



CommuniquÃ© de presse,  
Le 20 aoÃ¼t 2026

## Suite à la mobilisation locale et nationale, la campagne de communication de relance de la Gironde atteint 2M d'euros

À l'initiative d'une coalition d'acteurs publics et privés de Gironde, 15 partenaires du territoire se sont unis pour lancer, dès le 5 août 2026, une campagne de relance d'une ampleur sans précédent.

Autour d'un message fort et fédérateur « **Les vacances continuent ici** », ces 15 acteurs territoriaux ont déployé une offensive collective axée sur 4 destinations phares :

- Les plages du Médoc
- Le Bassin d'Arcachon
- Les places de Bordeaux
- Les vignobles de Bordeaux

**L'objectif est clair :** rassurer d'une seule voix les clientèles françaises et internationales sur les conditions d'accueil et booster massivement les réservations de fin d'été et d'arrière-saison. Un enjeu majeur pour un secteur qui représente **3,8 milliards d'euros de retombées économiques, 7 % du PIB girondin et près de 40 000 emplois**.

### Deux campagnes déployées en France et à l'international d'une valeur globale de plus de 2 millions d'euros :

Dès le 5 août 2026, **une campagne nationale a été lancée par une quinzaine d'acteurs girondins**, mobilisant la presse, l'affichage, le digital et les réseaux sociaux afin de maintenir l'attractivité de la destination et le soutien aux réservations de fin d'été et d'arrière-saison sur les grandes plateformes partenaires.

En complément, **l'abondement financier et stratégique de l'État et d'Atout France permet de déployer une campagne internationale jusqu'à l'automne**, ciblant ainsi sept marchés prioritaires : Allemagne, Espagne, Pays-Bas, Belgique, Royaume-Uni, la Suisse et les Etats-Unis. Elle combine campagnes digitales et réseaux sociaux, contenus adaptés aux différents marchés, accueil d'influenceurs, opérations avec les plateformes de réservation et actions spécifiques auprès des clientèles de l'hôtellerie de plein air.

Les Landes sont également associées aux actions visant à soutenir directement les réservations sur les grandes plateformes et au volet international.

Cette mobilisation permet ainsi de donner une dimension nationale et européenne à une initiative née du terrain et portée collectivement par les acteurs touristiques.

### Les 15 partenaires mobilisés :

Région Nouvelle-Aquitaine ; Comité Régional du Tourisme Nouvelle-Aquitaine ; Bordeaux Métropole et l'Office de Tourisme et des Congrès de Bordeaux Métropole ;

Syndicat intercommunal du Bassin d'Arcachon (SIBA) – Destination Bassin d'Arcachon ; Office de Tourisme Médoc Atlantique ; Office de Tourisme Médoc Plein Sud ; Office de Tourisme de Vendays-Montalivet ; Margaux Médoc Tourisme ; Gironde Tourisme ; Contrat de Destination Côte Atlantique.

Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux (CIVB) ; Aéroport de Bordeaux ; Club Hôtelier Bordeaux Métropole ; CCI Bordeaux Gironde.

### La liste des médias partenaires :

366 / Diverto ; Amaury / L'Équipe ; L'Express ; Libération ; Society ; Le Point ; Le Monde ; Télérama ; Sud-Ouest ; Média Positif ; Prisma Media ; Le Figaro ; JC Decaux ; MediaTransports.

Visuels de la campagne de communication

### Contacts presse :

#### RevolutionR

Camille Videau - [cvideau@revolutionr.com](mailto:cvideau@revolutionr.com) - 06 08 04 01 34  
Gilles Broise - [gbroise@revolutionr.com](mailto:gbroise@revolutionr.com) - 06 09 46 43 88

#### Office de Tourisme - Médoc Atlantique

Nicolas Jabaudon - [nicolas@medoc-atlantique-tourisme.com](mailto:nicolas@medoc-atlantique-tourisme.com) - 06 73 17 31 59