

Jean-David Hestin

Directeur

NH Famille Sport Nature

Publié le 12 mai 2026

Prise de fonction : 1 janvier 2026



Au sein de NH Famille Sport Nature, office d'animations au service de la commune de Neufchâtel-Hardelot et de son élégante station balnéaire de la Côte d'Opale, Jean-David Hestin déploie une stratégie pensée pour faire vivre la destination toute l'année.

Son job : directeur de Hardelot Animations, dénomination commerciale de NH Famille Sport Nature, un ÉPIC créé à la suite de la loi NOTRe pour porter les événements et animations qui relèvent de la commune de Neufchâtel-Hardelot, en complément de l'office de tourisme intercommunal. Son périmètre d'action est celui de Hardelot-Plage, station balnéaire, située sur la Côte d'Opale entre Boulogne-sur-Mer et Le Touquet, à environ deux heures et demie de Paris et de Londres, reconnue pour sa plage, sa forêt, ses dunes, ses golfs et son caractère très familial.

Avec une équipe de trois personnes, appuyée sur l'ensemble des services communaux et des partenaires locaux, il construit une offre événementielle qui nourrit l'attractivité de la station et renforce sa marque. Celle-ci mise ainsi sur une identité claire, résumée par son triptyque sport, famille et nature, avec des événements conçus pour les habitants, les résidents secondaires et les visiteurs venus de la région, de Belgique, de Paris ou du bassin lillois.

Sa formation : Master Communication, communication hors média et création – Sup de Pub, Paris. BTS Commerce international – Lycée Fragonard, L'Isle-Adam (95).

Son profil : Directeur de station, communication, événementiel, structuration de l'offre, promotion de destination, gestion et stratégie de marque.

Son parcours : après son master, Jean-David Hestin rejoint le groupe Publicis, en intégrant en 2005 Publicis Dialog, puis cinq ans plus tard, Le Public Système. Durant 10 ans, il gère des comptes prestigieux comme Coca-Cola, Christian Dior, L'Oréal, Pernod Ricard ou le Conseil Interprofessionnel des Vins de Bordeaux. En 2011, toujours directeur de clientèle au Public Système, il remporte l'appel d'offres pour le centenaire du Touquet-Paris-Plage. Son repositionnement marketing de la station incite le Touquet & Co – EPIC portant l'office de tourisme, les sports, événements et culture – à le recruter en 2013, en tant que responsable promotion et communication. Puis, de lui confier deux ans plus tard, la direction de l'office de tourisme. Dès juillet 2017, il cumule son poste avec celui de responsable promotion/communication d'Opale&Co, l'agence d'attractivité qui regroupe les 10 offices de tourisme du Montreuillois/Côte d'Opale, dont Le Touquet et dont il devient directeur en 2021. Il préside également le Cluster Littoral Atout France à partir de 2018.

Cherchant à diversifier son expertise vers le tourisme urbain et avoir une vision élargie du marketing territorial, il quitte Le Touquet pour Orléans Val de Loire Tourisme en 2023. Directeur adjoint du pôle loisirs, Il y accroît la fréquentation à deux chiffres et reste en poste jusqu'à la fin de l'année 2025.

Le contexte de sa promotion : l'arrivée à la tête de Hardelot Animations de Jean-David Hestin répond à un besoin de structuration de l'offre événementielle et d'animation de la station balnéaire, avec une vraie logique de destination. Il arrive avec une expérience solide du terrain, une connaissance parfaite de la Côte d'Opale et un profil capable de combiner communication, stratégie, réseau local et pilotage opérationnel.

Pourquoi c'est lui : son profil a séduit par plusieurs atouts : une expérience concrète de direction de destination, une expertise événementielle, une culture de la communication, un ancrage local fort et une bonne lecture des enjeux de mise en tourisme. Le fait qu'il connaisse déjà le territoire et ses réseaux est un vrai plus, tout comme sa capacité à penser à la fois la marque, l'offre et la gestion. De son côté, il avait envie, en se rapprochant de ses terres, de revenir à l'univers balnéaire et de retrouver, à travers cette mission, ses premières affinités avec l'événementiel. Il a été convaincu par la nature même de la mission qui, au-delà de la simple promotion d'une destination, englobe la structuration d'une offre événementielle quatre saisons, capable de faire vivre la station toute l'année, auprès des familles, du jeune public et des résidents secondaires.

Sa feuille de route : Jean-David Hestin ne se contente pas d'animer Hardelot-Plage, il s'emploie à structurer une véritable politique de destination, avec une logique de quatre saisons. « Le premier levier de cette stratégie consiste à s'appuyer sur l'identité même de cette station balnéaire conviviale, ouverte sur son territoire, où les habitants à l'année, les résidences secondaires et les visiteurs de passage cohabitent dans un même environnement préservé » souligne-t-il. Cette singularité nourrit une programmation pensée pour le jeune public et les familles, avec en ligne de mire des événements phares comme Festi'Momes (25e édition en 2026), rendez-vous très identifié des vacances de la Toussaint et désormais bien installé dans les Hauts-de-France.

Dans cette logique, la station développe une offre culturelle qui rythme l'année. En été, les Estivales musicales proposent un concert par semaine entre le 14 juillet et la fin août, tandis que les animations quotidiennes vont du vide-grenier au grand dîner le long de la digue, en passant par les marchés gourmands et le feu d'artifice. Le volet sportif occupe aussi une place centrale, avec des événements comme l'Urban Trail, des courses, des rendez-vous sur le golf ou encore des pratiques liées à la voile, au char à voile et aux activités de plein air qui font partie de l'ADN de la station.

« Il est nécessaire de penser Hardelot dans une logique de destination élargie, en complémentarité avec Boulogne-sur-Mer et l'ensemble de la Côte d'Opale » insiste le directeur de Hardelot Animations. Tous les publics ne dorment pas forcément sur place, et c'est précisément ce qui justifie une stratégie de rayonnement à l'échelle du bassin de vie, avec un cœur de cible situé dans un rayon de deux heures de route : Paris, Lille, la Belgique et le nord de la Normandie. La station attire ainsi des familles, des groupes, des habitants du littoral et des résidents secondaires, notamment belges, séduits par un front de mer élégant, deux golfs, un parc équestre et une base nautique moderne.

Autre axe important, la promotion de la marque Hardelot, dont l'EPIC est propriétaire. Jean-David Hestin veut développer un véritable univers de marque autour de produits d'art de vivre, d'art de la table et de productions locales, avec notamment le lancement de « La Belle d'Hardelot » une bière artisanale locale qui connaît déjà un beau succès. « Cette démarche illustre une volonté de faire exister Hardelot au-delà de ses événements, en travaillant aussi sur les objets, les circuits de distribution et l'image du territoire » reprend-il.

Enfin, un dernier challenge transversal est à relever, celui de la mise en réseau des acteurs de l'animation et de l'événementiel touristique. « Ce champ, pourtant stratégique dans l'économie touristique, reste encore peu fédéré et

insuffisamment outillé pour échanger sur les bonnes pratiques, les montages juridiques ou les modèles de coopération. Pour moi, l'événementiel n'est pas un supplément d'âme, mais bien un levier central de l'offre touristique, qui mérite d'être mieux structuré, mieux pensé et davantage relié aux autres acteurs nationaux » conclut-il.

Son N+1 : Paulette Juilien-Peuvion, présidente de l'EPIC NH Famille Sport Nature, maire de Neufchâtel-Hardelot.

Sa bio express : 45 ans, une fille de 10 ans.

Ce que l'on dit de lui : curieux et empathique, Jean-David Hestin se distingue par sa créativité et sa grande capacité d'adaptation. Il est passé sans difficulté de la communication à la stratégie territoriale, de l'animation de destinations très différentes, avec toujours la même attention à l'identité des lieux et aux publics qu'ils accueillent.

Ce qu'on ne sait pas de lui : s'il consacre une grande partie de son temps libre à sa famille, Jean-David Hestin est aussi photographe et cultive une passion pour la musique et Star Wars. C'est également un amateur de golf et de randonnée.