 12 au 18 août



### Soulac'n Jazz

Une programmation de jazz de qualité et accessible à tous, au cœur de Soulac-sur-Mer.

📍 Soulac-sur-Mer / 23 au 25 août

## Et aussi

### Gromsearch

📍 Lacanau / 4 au 7 juillet

### Les supers canailles

📍 Lacanau / 7 et 8 juillet

### Afterbeach - 9 soirées

📍 Médoc Atlantique / Tout l'été

### Fête de l'Huître

📍 Talais / 13 juillet

### Nuit du phare de Grave

📍 Le Verdon-sur-Mer / 17 juillet

### Fête du phare de Richard

📍 Jau-Dignac-et-Loirac / 21 juillet

### Foulées des Battages

📍 Gaillan en Médoc / 21 juillet

### Portes ouvertes chez les créateurs

📍 Lacanau / 26 au 29 juillet

### Les Échappées Musicales du Médoc

📍 Médoc / 28 juillet au 2 août

### Le p'tit Montmartre

📍 Saint-Vivien-de-Médoc / Tout l'été

### Open tennis Lacanau

📍 Lacanau / 31 juillet au 17 août

### Fête du Port

📍 Talais / 3 août

### Ronde des Phares

📍 Le Verdon-sur-Mer / 4 août

### Bourse aux minéraux

📍 Hourtin / 8 au 13 août

### Grand Prix de Maubuisson

📍 Carcans-Maubuisson / 11 août

### Fête de la Mer

📍 Le Verdon-sur-Mer / 15 août

### Open Beach Wrestling

📍 Carcans-Maubuisson / 17 et 18 août

### Musical'Océan

📍 Lacanau / 23 au 28 août

### Championnat du Monde de voile Micro

📍 Carcans-Maubuisson / 26 au 31 août

## Septembre - décembre



### Marathon des Châteaux du Médoc

Course à pied avec dégustation de vins, situé au cœur des vignobles.

📍 Pauillac / 7 et 8 septembre



### FEFOMM

Fête de l'Environnement, de la Forêt et des Métiers du Médoc.

📍 Carcans-Maubuisson / 7 et 8 septembre



### Fête de la Pirogue

La culture polynésienne à l'honneur.

📍 Carcans-Maubuisson / 7 et 8 septembre



### Naujac Bus Camp

Rassemblement de combis VW en mode sea, sun, music...

📍 Naujac-sur-Mer / 13 au 15 septembre



### Surf & Golf Trophy

Compétition originale qui rassemble deux disciplines phares à Médoc Atlantique.

📍 Lacanau / 28 et 29 septembre



### Grand Prix de l'Armistice

Un rendez-vous de dériveurs et catamarans incontournable sur le magnifique lac d'Hourtin-Carcans.

📍 Carcans-Maubuisson / 1<sup>er</sup> au 3 novembre

## Et aussi

### Coupe du Capitaine de la Flotte Habitable du CVBCM

📍 Carcans-Maubuisson / 8 septembre

### Fête de la navigation

📍 Lacanau / 14 et 15 septembre

### Open de France de bodyboard

📍 Lacanau / 14 et 15 septembre

### Journées du patrimoine

📍 Médoc Atlantique / 21 et 22 septembre

### Coupe des Vendanges

📍 Carcans / 21 et 22 septembre

### Ciné en Courts

📍 Soulac-sur-Mer / 26 au 29 septembre

### 5<sup>e</sup> Challenge CVBCM

📍 Carcans-Maubuisson / 12 octobre

### National Class A

📍 Carcans-Maubuisson / 23 au 26 octobre

### Championnat de France Raceboard et Nationale d'Automne

📍 Lacanau / 25 au 27 octobre

### Lacanoël

📍 Lacanau / 13 et 14 décembre

# 2.6 Editions



## Magazine l'Eden Aquitain n°2

Élaboré par l'Office de Tourisme, ce magazine vise à renforcer la visibilité de la destination auprès des clientèles nationales. Distribué lors d'opérations de street marketing dans les gares de Paris Montparnasse, Toulouse, Lyon, Nantes et Bordeaux, l'objectif est de séduire de nouveaux vacanciers. Grâce à des contenus éditorialisés captivants et des images de qualité, l'Eden Aquitain offre une immersion complète dans l'expérience unique que propose le territoire.

30 000 exemplaires



## Guides locaux

Pour accompagner de façon personnalisée les vacanciers pendant leur séjour à Médoc Atlantique, l'Office de Tourisme propose une collection de Guides Locaux - entièrement réalisés en interne - favorisant la visibilité de chaque commune de la destination.

61 000 exemplaires



## Plans de communes et de destination

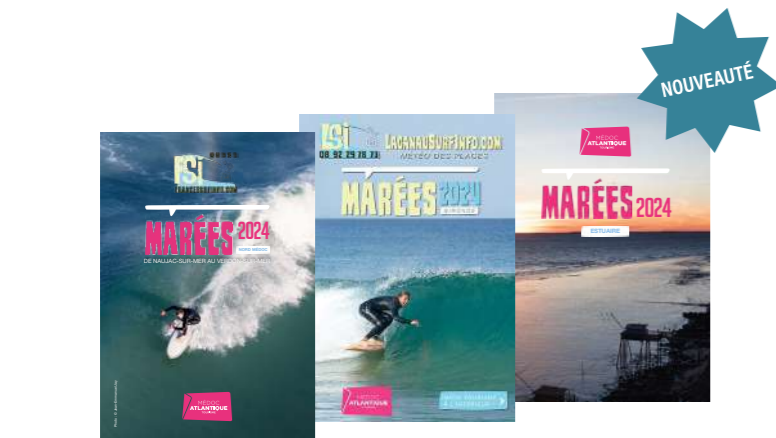
Ces plans de communes et de destination apportent l'ensemble des informations aux vacanciers et locaux de Médoc Atlantique.

140 000 exemplaires

## Plan des pistes cyclables

Ce plan est un outil indispensable pour les cyclistes et randonneurs.

70 000 exemplaires



## Guides des marées

En collaboration avec Lacanau Surf Info, l'Office de Tourisme édite chaque année deux guides des marées pour favoriser l'information des locaux et des vacanciers.

**Nouveauté 2024 :** L'Office de Tourisme a publié pour la première année un guide des marées dédié aux communes de l'estuaire de la Gironde.

- « Lacs » 11 750 exemplaires
- « Pointe » 10 000 exemplaires
- « Estuaire » 500 exemplaires



## Flyer balades & découvertes

Un flyer dédié aux activités, visites et événements commercialisés sur la plateforme Médoc Atlantique Travel, dans les Offices de Tourisme ou sur le site internet a été édité.

Les QR Codes présents sur ce document ont favorisé les réservations en ligne avec plus de 1 200 consultations.

10 000 exemplaires

## L'agenda

Pour favoriser la promotion des événements organisés à Médoc Atlantique, l'Office de Tourisme édite deux agendas, le premier dédié aux "Lacs Médocains" (Lacanau, Carcans-Maubuisson, Hourtin et Naujac-sur-Mer) et le second à la "Pointe du Médoc" (de Grayan-et-l'Hôpital au Verdon-sur-Mer).

Fréquence de parution :

- tous les mois de septembre à juin
- toutes les semaines en juillet et août.

Ils sont remis dans les Offices de Tourisme et téléchargeables sur le site internet ainsi que depuis les 13 bornes d'information.

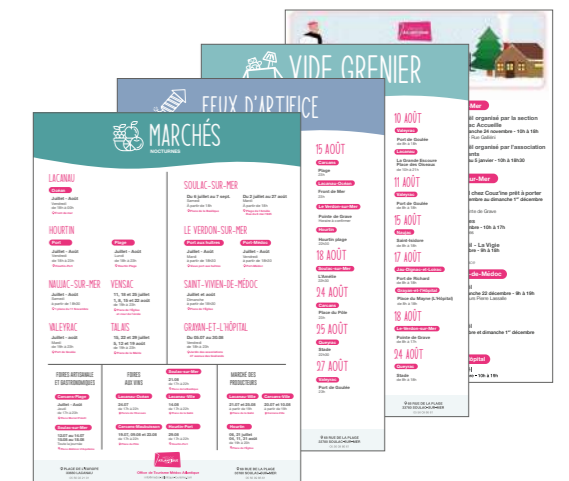


## Flyers thématiques

Toute l'année, l'Office de Tourisme crée des supports de communication ponctuels permettant de promouvoir des actions spécifiques organisées par les communes ou les associations locales :

- marchés (hors saison et été)
- vides-greniers
- feux d'artifice
- marchés de Noël ...

Ils sont remis dans les Offices de Tourisme et téléchargeables sur le site internet ainsi que depuis les 13 bornes d'information.



# 2.7 Promotion

## Ambassadeurs-rices de la destination

Les 25 talents de la Team Ambassadeurs ont participé à la promotion du territoire par le biais de publications sur leurs réseaux sociaux, d'interviews et de vidéos.

### Ambassadeurs-rices 2024

#### Xavier Andrieux / Bodyboard / 41 ans

- 📍 Lacanau
- 🏆 Champion de Gironde open catégorie dropknee 17<sup>e</sup> au Championnat du monde de dropknee

#### Maïa Berri / Voile / 17 ans

- 📍 Hourtin
- 🏆 9<sup>e</sup> aux Championnats de France espoir en ilca 4

#### Alexandre Bicrel / Waterman / 24 ans

- 📍 La Verdon-sur-Mer
- 🏆 Vice-Champion de France SUP foil

#### Marie Biguereau / Chant / 44 ans

- 📍 Carcans
- 🏆 4 albums avec son groupe de reggae ALAM, plus de 800 concerts partout en France depuis 2007

#### Elijah Chort / Surf / 19 ans

- 📍 Lacanau
- 🏆 3<sup>e</sup> de la coupe de la Francophonie

#### Quentin Clavaud-Paul / Sports de combat / 34 ans

- 📍 Carcans
- 🏆 4<sup>e</sup> ADCC Europe 2023 et 3<sup>e</sup> NOGI Challenge tournois de Paris ceinture noire 2023

#### Thaïs Delpit / Coiffeuse / 20 ans

- 📍 Lacanau
- 🏆 Équipe de France de coiffure 2<sup>e</sup> des Olympiades des métiers

#### Béatrice Duran / Para-Surf / 52 ans

- 📍 Carcans
- 🏆 Championne du France de para-surf, prone 2 ondiv 4<sup>e</sup> aux Championnats du Monde du para-surf, prone 2 Championne du monde par équipe de para-surf

#### Iloha Eychenne / Pirogue polynésienne / 28 ans

- 📍 Carcans
- 🏆 Championne du monde de Va'a vitesse Championne du monde par équipe

#### Léa Fritsch / Théâtre / 26 ans

- 📍 Carcans
- 🏆 Mise en scène de spectacles, dont la Fausse Suivante

#### Pierrot Gagliano / Para-surf / 22 ans

- 📍 Carcans
- 🏆 Champion du monde individuel de para-surf/handi-surf Champion du monde par équipe de para-surf

#### Titouan Gernolle / Voile / 20 ans

- 📍 Hourtin
- 🏆 5<sup>e</sup> de la Régate Nationale Raid La Tranche-sur-Mer - Ré

#### Bradley Gramond / Sauvetage côtier / 14 ans

- 📍 Soulac-sur-Mer
- 🏆 Champion de Gironde de sauvetage côtier

#### Pierre Lamothe / Surf / 19 ans

- 📍 Lacanau
- 🏆 Vainqueur de la Coupe de l'Océan Indien et de la Francophonie

#### Enzo Levraut / Moto / 19 ans

- 📍 Soulac-sur-Mer
- 🏆 5<sup>e</sup> de la Coupe du Monde de motocross

#### Alexis Livintzeff / Photographe / 28 ans

- 📍 Lacanau
- 🏆 Exposition sur les sauveteurs en mer à Lacanau

#### Paul Noel / Golf / 18 ans

- 📍 Lacanau
- 🏆 4<sup>e</sup> du Grand Prix Médoc

#### Fabrice Jeannet / Escrime / 44 ans

- 📍 Bordeaux
- 🏆 Commentateur des Jeux Olympique 2024

#### Noah Jeannet / Surf / 12 ans

- 📍 Lacanau
- 🏆 4<sup>e</sup> des Championnats de France

#### Lou Peter / Waveski / 21 ans

- 📍 Lacanau
- 🏆 Championne du Monde de Waveski

#### Laura Phily / Équitation et Ski nautique / 29 ans

- 📍 Carcans
- 🏆 Championne de France en ski nautique, Championne d'Europe par équipe et 3<sup>e</sup> individuel en figure 2<sup>e</sup> du Grand Prix Amateur d'équitation

#### Agathe Rodier / Swim & Run / 31 ans

- 📍 Lacanau
- 🏆 5<sup>e</sup> place au Swim&Run de Saint-Jean-de-Luz

#### Keloha Rondi / Surf / 17 ans

- 📍 Lacanau
- 🏆 5<sup>e</sup> Championnat de Gironde junior

#### Teiva Tartas / Longboard / 19 ans

- 📍 Lacanau
- 🏆 21<sup>e</sup> du Longboard Tour

#### Quentin Vlamynck / Skippeur / 31 ans

- 📍 Le Verdon-sur-Mer
- 🏆 Vainqueur de la Rolex Sydney Hobart Yacht Race 3<sup>e</sup> Bizuth Solitaire du Figaro Paprec 5<sup>e</sup> par équipe du classement général du Tour Voile



## Actions de promotion

### Des événements et temps d'échange tout au long de l'année

- déjeuner presse à Paris
- lancements et bilans de saison
- invitations aux événements

**62** vidéos réalisées et partagées sur les réseaux sociaux de Médoc Atlantique Tourisme (Facebook, Instagram, YouTube)

et plus de **300 messages** échangés par WhatsApp, SMS, Instagram, etc....

**459** publications sur les réseaux sociaux de Médoc Atlantique Tourisme (Facebook, Instagram, YouTube)

## 2.8 Projets solidaires

### Calendrier 2025 "Une année en rose"

NOUVEAUTÉ

Dans le cadre d'Octobre Rose, mois de sensibilisation à la lutte contre le cancer du sein, l'Office de Tourisme Médoc Atlantique s'est associé à l'Institut Bergonié en créant un calendrier 2025.

Tout comme le logo, le rose est la couleur centrale du calendrier intitulé « Une année en rose ». Composé de 13 photographies prises par le photographe Jean-Emmanuel Jay, ce calendrier met en lumière la beauté naturelle des 13 communes de la destination. Chaque cliché, subtilement teinté de rose, rend hommage à la campagne Octobre Rose tout en sublimant nos paysages emblématiques.

En vente depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2024, ce calendrier a été disponible jusqu'à la fin d'année dans les Offices de Tourisme de la destination au tarif de 15€, ainsi que sur la plateforme en ligne medoc-atlantique-travel.com à 17,50€ (incluant les frais d'envoi).

Les bénéfices seront reversés à l'Institut Bergonié, Centre Régional de Lutte Contre le Cancer (CLCC) de Nouvelle-Aquitaine à la renommée internationale qui œuvre depuis plus de 100 ans à l'avant-garde de la recherche, de la prévention, du dépistage et du traitement du cancer.



### Au fil des Pédales, du Népal à Lacanau en vélo



Médoc Atlantique Tourisme sponsorise également le projet ambitieux de Lilou Aigon, intitulé «Au fil des pédales». À travers ce défi, Lilou relie le Népal à la France, et plus précisément Lacanau, à vélo. Ce périple extraordinaire s'inscrit dans une démarche à la fois sportive, écologique et humaine. En parcourant des milliers de kilomètres, Lilou traverse des territoires variés et rencontre des populations locales.



### Association Les Étoiles Filantes

NOUVEAUTÉ

L'Office de Tourisme Médoc Atlantique soutient une initiative d'envergure en devenant sponsor de l'opération portée par le skipper Quentin Vlamynck et son équipe Néo Sailing Technologies, en partenariat avec l'association Les Étoiles Filantes. À bord de son bateau engagé dans La Solitaire du Figaro, Quentin Vlamynck a porté les couleurs de cette association qui réalise les rêves d'enfants atteint d'un gliome infiltrant du tronc cérébral.

Ce partenariat s'inscrit dans une démarche alliant performance sportive, solidarité et rayonnement territorial, contribuant à la fois à valoriser la destination et à soutenir une cause porteuse de sens. À travers ce sponsoring, Médoc Atlantique réaffirme son

engagement auprès de projets qui incarnent les valeurs humaines et le dynamisme du territoire.

Par ailleurs, une collecte de dons pour l'association Les Étoiles Filantes a été organisée lors d'un live de 24h les 27 et 28 novembre au Verdon-sur-Mer durant lesquelles Quentin Vlamynck a embarqué des personnalités à bord de son voilier. À cette occasion, Médoc Atlantique Tourisme a eu le plaisir de contribuer en offrant un séjour pour 4 personnes à la Résidence des Alcyons au Verdon-sur-Mer à l'un des généreux donateurs.

### Association les Ensablées

Dans le cadre d'un engagement auprès d'initiatives porteuses de sens, Médoc Atlantique Tourisme a eu le plaisir de sponsoriser Manon Jambou et Alexia Mas, duo engagé de l'association Les Ensablées, dans leur participation au Trophée Roses des Sables 2024, qui s'est déroulé du 15 au 27 octobre au Maroc.

Cet événement unique est une course d'orientation réservée aux femmes, axée sur la solidarité et le dépassement de soi. L'aventure inclut des épreuves exigeantes telles que l'orientation, le franchissement de dunes et la fameuse étape marathon : deux jours et une nuit en totale autonomie au cœur du désert. Le Trophée Roses des Sables est également un vecteur d'engagement humanitaire en soutenant depuis 12 ans, l'association Ruban Rose, œuvrant pour la lutte contre le cancer du sein et le dépistage précoce, ainsi que d'autres initiatives caritatives.



# Accueil & Information





# Missions

## L'accueil

Le pôle Accueil - Information se positionne comme un acteur clé dans la relation avec les visiteurs, locaux comme touristes, en leur offrant un accompagnement sur mesure. Les conseillers en séjour, véritables ambassadeurs du territoire, mettent à profit leur expertise pour garantir une expérience de qualité, basée sur des recommandations authentiques et adaptées aux attentes de chacun.

Au-delà de leur rôle d'information, les équipes s'engagent dans une veille active et continue tout au long de l'année pour assurer une mise à jour rigoureuse des données touristiques. Cela permet non seulement de garantir la fiabilité des informations diffusées, mais aussi de mettre en lumière le dynamisme et la diversité des communes de Médoc Atlantique, contribuant ainsi à renforcer l'attractivité du territoire.

En période estivale, le pôle déploie une stratégie proactive pour répondre aux besoins spécifiques des visiteurs. Chaque semaine, les hébergeurs sont contactés afin d'assurer une disponibilité en temps réel des offres d'hébergement, accessibles dans nos bureaux d'accueil et sur les bornes d'information. Ce service réactif contribue à fluidifier l'expérience touristique en haute saison.

L'accueil hors les murs est un pilier de notre stratégie en haute saison, visant à aller à la rencontre des visiteurs là où ils se trouvent. En complément des huit bureaux d'accueil de l'Office de Tourisme, les équipes investissent des lieux stratégiques : le Bac entre Le Verdon-sur-Mer et Royan, les rues principales et fronts de mer de Soulac-sur-Mer et Lacanau avec un triporteur, ou encore les escales des croisiéristes au Verdon-sur-Mer. Grâce au véhicule itinérant, "la MAT MOBILE", l'Office de Tourisme renforce également sa présence sur les grands événements locaux, garantissant ainsi un accès direct et convivial à l'information touristique.

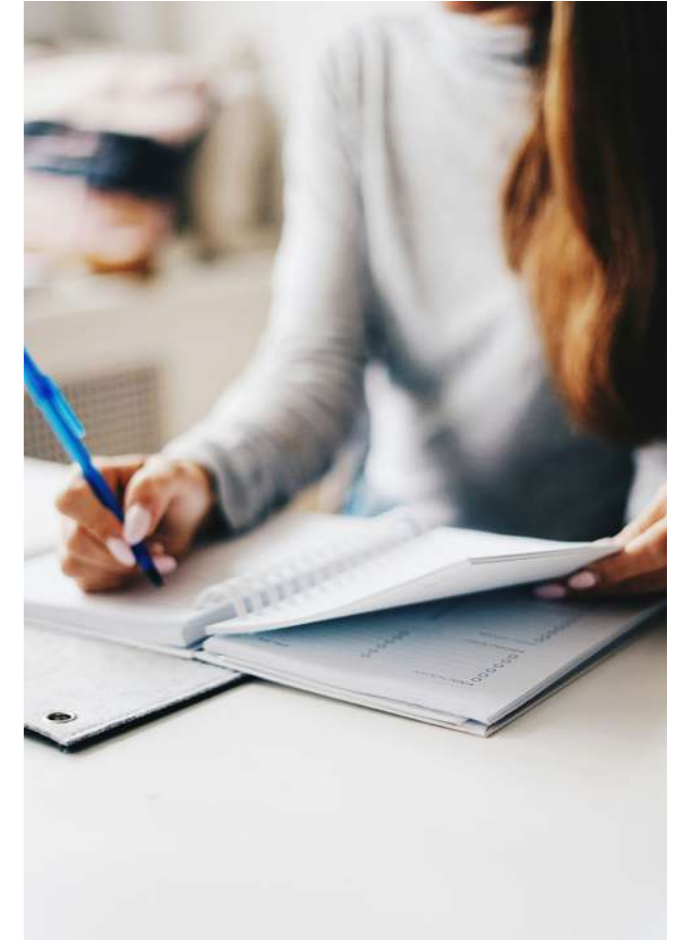
Ce dispositif, alliant proximité, innovation et réactivité, reflète l'ambition de proposer un accueil exemplaire et d'affirmer la singularité de Médoc Atlantique en tant que destination incontournable.

## La formation des experts locaux

**Une démarche structurée pour garantir l'excellence du service.**

L'intégration des nouveaux collaborateurs au sein du pôle Accueil & Information repose sur un processus structuré, conçu pour garantir leur pleine compréhension des enjeux de l'Office de Tourisme et de la destination Médoc Atlantique. En amont de leur prise de poste, les nouveaux entrants reçoivent un livret d'accueil détaillé. Ce document, véritable guide pratique, leur permet de s'approprier le fonctionnement global de l'Office, de comprendre les synergies entre les différents services, et de se familiariser avec les points d'intérêt touristiques majeurs du territoire.

Dès leur arrivée, les saisonniers bénéficient d'un **programme de formation intensif**, d'une durée adaptée à leur contrat (de 5 à 10 jours). Ce dispositif complet a pour objectif de garantir une montée en compétence rapide et un alignement avec les standards de qualité du pôle.



### La formation inclut :

- **une réunion d'information transversale** pour comprendre les missions des différents services et l'organisation globale de l'Office de Tourisme, favorisant ainsi une collaboration fluide et efficace
- **deux éducteurs immersifs**, accompagnés par une conseillère en séjour permanente, permettant une découverte approfondie des atouts majeurs de la destination, des Lacs Médocains à la Pointe du Médoc
- **une journée dédiée à l'apprentissage des outils et logiciels** spécifiques utilisés par le pôle, afin d'assurer une maîtrise opérationnelle rapide
- **des journées d'immersion sur site avec les conseillères en séjour permanentes**, dans les bureaux d'accueil de référence pour la saison, permettant aux nouveaux arrivants de se familiariser avec les pratiques et les réalités du terrain.

Ce processus d'intégration et de formation reflète l'ambition de l'Office de Tourisme de fournir un service d'accueil d'excellence, tout en valorisant l'engagement des collaborateurs, qui deviennent ainsi de véritables ambassadeurs de la destination Médoc Atlantique.

# 3.1 Dispositif accueil

## Les équipes accueil

### SOULAC-SUR-MER

- 2 permanentes
- 2 saisonniers d'avril à septembre
- 2 saisonniers de mai à septembre (en alternance avec Saint-Vivien-de-Médoc)
- 1 saisonnier de juin à septembre
- 2 saisonniers en juillet-août
- 1 alternante

### SAINT-VIVIEN-DE-MÉDOC

- 1 permanente
- 1 saisonnier d'avril à septembre (en alternance avec Soulac-sur-Mer)

### GRAYAN-ET-L'HÔPITAL

- 1 saisonnier de mai à septembre

### LACANAU

- 2 permanentes
- 2 saisonniers d'avril à septembre
- 3 saisonniers en juillet-août
- 1 saisonnier à l'agence postale

### HOURTIN

- 1 saisonnier d'avril à septembre
- 1 saisonnier en juillet-août

### CARCANS - MAUBUISSON

- 1 permanente
- 2 saisonniers d'avril à septembre
- 2 saisonniers en juillet-août

### NAUJAC-SUR-MER (Pin Sec)

- 1 saisonnier en juillet-août



### LE VERDON-SUR-MER

- 1 saisonnier en juillet-août

### BAC LE VERDON-SUR-MER / ROYAN

- 1 saisonnier en juillet-août

### OFFICE MOBILE

- 1 saisonnier en juillet-août

31 collaborateurs.trices



Naujac-sur-Mer



Hourtin

## Des bureaux d'accueil rénovés

Suite à la rénovation de l'Office de Tourisme de Soulac-sur-Mer en 2022 et de celui de Carcans-Maubuisson en 2023, l'année 2024 a marqué une nouvelle étape avec la modernisation de l'Office de Tourisme d'Hourtin, célébrée lors des portes ouvertes du 13 juin 2024. Parallèlement, une structure modulaire a été installée au Pin Sec, sur la commune de Naujac-sur-Mer, et inaugurée le 31 mai 2024, renforçant ainsi la proximité et l'accessibilité de nos services sur l'ensemble du territoire.

Ces investissements s'inscrivent dans une stratégie globale visant à proposer des espaces d'accueil modernes, fonctionnels et attractifs. Offrir des lieux de qualité répond aux attentes croissantes des visiteurs en matière de confort, d'information et d'expérience. Ces espaces ne sont pas seulement des points de

renseignement, mais des lieux d'interaction qui reflètent l'identité du territoire et favorisent une première impression positive. Ils contribuent à valoriser l'image de la destination Médoc Atlantique tout en renforçant son attractivité.

En modernisant ses infrastructures, l'Office de Tourisme affirme également sa volonté de s'adapter aux nouvelles exigences des touristes, notamment en matière de digitalisation des services et de développement durable, tout en offrant un cadre propice à un accueil chaleureux et personnalisé. Cette démarche stratégique vise à faire des points d'accueil de véritables vitrines de la destination, en lien avec notre ambition de positionner Médoc Atlantique comme une destination de référence.

## Fréquentation des Offices de Tourisme

### LACANAU

**33 822 visiteurs**  
ouvert à l'année

### CARCANS-MAUBUISSON

**16 394 visiteurs**  
ouvert d'avril à novembre

### HOURTIN

**14 935 visiteurs**  
ouvert d'avril à septembre

### GRAYAN-ET-L'HÔPITAL

**1 793 visiteurs**  
ouvert de juin à septembre

### SAINT-VIVIEN-DE-MÉDOC

**3 872 visiteurs**  
ouvert à l'année (mercredi matin d'octobre à mars)

### SOULAC-SUR-MER

**44 793 visiteurs**  
ouvert à l'année

### LE VERDON-SUR-MER

**1 886 visiteurs**  
ouvert en juillet-août

### BAC LE VERDON-SUR-MER / ROYAN

**4 243 répondants à l'enquête clients**  
ouvert de mi-juin à mi-septembre

### NAUJAC-SUR-MER

**1 644 visiteurs**  
ouvert de juin à septembre



## Accueil hors les murs

### «MAT Mobile» Le véhicule itinérant



Pour sa 3<sup>e</sup> année de mise en service, la «MAT Mobile», véritable Office de Tourisme itinérant, a sillonné les routes afin promouvoir la destination et de renseigner les vacanciers et locaux. D'avril à septembre, les conseillers en séjour sont allés à la rencontre des touristes lors des événements majeurs de la destination.

### Chiffres-clés

**2 769**

contacts enregistrés

**44**

événements dont

- Gulp TT
- Lacanau Tri'Event
- Lacanau Beach Handball Xperience
- Fête de l'Huître à Talais
- Fête du Phare de Richard à Jau-Dignac-et-Loirac
- Festival du Court Théâtre à Carcans
- La Bambino fait son Show à Hourtin
- Nuit du Phare de Grave au Verdon-sur-Mer
- Vide-greniers à Queyrac
- Marchés nocturnes à Carcans, Hourtin, Valeyrac, Grayan-et-l'Hôpital, Saint-Vivien-de-Médoc, Talais et Le Verdon-sur-Mer

### Les vélos triporteurs

NOUVEAUTÉ

Dans le cadre de sa stratégie d'accueil hors les murs, l'Office de Tourisme a acquis deux vélos triporteurs destinés à renforcer sa présence sur le terrain et à aller à la rencontre des visiteurs. Lors de cette première saison d'expérimentation, **59 sorties** ont été réalisées, permettant d'interagir avec **plus de 1 500 personnes** dans des zones à forte fréquentation, telles que la rue de la Plage à Soulac-sur-Mer et les allées Ortal à Lacanau.

Ces triporteurs ont également joué un rôle essentiel dans l'accueil des croisiéristes. À Soulac-sur-Mer, ils ont servi de points d'information mobiles à l'arrivée des navettes en provenance des **24 paquebots** faisant escale au port du Verdon-sur-Mer. Cette initiative a permis de toucher une part importante des **46 091 croisiéristes**, dont 40 à 50 % des passagers ont visité Soulac-sur-Mer.

Cette démarche s'inscrit dans une vision stratégique pour offrir un accueil flexible, innovant et de proximité, et répondre aux attentes des visiteurs tout en valorisant les espaces emblématiques du territoire. En rapprochant l'information des principaux flux touristiques, ce dispositif renforce la capacité à engager des interactions de qualité et à promouvoir une image dynamique et accessible du Médoc Atlantique.



## Le bac : liaison entre Le Verdon-sur-Mer et Royan



De mi-juin à mi-septembre, 5 jours par semaine, des conseillers en séjour de Médoc Atlantique Tourisme étaient présents sur le bac entre Le Verdon-sur-Mer et Royan.

En plus de leurs missions d'information et de conseil, une étude de clientèle a été menée auprès de **4 243 usagers**.

## Présence aux pots d'accueil des campings partenaires



Dans le cadre de la stratégie "hors les murs", des conseillers en séjour de Médoc Atlantique Tourisme se sont rendus aux pots d'accueil des campings partenaires en juillet et août afin de favoriser la promotion des activités et des événements du territoire auprès des vacanciers.

### Chiffres-clés



**2 600**

personnes rencontrées



**89**

pots d'accueil



**12**

campings

à Lacanau, Soulac-sur-Mer, Le Verdon-sur-Mer, Vensac, Hourtin et Carcans-Maubuisson

# 3.2 Profil des visiteurs

## Répartition des visiteurs

### RÉPARTITION DES VACANCIERS

France : 87%  
Etranger : 13%

### TOP 5 RÉGIONS FRANÇAISES

Nouvelle-Aquitaine : 23%  
Auvergne-Rhône-Alpes : 17%  
Île-de-France : 16%  
Occitanie : 8%  
Pays de la Loire : 7%

### TOP 3 VISITEURS ÉTRANGERS

1. Allemagne  
2. Belgique  
3. Royaume-Uni

### TOP 5 DES ACTIVITÉS PRATIQUÉES

Plages et baignades : 83%  
Balades et randonnées : 80%  
Vélo : 63%  
Activités nautiques (surf, kayak...) : 39%  
Fêtes et manifestations : 38%

## Les bornes d'informations

Médoc Atlantique Tourisme compte 13 bornes d'informations touristiques :

### NOMBRE TOTAL

#### DE CONSULTATIONS DES BORNES

Lacanau-Océan	3 489
Carcans-Maubuisson	2 580
Jau-Dignac-et-Loirac	1 939
Soulac-sur-Mer	1 904
Valeyrac	1 325
Hourtin Ville	1 114
Le Verdon-sur-Mer	873
Saint-Vivien-de-Médoc	869
Grayan-et-l'Hôpital	774
Carcans-Ville	710
Queyrac	544
Lacanau Ville	541
Naujac-sur-Mer	411

#### PAGES LES PLUS CONSULTÉES

1. Météo
2. Activités
3. Agenda
4. Activités en extérieur
5. Informations pratiques

## Notes sur les accueils

Médoc Atlantique Tourisme est présent sur plusieurs sites d'avis en ligne afin de recueillir les suggestions et avis des internautes.

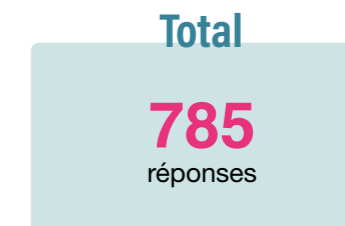
	Google	Tripadvisor
Carcans-Maubuisson	4,4 / 5	4 / 5
Grayan-et-l'Hôpital	4,4 / 5	4,5 / 5
Hourtin	4,2 / 5	3 / 5
Lacanau	4,2 / 5	4,5 / 5
Le Verdon-sur-Mer	4,2 / 5	-
Saint-Vivien-de-Médoc	4,3 / 5	-
Soulac-sur-Mer	4,3 / 5	4 / 5

## Les enquêtes clients

Le dispositif d'enquête clients est diffusé dans les points d'accueil de Médoc Atlantique Tourisme grâce à des tablettes tactiles ainsi que sur les outils digitaux (site internet, bornes d'information...).

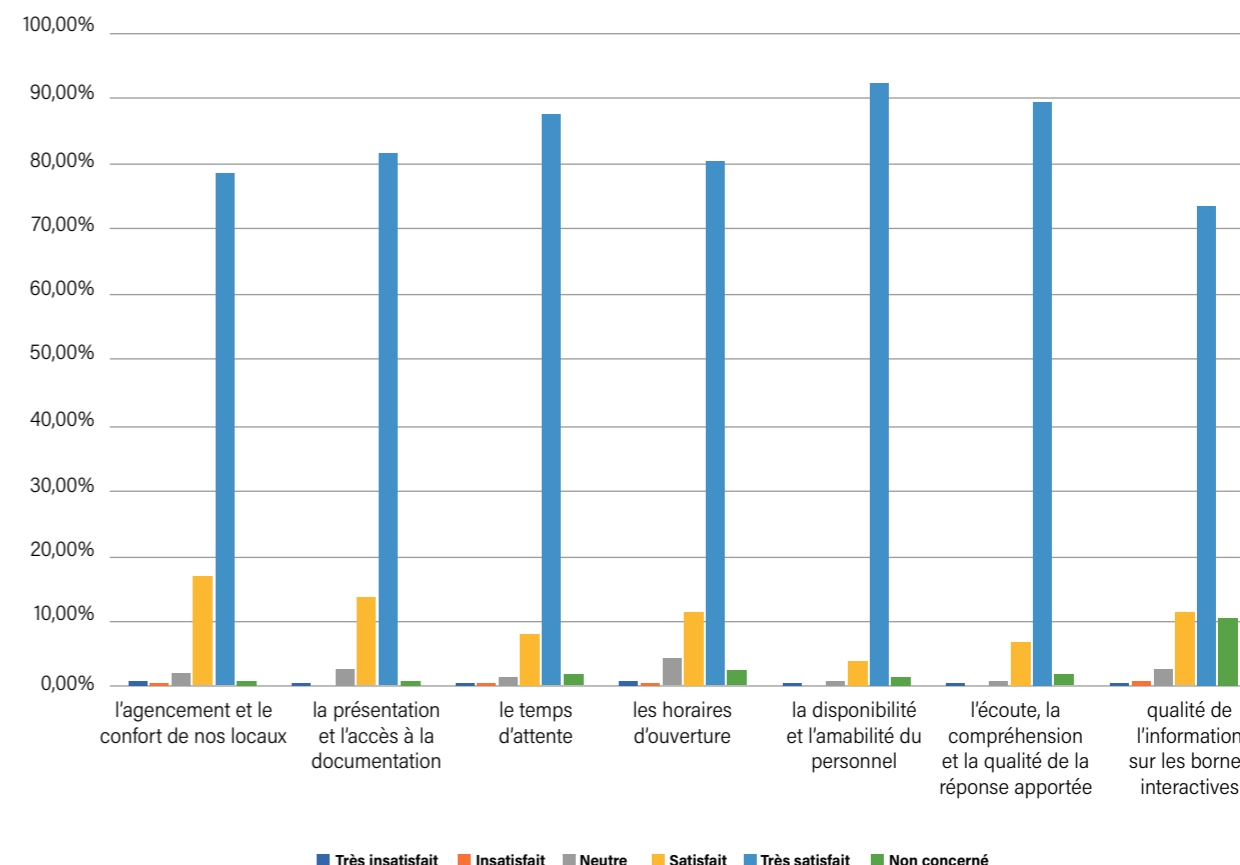
### NOMBRE DE RÉPONSES PAR LIEU DE COLLECTE

Lacanau : 395  
Carcans-Maubuisson : 81  
Hourtin : 96  
Soulac-sur-Mer : 157  
Saint-Vivien-de-Médoc : 35  
Site internet et bornes interactives : 21



### SATISFACTION SUR LES SERVICES DE L'OFFICE DE TOURISME

96,45% des répondants recommandent la destination Médoc Atlantique, parmi lesquels 83,7% lui ont attribué la note de 5/5.



## 3.3 L'offre en itinérance

### Terra Aventura

Terra Aventura est un jeu de géocaching permettant de découvrir la Nouvelle Aquitaine en plongeant les «aventuriers» dans un univers captivant où des QR Codes permettent de découvrir des caches dans lesquelles sont dissimulés des Poi'z (jetons différents pour chaque aventure).

Médoc Atlantique Tourisme a rejoint l'aventure Terra Aventura en 2019 afin de proposer un outil de découverte de la destination pour les familles. Depuis, 4 parcours ont été développés et un 5<sup>e</sup> a été lancé en juin 2024.

**Il s'agit du 1<sup>er</sup> parcours Terra Aventura en Gironde qui présente des énigmes en réalité augmentée.**

#### Jusqu'à la fin des Terres

##### Soulac-sur-Mer

À pied

##### Joueurs

2019	▶	4 420
2020	▶	3 316
2021	▶	6 456
2022	▶	7 520
2023	▶	3 296
2024	▶	7 354



#### Parcours commun

##### Le Verdon-sur-Mer / Royan

À pied

##### Joueurs

2021	▶	8 048
2023	▶	960
2024	▶	3 445

#### Ziclou des Rails - Lacanau

À vélo

##### Joueurs

2020	▶	1 764
2021	▶	2 928
2022	▶	3 004
2023	▶	4 144
2024	▶	3 445

#### Oui, c'est un paradis - Hourtin

À pied

##### Joueurs

2021	▶	5 456
2022	▶	5 708
2023	▶	8 192
2024	▶	6 756

#### Ruée vers l'or des bois Carcans-Maubuisson

NOUVEAUTÉ

##### Joueurs

2024	▶	7 145
------	---	-------

### Les Pistes de Robin

6 Pistes de Robin favorisent la découverte des communes de Médoc Atlantique par les familles à :

- Lacanau Océan
- Carcans-Maubuisson
- Hourtin
- Saint-Vivien-de-Médoc
- Le Verdon-sur-Mer
- Soulac-sur-Mer

Afin d'ancrer les Pistes de Robin dans une démarche durable, Médoc Atlantique Tourisme a remis à chaque enfant ayant complété avec succès le jeu de pistes, un crayon de papier avec des graines de légumes, herbes et fleurs à faire pousser chez eux.



gironde  
tourisme LES PISTES  
DE ROBIN

# Commercialisation



# Missions

Les actions du service commercial de Médoc Atlantique Tourisme reposent sur quatre missions principales, qui contribuent à dynamiser l'offre touristique de la destination et à renforcer le succès de ses partenaires :

## FACILITER

Simplifier l'accès des vacanciers aux offres touristiques de la destination grâce à une plateforme intuitive et à un service de réservation en direct dans les Offices de Tourisme, rendant l'expérience client fluide et accessible.

## CONNECTER

Établir un lien solide entre les partenaires et leur clientèle cible en mettant en avant leurs prestations via des outils performants et un accompagnement personnalisé, tout en développant de nouvelles opportunités commerciales.

## VALORISER

Promouvoir l'excellence des acteurs locaux en structurant une offre groupe attrayante, et en soutenant leur visibilité à travers des événements, des salons professionnels et des actions de terrain.

## OPTIMISER

Booster les performances économiques des partenaires en capitalisant sur les expertises et les ressources de l'Office de Tourisme.

La commercialisation joue un rôle stratégique au sein de Médoc Atlantique Tourisme en facilitant la mise en marché des offres des partenaires auprès des clientèles BtoC ou BtoB. Ces offres sont accessibles aussi bien dans les Offices de Tourisme du territoire que sur la plateforme en ligne dédiée, Médoc Atlantique Travel. Cette approche intégrée a permis de renforcer la visibilité et l'attractivité des prestations locales, comme en témoigne la progression des ventes cette année, avec une augmentation de 78,6 % sur l'ensemble de la destination.

En parallèle, le service s'attache à valoriser l'offre groupe de nos partenaires en répondant aux attentes spécifiques de ce segment de marché. Son action consiste à établir un lien direct entre l'offre et la demande tout en élargissant la visibilité des prestations grâce à des initiatives ciblées, telles que la participation à des salons professionnels ou l'organisation d'éductours. Ces efforts contribuent à positionner la destination comme un acteur incontournable pour les groupes, tout en renforçant les partenariats locaux.

## 4.1 Commercialisation BtoC : Médoc Atlantique Travel

Depuis le lancement de la billetterie Médoc Atlantique Travel en mai 2023, son développement s'est accéléré, avec une augmentation significative du nombre de partenaires, passant **de 90 à la fin 2023 à 140 à fin 2024**. Cette expansion s'est traduite par une hausse de 78,6 % des ventes sur l'ensemble de la destination, atteignant un chiffre d'affaires record de 192 400 € pour Médoc Atlantique.

### Évolution du chiffre d'affaires généré

	CA en HT	Variation en %
2017	67 631	-
2018	109 424	+ 62%
2019	127 191	+ 16%
2020	83 747	-34%
2021	116 692	+ 39%
2022	172 466	+ 47,8%
2023	107 725	+ 26% (à périmètre constant)
2024	192 400	+78,6% (à périmètre constant)

### Canaux de ventes

	% sur CA 2023	% sur CA 2024
Web	31%	25%
Lacanau	29%	26%
Soulac-sur-Mer	26%	30%
Carcans-Maubuisson	6%	10%
Hourtin	5%	6%
Saint-Vivien-de-Médoc	2%	2%
Le Verdon-sur-Mer	0,2%	0,5%
Naujac-sur-Mer	-	0,5%

## 4.2 Commercialisation BtoB

En ciblant les groupes, associations, ainsi que les professionnels du tourisme tels que les agences de voyages et les tour-opérateurs, l'Office de Tourisme œuvre activement à l'élargissement de la clientèle de ses partenaires et à la diversification des périodes d'activité. Cette approche permet de mieux répondre aux besoins des différents segments de marché tout en favorisant une fréquentation plus régulière et étendue tout au long de l'année. En renforçant ces relations professionnelles,

l'Office de Tourisme contribue non seulement à l'attractivité du territoire, mais aussi à sa pérennisation en tant que destination phare, capable de séduire un public varié au-delà de la saison estivale.

En 2024, l'Office de Tourisme Médoc Atlantique a ainsi réceptionné **96 demandes de groupes** qui ont engendré **414 recommandations de ses partenaires**.

### Types de demandes groupes

Séminaire	Scolaire	Groupe	Association	Agence pro	Total
29	7	21	23	16	96

Origine des demandes : 46 % proviennent de la Gironde, 7 % de la région parisienne et 7 % d'Europe.

### Pack Business

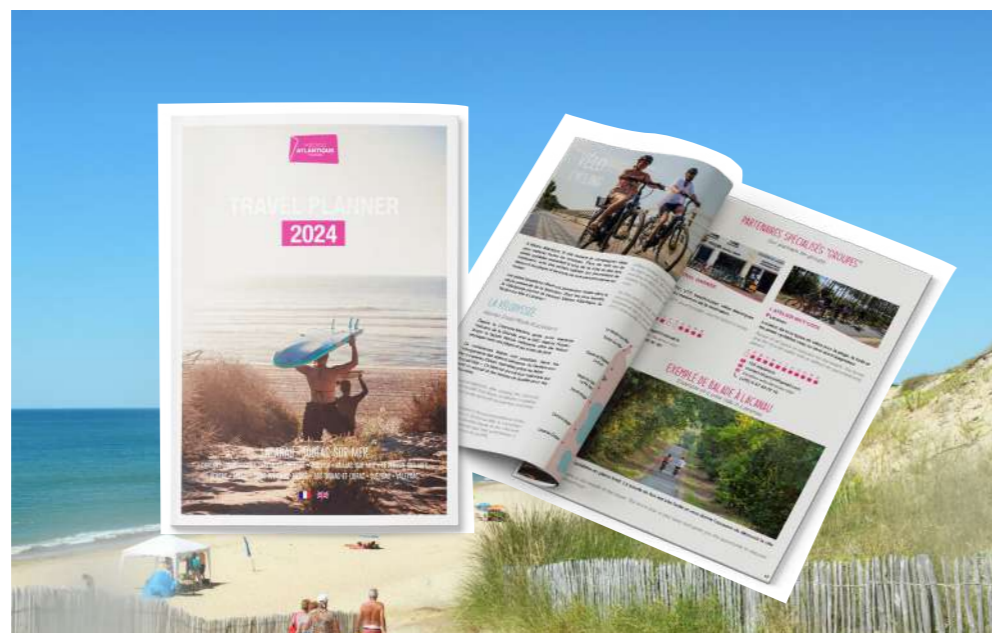
Le pack business a été conçu pour permettre aux partenaires de l'Office de Tourisme de valoriser leurs offres auprès des groupes, associations et professionnels du tourisme, tels que les agences et tour-opérateurs. Ce dispositif favorise également une mise en relation directe avec les demandes de groupes adressées à l'Office de Tourisme.

En 2024, **71 partenaires ont adhéré à cette offre, contre 41 en 2023**, témoignant de son efficacité et de sa pertinence.

### Travel Planner

Le Pack Business permet aux partenaires d'être référencé sur le Travel Planner, une brochure professionnelle destinée aux professionnels du tourisme et envoyée à toutes les demandes de groupe reçues par l'Office de Tourisme.

**200 exemplaires**



### Actions de promotion BtoB

Nom de l'action	Cible	Marché	Partenaires de Médoc Atlantique présents	Nombre de professionnels rencontrés	Coût de l'action
<b>So Événement</b>	Agences Événementielles	France	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aquitaine Raid - Lacanau</li> <li>Evolution 2 - Lacanau</li> <li>Les Frères Nicoll's - Soulac-sur-Mer</li> <li>Vitalparc - Lacanau</li> <li>Camping Airotel l'Océan - Lacanau</li> </ul>	13	4 000 €
<b>RDV en France</b>	Professionnels du tourisme de loisirs internationaux	France Europe Amérique du Nord	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vitalparc - Lacanau</li> </ul>	27	1 932 €
<b>Tournée B2B Royaume-Uni</b>	Professionnels du tourisme de loisirs & Média	Royaume-Uni		30	3 350 €
<b>Tournée B2B Allemagne</b>	Professionnels du tourisme de loisirs & Média	Allemagne		52	3 350 €
<b>Destination Vignoble</b>	Professionnels du tourisme de loisirs, spécialisé oenotourisme & gastronomie	France & Europe		27	2 388 €
<b>Workshop Contrat destination</b>	Professionnels du tourisme de loisirs	Europe		13	Action incluse dans le contrat de destination

Par ailleurs, plusieurs actions ciblées ont été mises en place pour renforcer la visibilité de la destination auprès des professionnels du tourisme. L'accueil de **20 commerciaux de l'agence FRAM** à Lacanau a permis de dynamiser la promotion de l'offre locale, tandis qu'un éducteur organisé en juin sur 3 jours a offert à deux professionnels rencontrés lors de So Événement 2024 l'opportunité de découvrir en profondeur les atouts du territoire.

### Bilan

**96**  
demandes  
de groupes traitées

**190**  
professionnels  
rencontrés

**18 000 €**  
investis dans la promotion  
du territoire pour le tourisme  
d'affaires et de loisirs

# Relations prestataires





# Missions

La construction et l'animation d'un réseau solide et durable de partenaires demeurent un enjeu prioritaire pour Médoc Atlantique Tourisme. En 2024, l'Office de Tourisme a consolidé son rôle de soutien et d'accompagnement auprès de ses 600 partenaires, en structurant son action autour de quatre missions clés :

## SE DÉMARQUER

Pour permettre à chaque offre de se distinguer et de trouver son public.

## AUGMENTER SON CHIFFRE D'AFFAIRES

En mettant à disposition des partenaires les outils et compétences de l'Office de Tourisme pour optimiser leur performance économique.

## DÉVELOPPER DE NOUVELLES COMPÉTENCES

En proposant des formations adaptées aux besoins des professionnels pour renforcer leur expertise.

## APPARTENIR À UN RÉSEAU

Pour favoriser les échanges, l'apprentissage mutuel et le partage d'expériences au sein d'une communauté active.

L'année 2024 a été marquée par une multiplication des moments d'échange dédiés aux partenaires : lancements et bilans de saison, petits-déjeuners et tea-times du tourisme. Ces rencontres renforcent la connaissance mutuelle, favorisent le partage d'informations stratégiques et créent des opportunités pour le développement commercial.

# 5.1 Chiffres-clés partenaires

## Indicateurs de satisfaction

**112** répondants

**90%** globalement satisfaits de Médoc Atlantique Tourisme.

**90%** satisfaits des échanges avec Médoc Atlantique Tourisme.

**85%** satisfaits de la qualité des conseils obtenus par Médoc Atlantique Tourisme.

**76%** satisfaits de la visibilité proposée sur les supports de Médoc Atlantique Tourisme.

**82%** ont l'intention de renouveler leur collaboration avec Médoc Atlantique Tourisme en 2025.

## Répartition des partenaires sur la destination et par type d'activité

Communes	Activités de loisirs	Agences immobilières	Campings	Chambres d'hôtes	Commerces et services	Hôtels	Locations de vacances	Châteaux	Résidences de tourisme	Restaurants	Villages Vacances
Lacanau	56	4	6	7	38	3	52	-	3	28	2
Carcans	25	1	8	-	8	-	26	-	-	5	4
Hourtin	14	-	7	-	5	2	10	-	2	4	-
Naujac-sur-Mer	1	-	1	-	-	-	2	-	-	-	-
Saint-Vivien-de-Médoc	3	-	-	-	3	-	1	-	-	2	-
Grayan-et-l'Hôpital	1	-	2	2	-	-	2	-	-	-	-
Soulac-sur-Mer	17	1	7	3	12	4	41	-	2	8	1
Jau-Dignac-et-Loirac	2	-	-	1	1	-	1	5	-	-	-
Queyrac	-	-	-	-	-	-	1	2	-	-	-
Talais	2	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-
Valeyrac	-	-	-	-	-	-	-	4	-	1	-
Vensac	2	-	2	-	1	-	1	1	-	-	-
Le Verdon-sur-Mer	9	-	1	-	1	-	3	-	2	-	-
Hors territoire							55				

## 5.2 Animation du réseau partenaires

### Lancement de saison

Pour marquer le lancement de la saison touristique, Médoc Atlantique Tourisme a organisé deux journées d'échanges dédiées à ses partenaires :

- **26 mars** à l'Office de Tourisme de Lacanau
- **28 mars** à l'Office de Tourisme de Soulac-sur-Mer.

Ces événements ont réuni plus de 100 partenaires, leur permettant de découvrir en avant-première les nouveautés de la destination et de renforcer les liens avec les autres acteurs locaux. Les participants ont également pu obtenir la documentation touristique mise gratuitement à leur disposition, un support essentiel pour accompagner leurs vacanciers tout au long de la saison. Ces journées ont incarné un moment clé de dialogue et de mobilisation pour préparer ensemble une saison réussie.

### Bilans de saison

Les 16 et 17 octobre, Médoc Atlantique Tourisme a organisé deux événements à Soulac-sur-Mer et Lacanau pour réunir ses partenaires et clôturer la saison touristique. Chaque soirée a débuté par des échanges en format speed-dating, offrant aux participants l'opportunité d'échanger directement avec les équipes de l'Office de Tourisme. Ce format interactif a permis d'instaurer des dialogues personnalisés et constructifs, favorisant un retour détaillé sur les actions et projets menés tout au long de l'année.

La seconde partie des rencontres a été consacrée à un bilan complet de la saison mettant en lumière les réussites, les défis rencontrés et les perspectives pour l'année à venir.

Ces soirées conviviales ont non seulement permis de renforcer les liens entre Médoc Atlantique Tourisme et les acteurs locaux, mais aussi de poser les bases d'une collaboration encore plus étroite pour les saisons futures.



### Visites prestataires

152 rendez-vous personnalisés ont été honorés par les équipes Médoc Atlantique Tourisme avec les prestataires afin de connaître leurs besoins, les accompagner sur différents axes dont la visibilité et le développement commercial de leurs activités.

#### Nombre de visites par commune

Lacanau	64	Jau-Dignac-et-Loirac	7
Soulac-sur-Mer	22	Grayan-et-l'Hôpital	1
Carcans	10	Naujac-sur-Mer	1
Hourtin	8	Queyrac	2
Le Verdon-sur-Mer	7	Saint-Vivien-de-Médoc	3
Valey rac	2	Hors Médoc Atlantique	23
Vensac	2		

## 5.3 Qualification de l'offre des prestataires

### Classement des meublés de tourisme

Depuis 2023, Médoc Atlantique Tourisme détient l'agrément pour réaliser le classement des meublés de tourisme suite à un audit réalisé par un cabinet externe. Cette nouvelle compétence confère à Médoc Atlantique Tourisme la possibilité de proposer des tarifs compétitifs aux propriétaires de meublés situés sur la destination pour l'obtention de ce classement, tout en offrant une flexibilité accrue dans le processus (délais d'attente réduits, interventions possibles le samedi, etc...).

Cette avancée renforce sa capacité à soutenir et à valoriser l'offre touristique locale.

**En 2024 : 183 meublés de tourisme ont été visités par l'Office de Tourisme dans une optique de classement :**

- 147 ont été classés pour la 1<sup>ère</sup> fois
- 36 ont vu leur classement renouvelé

**Parmi ces 183 classements, la répartition des étoiles attribuées est la suivante :**

- 1 étoile : 137 meublés
- 2 étoiles : 15 meublés
- 3 étoiles : 18 meublés
- 4 étoiles : 7 meublés
- 5 étoiles : 6 meublés

### Évolution du nombre de classement de meublés de tourisme

	2020	2021	2022	2023	2024
Lacanau	21	20	60	42	32
Soulac-sur-Mer	10	12	29	26	13
Carcans-Maubuisson	9	7	11	16	12
Grayan-et-l'Hôpital	0	1	2	1	115
Hourtin	2	13	5	12	6
Jau-Dignac-et-Loirac	4	3	1	0	0
Le Verdon-sur-Mer	1	1	1	4	1
Naujac-sur-Mer	-	-	-	0	0
Queyrac	0	1	0	0	1
Saint-Vivien-de-Médoc	3	2	0	0	0
Talais	-	-	-	0	0
Valey rac	-	-	-	0	1
Vensac	0	2	3	0	2
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>62</b>	<b>52</b>	<b>101</b>	<b>183</b>



## Marque Accueil Vélo

La marque nationale Accueil Vélo garantit un accueil privilégié et des services adaptés aux touristes à vélo.

**11 structures** ont obtenu ou renouvelé la Marque Accueil Vélo :

- Camping des Familles - Grayan-et-l'Hôpital
- Camping Domaine des Carrelets - Soulac-sur-Mer
- Camping Paradis des Pins - Soulac-sur-Mer
- Camping Le Palace - Soulac-sur-Mer
- Chambres d'Hôtes au Jardin des Libellules - Soulac-sur-Mer
- Hôtel des Pins - Soulac-sur-Mer
- Hôtel La Pinède - Soulac-sur-Mer
- La Mancine Laulan - Jau-Dignac-et-Loirac
- Musée Regards sur le passé - Hourtin
- Office de Tourisme de Soulac-sur-Mer
- Passion Cycles - Le Verdon-sur-Mer



## Label Vignobles et Découvertes

Label indispensable pour rejoindre le réseau de la marque Bordeaux Wine Trip, qui intègre les socioprofessionnels de l'oenotourisme en Gironde. **35 partenaires** ont obtenu ou renouvelé le label et sont ainsi visibles sur le site de Bordeaux Wine Trip.

Nouveaux labellisés :

- Camping Sandaya Soulac Plage à Soulac-sur-Mer
- Camping Siblu Domaine de Soulac à Soulac-sur-Mer
- Château Poitevin à Jau-Dignac-et-Loirac
- Château Rousseau de Sipian à Valeyrac
- Château Sipian à Valeyrac
- Phare de Cordouan au Verdon-sur-Mer
- Restaurant des Pins à Soulac-sur-Mer
- Restaurant l'Authentique à Lacanau
- Restaurant le Win à Lacanau

## Formation des saisonniers

### Programme de micro-learning digital



En 2024, l'Office de Tourisme Médoc Atlantique, en partenariat avec l'entreprise Chaptr, a lancé un programme innovant de micro-formation intitulé « Bienvenue ici ». Conçu pour les partenaires et leurs équipes, ce parcours digital flexible vise à enrichir la connaissance du territoire. L'objectif : améliorer la qualité du conseil client en seulement 10 minutes par jour.

Pendant six jours, les participants reçoivent une notification quotidienne sur leur smartphone ou par e-mail, les invitant à explorer des contenus dynamiques : informations clés sur le territoire, conseils pratiques via des vidéos et quizz interactifs pour valider leurs acquis.

Pour rendre l'expérience encore plus engageante, un tirage au sort récompense les participants ayant validé leurs quiz avec des lots attractifs.

Dès cette première année, le programme a été un succès : « Bienvenue ici » a séduit **164 inscrits**, enregistrant un **taux de satisfaction remarquable de 96 %**. Ce projet innovant reflète l'engagement de l'Office de Tourisme à outiller les professionnels du territoire, tout en renforçant leur rôle d'ambassadeurs de Médoc Atlantique.



## 5.4 Formation des socioprofessionnels

### Programme de formations

Pour sa 6<sup>e</sup> année de programme de formations, l'Office de Tourisme Médoc Atlantique a offert à ses partenaires **17 formations gratuites** réparties sur deux sessions, au printemps et à l'automne. Ces formations ont été conçues pour permettre aux participants d'enrichir leurs compétences professionnelles et d'acquérir de nouveaux savoirs adaptés aux besoins du secteur touristique.

Lors de la session automne-hiver, plus de **57 partenaires** ont bénéficié de ces ateliers, avec des thématiques variées et pertinentes. Les formations ont abordé des sujets techniques comme l'utilisation des outils Google, la gestion de l'e-réputation, ou l'apprentissage d'Excel, ainsi que des ateliers dédiés aux réseaux sociaux tels qu'Instagram et Facebook, proposés pour des niveaux débutant à avancé. D'autres sessions ont permis d'explorer des enjeux stratégiques, notamment l'intelligence artificielle appliquée au tourisme, le tourisme durable ou les défis climatiques pour le Médoc.

Les partenaires ont également eu l'occasion de développer des compétences linguistiques grâce à des cours d'anglais et d'allemand, et d'améliorer la valorisation de leur offre via la photographie. Enfin, des ateliers spécifiques ont été consacrés à la commercialisation d'activités et d'hébergements, ainsi qu'à la sensibilisation à la préservation des rives des lacs médocains.

Ces formations, **dont les taux de satisfaction ont atteint 100 %** pour plusieurs d'entre elles, témoignent de l'engagement de l'Office de Tourisme à accompagner ses partenaires dans l'évolution de leurs métiers et des défis du secteur.

### Formation chez les hébergeurs

En s'appuyant sur l'expertise des conseillers en séjour, véritables spécialistes de la destination, l'Office de Tourisme propose aux hébergeurs professionnels de former leurs saisonniers sur les aspects essentiels du territoire. Cette initiative vise à faire des saisonniers de véritables ambassadeurs au sein de leurs établissements.

En 2024, ce service de l'Office de Tourisme a été utilisé par **10 partenaires**, permettant de former un total de **36 participants**.

Partenaires	Nombre de participants	Communes
Camping & SPA l'Océan Airotel	3	Lacanau
Camping Le Tedey	3	Lacanau
CEVEO Les Dunes	3	Carcans
Domaine les Carrelets de Soulac	6	Soulac-sur-Mer
Huttopia Lac de Carcans	4	Carcans
Résidence Goélia le Cordouan	2	Soulac-sur-Mer
Résidences les Alcyons	3	Verdon-sur-Mer
Siblu - Le Domaine de Soulac	3	Soulac-sur-Mer
Village de l'Océan	1	Carcans
Yelloh! Les Grand Pins	8	Lacanau

## Pass avantages

L'Office de Tourisme a renouvelé une initiative clé pour valoriser les acteurs locaux de son territoire auprès des saisonniers : le Pass Avantages.

Destiné à transformer les saisonniers en véritables ambassadeurs de la destination, ce dispositif leur a donné accès à des **réductions ou gratuits auprès de 51 partenaires locaux**.

Grâce à ce Pass, près de **350 saisonniers** ont pu explorer une large palette d'activités emblématiques de la destination, allant du surf aux activités nautiques, en passant par l'œnotourisme, l'accrobranche ou encore la visite du phare de Richard.

Cette démarche a permis aux saisonniers de mieux connaître les richesses du territoire et ses prestations variées, favorisant ainsi une recommandation authentique et enthousiaste auprès des vacanciers.

En leur offrant la possibilité de vivre ces expériences en tant qu'usagers, le Pass Avantages contribue à transformer les saisonniers et hébergeurs en véritables relais d'excellence, renforçant l'attractivité et la satisfaction des voyageurs.



## 5.5 Esti'Talents

En 2024, Médoc Atlantique Tourisme a renforcé son engagement en faveur des travailleurs saisonniers à travers le projet **Esti'Talents**. Ce dispositif innovant vise à accompagner les saisonniers du territoire en répondant à trois enjeux majeurs : **le social, l'hébergement et la santé**.

Sur le volet social, Esti'Talents facilite l'intégration des saisonniers en leur proposant des actions dédiées de formation, de découverte du territoire et de création de lien grâce à des moments d'échange.

Concernant l'hébergement, le projet apporte une réponse concrète à la problématique cruciale du logement saisonnier, en travaillant étroitement avec les partenaires locaux pour identifier et proposer des solutions adaptées.

Enfin, sur le plan de la santé, l'initiative s'attache à sensibiliser les saisonniers à l'importance du bien-être physique et mental, avec un accès facilité à des dispositifs d'accompagnement et des ressources en matière de prévention.

En plaçant les travailleurs saisonniers au cœur de sa démarche, Esti'Talents contribue à améliorer leurs conditions de travail et de vie, tout en valorisant leur rôle essentiel dans la dynamique touristique du territoire.

Dans ce cadre, un partenariat a été noué en novembre 2024 avec l'Office de Tourisme de Val Thorens et la commune de Belleville afin de favoriser l'employabilité des saisonniers tout au long de l'année.

Ce projet renforce l'attractivité et la durabilité de Médoc Atlantique en tant que destination exemplaire dans la gestion et l'accueil de ses professionnels.

**esti'Talents**  
by Médoc Atlantique Tourisme

# Chiffres clés

# 6 Chiffres-clés

## Observatoire touristique

En 2024, l'Office de Tourisme Médoc Atlantique poursuit le développement de son observatoire touristique, un outil stratégique destiné à suivre et analyser les indicateurs clés de l'activité touristique de la destination et de ses partenaires. Ce dispositif offre une vision précise et actualisée des dynamiques locales, en s'appuyant sur plusieurs catégories de données :

- **Consommation** : évolution du chiffre d'affaires des partenaires et du panier moyen des vacanciers.
- **Fréquentation** : taux d'occupation moyen et nombre de nuitées.
- **Clientèle** : origine géographique des visiteurs et leurs centres d'intérêt.
- **Activité de l'Office de Tourisme** : événements accompagnés, nouveaux partenariats, classements de meublés et labellisations, rendez-vous Pro réalisés, accueils presse et retombées médiatiques, ainsi que la performance de la destination sur les réseaux sociaux.

Les données sont collectées à l'aide d'outils performants comme Liwango, permettant un suivi continu de l'offre et des activités des plateformes de location de courte durée, et via des enquêtes de satisfaction menées auprès des clientèles de l'Office de Tourisme.

L'observatoire est diffusé chaque mois sur le site internet de Médoc Atlantique Tourisme ainsi que dans la newsletter BtoB, offrant à ses partenaires un accès régulier à des informations pertinentes pour ajuster et optimiser leur activité.



Un partenariat a été noué avec G2A Consulting, société spécialisée dans la collecte et l'analyse de données de fréquentation provenant des hébergeurs professionnels. L'objectif de cette collaboration pour Médoc Atlantique Tourisme est de renforcer la compréhension des dynamiques du territoire afin de mieux orienter ses actions.

Le déploiement de la solution chez les partenaires de l'Office de Tourisme se poursuivra au premier trimestre 2025 pour débiter l'exploitation des données au début de la saison touristique 2025.

## Répartition du nombre de lits touristiques par commune

Partenaires	Nombre de lits marchands
Lacanau	24 925
Soulac-sur-Mer	17 098
Carcans-Maubuisson	15 591
Grayan-et-l'Hôpital	12 935
Hourtin	11 048
Le Verdon-sur-Mer	3 843
Vensac	2 183
Naujac-sur-Mer	1 974
Saint-Vivien-de-Médoc	664
Talais	338
Queyrac	281
Jau-Dignac-et-Loirac	255
Valeyrc	34
<b>Total</b>	<b>91 169</b>

Source : Communauté de Communes Médoc Atlantique - plateforme taxedesejour.fr en date du 10 janvier 2025, sur un total de 3022 hébergements enregistrés.

## Nombre de nuitées déclarées par commune

Communes	Nombre de nuitées déclarées
Lacanau	884 934
Carcans-Maubuisson	410 206
Hourtin	282 994
Naujac-sur-Mer	76 689
Vensac	56 812
Grayan-et-l'Hôpital	415 941
Soulac-sur-Mer	542 280
Le Verdon-sur-Mer	89 371
Talais	7 101
Saint-Vivien-de-Médoc	6 683
Jau-Dignac-et-Loirac	3 887
Queyrac	9 044
Valeyrc	343
<b>Total</b>	<b>2 785 942</b>

Source : Communauté de Communes Médoc Atlantique - plateforme taxedesejour.fr en date du 10 janvier 2025, sur un total de 3022 hébergements enregistrés. Sont incluses les nuitées déclarées par les plateformes de locations de vacances en ligne.

## Montants déclarés en euros par commune en direct et par les opérateurs numériques

Communes	Montants déclarés
Lacanau	1 353 364,90 €
Carcans-Maubuisson	363 502,87 €
Hourtin	332 765,93 €
Naujac-sur-Mer	41 839,90 €
Vensac	71 645,77 €
Grayan-et-l'Hôpital	267 763,66 €
Soulac-sur-Mer	567 935,68 €
Le Verdon-sur-Mer	110 883,32 €
Talais	14 472,51 €
Saint-Vivien-de-Médoc	11 907,97 €
Jau-Dignac-et-Loirac	8 358,02 €
Queyrac	16 623,87 €
Valeyrc	482,86 €
<b>Total</b>	<b>3 161 547,26 €</b>

Source : Communauté de Communes Médoc Atlantique - plateforme taxedesejour.fr en date du 10 janvier 2025, sur un total de 3022 hébergements enregistrés. Sont incluses les nuitées déclarées par les plateformes de locations de vacances en ligne.



MÉDOC  
**ATLANTIQUE**  
TOURISME

OFFICE DE TOURISME MÉDOC ATLANTIQUE - PLACE DE L'EUROPE - 33680 LACANAU

Réalisation et illustrations : Pierre-Louis Duhot  
Crédits Photos : Jean-Emmanuel Jay

