



BILAN DE SAISON TOURISTIQUE 2025

UNE SAISON DYNAMIQUE, MARQUÉE PAR LA RÉGULARITÉ ET LA QUALITÉ

L'année 2025 confirme la vitalité du territoire Médoc Atlantique, avec **527 partenaires engagés** et une **satisfaction globale supérieure à 90 % sur la qualité des services, des échanges et de la réactivité** de l'Office de Tourisme.

Les **50 temps d'échanges** (matinales, afterworks, clubs pros, bilans) et plus de **200 rendez-vous sur le terrain** témoignent d'une proximité renforcée entre l'Office et les acteurs locaux.

FRÉQUENTATION : UNE HAUSSE SOUTENUE SUR LA SAISON ESTIVALE

L'été 2025 affiche une **progression moyenne de +8 % en juillet et +2 % en août, portée par un excellent mois de juin (+18 %)**. Le taux d'occupation atteint 89 % en août, avec des pointes à 95 % à Lacanau et Grayan-et-l'Hôpital, confirmant l'attractivité des hébergements de plein air et des locations entre particuliers. Les **réservations de dernière minute se sont accentuées**.

Origine des vacanciers :

- France : Île-de-France (28 %), Auvergne-Rhône-Alpes (18 %), Nouvelle-Aquitaine (15 %)
- Europe : Allemagne (48 %), Royaume-Uni (13 %), Suisse (12 %, +3 pts).

FRÉQUENTATION DES OFFICES DE TOURISME : STABILITÉ ET NOUVEAUX FORMATS

La **fréquentation totale reste stable à 107 773 visiteurs** (-0,5 %), compensée par une forte progression des **actions "hors les murs" (+28 %)** grâce à la MAT Mobile, aux triporteurs et aux pots d'accueil.

BILLETTERIE ET CONSOMMATION TOURISTIQUE : DES RÉSULTATS SOLIDES MAIS CONTRASTÉS

La **billetterie Médoc Atlantique Travel enregistre une hausse de +17 % du chiffre d'affaires** (218 953 €) et +15 % de ventes, portée par un excellent été (+26 % sur juillet-août). Le panier moyen reste stable à 28 €. Ces résultats positifs ne doivent toutefois pas masquer les **difficultés à transformer l'acte d'achat sur les ailes de saison**, ni la baisse générale de la consommation observée dans la restauration et les commerces de proximité.

Cette situation **confirme la nécessité de stimuler l'attractivité hors saison et de renforcer la diversification des offres touristiques pour prolonger la dynamique estivale**.

ESTI'TALENTS : ATTRACTIVITÉ ET ACCOMPAGNEMENT DES SAISONNIERS

Lancé en 2025, **EstiTalents renforce l'attractivité du territoire et soutient l'employabilité des saisonniers** via :

- **Recrutement** : job datings et plateforme de mise en relation employeurs/candidats.
- **Formation** : Médoc Atlantique Académie et accompagnement sur le terrain.
- **Intégration** : Pass Avantages digital et Welcome Party pour faciliter l'accueil et l'ancrage local.

Le **programme a généré plus de 8 millions de contacts médias**, renforçant visibilité et attractivité.

En 2026, il se développera autour de la santé, de nouveaux supports pratiques (livret, vidéos, podcasts) et l'extension du Pass Avantages aux métiers agricoles.

PROMOTION, ÉVÉNEMENTS ET NOTORIÉTÉ : UN RAYONNEMENT RENFORCÉ

En 2025, Médoc Atlantique a déployé une **stratégie de communication ambitieuse et cohérente**, visant à affirmer son identité de destination nature, sportive, œnotouristique et patrimoniale.

Grâce à un **budget global de 110 000 €, 45 campagnes promotionnelles** ont été conduites en France et en Europe sur les marchés cibles prioritaires en **combinant le digital, l'affichage, la presse, la radio et le street marketing** :

- France : Nouvelle-Aquitaine, Île-de-France, Rhône-Alpes, Occitanie
- Europe : Allemagne, Pays-Bas, Belgique, Suisse, Royaume-Uni.

SOUTIEN ET ACCOMPAGNEMENT ÉVÉNEMENTIEL

L'Office de Tourisme a accompagné **65 événements majeurs sur le territoire**, apportant un soutien :

- financier (200 000 € de subventions),
- promotionnel (campagnes médias, PLV, affichages, relais numériques),
- et humain (présence sur site via la MAT Mobile, les triporteurs ou les équipes attractivité).

Parallèlement, **20 événements ont été directement organisés par Médoc Atlantique Tourisme**, illustrant la diversité et la créativité du territoire :

- Festival du Court Théâtre à Carcans,
- La Bambino fait son Show à Hourtin,
- Welcome Party pour les saisonniers à Soulac-sur-Mer et Lacanau,
- Tong Masters
- et Afterbeach dans les châteaux.

Ces manifestations contribuent à animer la saison, fidéliser les clientèles et renforcer l'attractivité de la destination.

RETOMBÉES MÉDIAS : UNE VISIBILITÉ TOUJOURS RECORD

L'année 2025 confirme une visibilité et une notoriété renforcées pour la destination :

- **924 retombées médias** (presse, radio, TV, web),
- **555 millions de contacts touchés**,
- un **équivalent publicitaire estimé à 8,61 M€**, soit 181 fois le montant investi.

Ces performances témoignent d'une stratégie de relations presse efficace, valorisant à la fois les événements, les initiatives locales et les acteurs du territoire.

PERSPECTIVES 2026 : CONSOLIDATION ET EXCELLENCE

Les objectifs majeurs de l'Office de Tourisme Médoc Atlantique pour l'année à venir seront :

- Obtention du label Destination d'Excellence (mars 2026)
- Renforcement de la marque Médoc Atlantique et définition du plan marketing 2027-2030
- Développement de la mise en marché BtoB et BtoC de la destination
- Déploiement d'un CRM unifié et d'un écosystème digital intégré
- Poursuite du programme EstiTalents
- Développement de la démarche RSE et élaboration de l'Agenda 21 de l'Office de Tourisme lors du séminaire annuel
- Modernisation des bureaux du siège.

