

# OBSERVATOIRE TOURISTIQUE DESTINATION SAINT-ÉMILION

2026  
mars

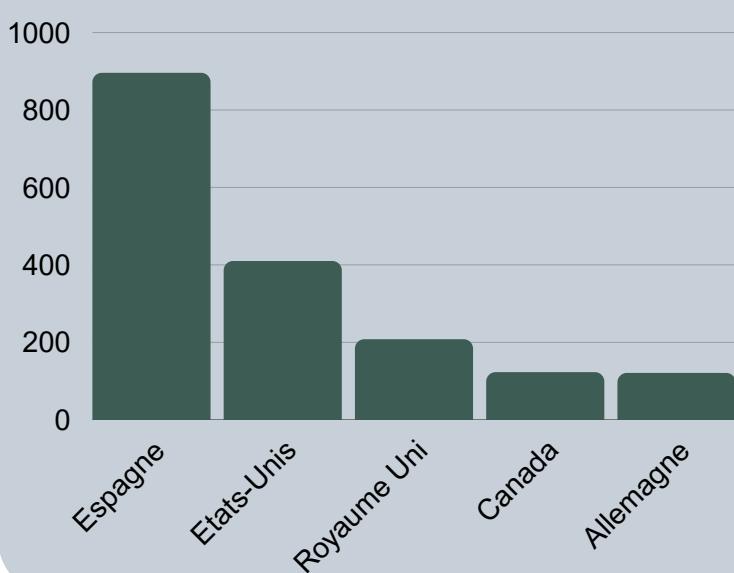
## Nos visiteurs

### TOP 6 DES NATIONALITÉS ACCUEILLIES



63%  
DE NOS VISITEURS SONT  
FRANÇAIS !

Parmi les 37% d'étrangers, le top 5 des nationalités est :



## DÉCOUVERTE DU SAINT-ÉMILIONNAIS PAR LES VISITEURS



7 048  
personnes

VISITES  
PATRIMOINE

5 553 personnes en 2025  
soit +27%

## L'OFFICE DE TOURISME SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



21 527

Followers



21 071

## LES CHÂTEAUX DU JOUR

79

propriétés viticoles se sont initialement  
inscrites,

permettant de proposer

128 châteaux

de permanence aux visiteurs

## Les temps forts

### Labellisation Tourisme et Handicap

Conduite d'un travail préparatoire rigoureux avec deux réunions de groupe de projets et un entretien avec l'auditeur pour l'obtention du label.

### Préparation de la saison et recrutement

Finalisation du processus de recrutement des saisonniers et organisation de leur journée d'accueil.

### Dynamisation du réseau des partenaires

Organisation des deux premières Matinales de l'année, avec une édition chez un adhérent le 5 mars et une rencontre à l'Office de Tourisme le 26 mars dédiée aux échanges avec les équipes et à la récupération des nouveaux guides pratiques par les adhérents.

### Innovation de l'offre de visites

Création et test d'une nouvelle visite thématique pour le "Festival fantastique des fées et des lutins" et repérage de nouveaux circuits pédestres pour les groupes vers les châteaux partenaires, dans le cadre de notre visite "balade et dégustation".

### Synergie inter-territoriale et promotion de l'offre "Saint-Émilion x Cognac"

Réalisation d'une journée éducatrice à Cognac pour l'équipe commerciale. Rencontre avec les équipes d'Explore Cognac et les partenaires intégrés au programme combiné "Saint-Émilion x Cognac", une offre phare commercialisée auprès des groupes depuis avril pour renforcer l'attractivité de la destination.

## Vie du réseau



6

Accompagnement au label Vignobles et découverte



7

visites partenaires réalisées par l'équipe de l'office de tourisme



2

réunions, formations, services aux adhérents



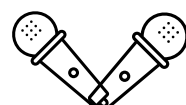
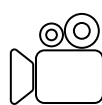
retour sur...

## Bilan de la campagne de communication hivernale

La campagne « **Quand le lieu devient lien** », menée d'octobre 2025 à mars 2026, a permis de **renforcer la visibilité du territoire en basse saison**, avec un fort impact sur les réseaux sociaux, en particulier Instagram.



NOUS VOUS INVITONS À  
CONSULTER LE BILAN COMPLET POUR  
DÉCOUVRIR L'ENSEMBLE DES  
RÉSULTATS, NOTAMMENT CEUX LIÉS  
À NOTRE CAMPAGNE DE SPONSORING.



Les cahiers du tourisme et du  
fleurissement

Dynamic Senior

Elle Norvège

Le Résistant



## PAROLE DE VISITEURS

*Le personnel est nombreux et très aimable. J'ai eu une belle surprise lorsque j'ai reçu la description des sites que nous allions visiter en roumain, alors que la visite se déroulait en anglais.*

Avis 5\* de Valentin U. - Mars 2026 - Google