

	EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL DE BORDEAUX METROPOLE	<i>Délibération</i>
	Séance publique du 25 mars 2022	N° 2022-193

Convocation du 18 mars 2022

Aujourd'hui vendredi 25 mars 2022 à 09h30 le Conseil de Bordeaux Métropole s'est réuni, dans la Salle du Conseil sous la présidence de Monsieur Alain ANZIANI, Président de Bordeaux Métropole.

ETAIENT PRESENTS :

M. Alain ANZIANI, M. Pierre HURMIC, Mme Christine BOST, M. Clément ROSSIGNOL-PUECH, M. Stéphane DELPEYRAT, M. Patrick LABESSE, Mme Véronique FERREIRA, M. Alain GARNIER, Mme Marie-Claude NOEL, M. Jean TOUZEAU, M. Jean-François EGRON, Mme Sylvie CASSOU-SCHOTTE, Mme Brigitte TERRAZA, Mme Claudine BICHET, M. Jean-Jacques PUYOBRAU, Mme Claude MELLIER, Mme Brigitte BLOCH, Mme Béatrice DE FRANÇOIS, Mme Céline PAPIN, Mme Andréa KISS, M. Patrick PAPADATO, Mme Delphine JAMET, M. Stéphane PFEIFFER, M. Alexandre RUBIO, M. Baptiste MAURIN, M. Nordine GUENDEZ, Mme Josiane ZAMBON, Mme Isabelle RAMI, M. Dominique ALCALA, Mme Géraldine AMOUROUX, Mme Stephanie ANFRAY, M. Christian BAGATE, Mme Amandine BETES, M. Patrick BOBET, Mme Christine BONNEFOY, Mme Simone BONORON, Mme Fatiha BOZDAG, Mme Myriam BRET, M. Alain CAZABONNE, M. Thomas CAZENAVE, M. Gérard CHAUSSET, Mme Camille CHOPLIN, M. Max COLES, Mme Typhaine CORNACCHIARI, M. Didier CUGY, Mme Laure CURVALE, Mme Eve DEMANGE, M. Christophe DUPRAT, M. Olivier ESCOTS, Mme Anne FAHMY, M. Bruno FARENIAUX, M. Jean-Claude FEUGAS, Mme Françoise FREMY, M. Guillaume GARRIGUES, Mme Anne-Eugénie GASPARD, Mme Daphné GAUSSENS, M. Frédéric GIRO, M. Stéphane GOMOT, M. Laurent GUILLEMIN, Mme Fabienne HELBIG, Mme Sylvie JUQUIN, Mme Sylvie JUSTOME, M. Michel LABARDIN, Mme Nathalie LACUEY, M. Gwénaél LAMARQUE, Mme Fannie LE BOULANGER, Mme Harmonie LECERF, Mme Anne LEPINE, Mme Zeineb LOUNICI, M. Jacques MANGON, M. Guillaume MARI, M. Thierry MILLET, Mme Eva MILLIER, M. Fabrice MORETTI, M. Marc MORISSET, M. Jérôme PESCHINA, M. Michel POIGNONEC, M. Patrick PUJOL, M. Benoît RAUTUREAU, M. Franck RAYNAL, Mme Marie RECALDE, M. Bastien RIVIERES, Mme Karine ROUX-LABAT, Mme Nadia SAADI, Mme Béatrice SABOURET, M. Sébastien SAINT-PASTEUR, M. Emmanuel SALLABERRY, M. Kévin SUBRENAT, M. Serge TOURNERIE, M. Thierry TRIJOULET, M. Jean-Marie TROUCHE.

EXCUSE(S) AYANT DONNE PROCURATION:

M. Bernard-Louis BLANC à M. Didier CUGY
Mme Pascale BOUSQUET-PITT à Mme Françoise FREMY
Mme Pascale BRU à Mme Amandine BETES
M. Olivier CAZAUX à Mme Camille CHOPLIN
Mme Nathalie DELATTRE à M. Christophe DUPRAT
M. Nicolas FLORIAN à Mme Béatrice SABOURET
M. Maxime GHESQUIERE à Mme Marie-Claude NOEL
M. Radouane-Cyrille JABER à Mme Harmonie LECERF
M. Stéphane MARI à Mme Anne FAHMY
M. Pierre De Gaétan N'JIKAM MOULIOM à Mme Géraldine AMOUROUX
M. Fabien ROBERT à Mme Christine BONNEFOY
Mme Agnès VERSEPUY à M. Fabrice MORETTI

EXCUSE(S) :

Monsieur Philippe POUTOU.

PROCURATION(S) EN COURS DE SEANCE :

M. Pierre HURMIC à M. Stéphane PFEIFFER de 13h15 à 15h40 et à partir de 18h16

M. DELPEYRAT à Mme Typhaine CORNACCHIARI à partir de 16h37
Mme Véronique FERREIRA à M. Bruno FARENIAUX à partir de 17h
Mme Céline PAPIN à Brigitte BLOCH de 13h15 à 15h40
M. Patrick PAPADATO à Mme Fannie LE BOULANGER jusqu'à 11h et de 14h30 à 16h50
M. Alexandre RUBIO à Mme Josiane ZAMBON à partir de 18h
M. Baptiste MAURIN à M. Serge TOURNERIE à partir de 18h05
M. Dominique ALCALA à M. Max COLES à M. Jacques MANGON à partir de 15h30
M. Patrick BOBET à M. Gwénaél LAMARQUE à partir de 14h30
Mme Fatiha BOZDAG à Mme Daphné GAUSSENS à partir de 15h55
M. Alain CAZABONNE à M. Emmanuel SALLABERRY à partir de 12h10
M. Max COLES à M. Jean-Marie TROUCHE à partir de 17h
M. Jean-Claude FEUGAS à M. Olivier ESCOTS à partir de 18h
M. Guillaume GARRIGUES à M. Gwénaél LAMARQUE jusqu'à 10h45
Mme Anne-Eugénie GASPARD à M. Thierry TRIJOULET à partir de 13h19
M. Laurent GUILLEMIN à Mme Claudine BICHET à partir de 18h20
M. Cyrille JABER à Mme Harmonie LECERF jusqu'à 13h15 et à Mme Eve DEMANGE à partir de 13h15
Mme Sylvie JUSTOME à Mme Sylvie JUQUIN à partir de 18h09
Mme Harmonie LECERF à Mme Delphine JAMET de 13h15 à 15h30
Mme Zeineb LOUNICI à Mme Karine ROUX-LABAT à partir de 16h10
M. Guillaume MARI à Mme Anne LEPINE à partir de 18h15
Mme Eva MILLIER à M. Thierry MILLET à partir de 15h30
M. Benoît RAUTUREAU à Mme Simone BONORON à partir de 14h30
M. Frank RAYNAL à M. Michel LABARDIN à partir de 13h30
Mme Marie RECALDE à M. Alain ANZIANI à partir de 13h16
Mme Nadia SAADI à M. Guillaume MARI à partir de 13h15 à 13h38
M. Kévin SUBRENAT à M. Christian BAGATE à partir de 17h

EXCUSE(S) EN COURS DE SEANCE :

Mme Géraldine AMOUROUX à partir de 17h45
Mme Simone BONORON à partir de 18h11
M. Thomas CAZENAVE de 13h22 à 13h38
M. Christophe DUPRAT à partir de 17h45
Mme Anne FAHMY de 13h22 à 13h38
Mme Fabienne HELBIG de 13h22 à 13h38

LA SEANCE EST OUVERTE

 BORDEAUX MÉTROPOLE	Conseil du 25 mars 2022	Délibération
	Direction du Tourisme	N° 2022-193

**Stratégie métropolitaine pour faire de Bordeaux Métropole une destination reconnue
de tourisme responsable - Approbation - Décision - Autorisation**

Madame Brigitte BLOCH présente le rapport suivant,

Mesdames, Messieurs,

Jusqu'à l'instauration du premier confinement en mars 2020 du fait de la pandémie liée au Covid-19, **l'économie du tourisme connaît en France une croissance régulière depuis plusieurs décennies**. Tous les voyants sont alors au vert et le marketing territorial orienté vers une offre de tourisme urbain fait autorité. Fin 2019, Atout France estime à 170 milliards d'euros les dépenses de consommation liées au tourisme sur le sol français. Le tourisme emploie plus de 2 millions de salariés directs et indirects. Les secteurs directement liés à l'arrivée de touristes, comme l'hôtellerie et la restauration, représentent environ 6% du PIB¹. Jusqu'en 2019, la métropole bordelaise enregistrait une croissance du secteur touristique sans précédent, avec 6,35 millions de nuitées marchandes² cette année-là. L'activité touristique bordelaise a bénéficié du renouveau et de l'ouverture de la ville. Cette dernière est devenue un pôle d'intérêt et un lieu de court séjour.

En effet, la métropole de Bordeaux a trouvé sa place dans l'offre touristique nationale, européenne et internationale. Ville connue mondialement à travers son vin, porte d'entrée du grand Sud-Ouest, proche de l'océan et du vignoble, Bordeaux est devenue une destination à part entière, ouverte et accueillante. Du patrimoine, qui a permis la reconnaissance et le classement au patrimoine mondial de l'humanité par l'UNESCO, aux activités culturelles en passant par un développement de l'offre, notamment en matière d'hébergements, tout est là pour accueillir des visiteurs soucieux de vivre une expérience riche. L'évolution de la ville et de la métropole (agrandissement des espaces réservés aux piétons, développement des pistes cyclables, valorisation des espaces naturels, développement de l'itinérance douce) sont autant d'atouts pour inscrire le territoire dans le tourisme de demain, aussi bien pour les touristes de proximité que pour les visiteurs nationaux et étrangers. Notre métropole, demain comme aujourd'hui, reste ainsi un territoire ouvert, humain et accueillant, qui parie aussi sur la rencontre avec les habitants et sur le bonheur de découvrir un territoire élargi, qui allie les atouts de la ville et les plaisirs de profiter d'espaces naturels accessibles.

Dans le domaine du tourisme d'affaires également, le dynamisme métropolitain a permis ces dernières années un développement fort des congrès et rencontres professionnelles qui font aussi vivre l'économie touristique toute l'année. Avec un nouveau hall, le Palais 2 l'Atlantique au Parc des expositions, et des travaux envisagés pour rénover le hall 1 et revoir son ouverture sur le quartier, Bordeaux Métropole peut encore développer cette activité en lien avec ses filières d'excellence. Là aussi, nous sommes prêts et volontaires pour améliorer encore nos conditions d'accueil et développer ces événements, notamment en s'appuyant

1 *Tourisme : une crise sans précédent*, 16 juillet 2021, vie-publique.fr.

2 On distingue les nuitées marchandes, qui donnent lieu à la rémunération de l'hébergement, des nuitées non marchandes réalisées gratuitement chez des amis, des parents, des résidences secondaires, etc.

sur nos ambassadeurs, chercheurs, médecins, chefs d'entreprises, responsables d'associations qui se mobilisent dans leurs secteurs d'excellence pour attirer à Bordeaux leurs échanges entre pairs.

Déjà avant la pandémie, des premiers changements dans les intentions de consommation émergent. Dans une enquête Veille Info Tourisme de décembre 2019, 61% des Français déclarent prendre en compte l'impact environnemental dans leur façon de voyager, pour une moyenne européenne à 53%. Si ces déclarations se traduisent encore peu dans les actes en tourisme de loisirs, ils sont déjà en pleine croissance dans le tourisme d'affaires. Les exigences des entreprises et des associations en matière d'éco-responsabilité augmentent lors de l'organisation de leurs événements. Les acteurs du tourisme ont alors commencé à se questionner sur leurs offres et ont entamé des premières transitions. **La crise sanitaire qui a ensuite bousculé l'industrie a transformé ces déclarations d'intention en mouvement de fond et a imposé une réflexion nouvelle sur le devenir de l'activité touristique et événementielle.**

La crise sanitaire mondiale a eu un impact considérable. Les pays ont tour à tour fermé leurs portes ; les voyages ont cessé ; les motivations de déplacement, tenues pour acquises ont disparu. Toute l'industrie en a été durement touchée. Selon le secrétaire d'État chargé du tourisme, Jean-Baptiste Lemoyne, plus de 60 milliards d'euros de recettes manquent à l'appel en 2020 pour le tourisme français, cela représente un tiers du chiffre d'affaires réalisé en 2019. Dans la métropole, le nombre de nuitées marchandes s'est établi à 3,74 millions, soit une baisse de 41 % par rapport à l'année précédente.

En réponse à la crise, Bordeaux Métropole et l'Office de tourisme et des congrès (OTCBM) ont apporté une réponse collective de soutien à l'activité et ont entamé une réflexion globale afin de repenser les fondements du tourisme urbain et de l'événementiel sur le long terme.

Bordeaux Métropole a ainsi apporté un soutien exceptionnel à l'OTCBM de près de deux millions d'euros depuis le début de la crise (compensation de la suspension des cotisations des adhérents, campagnes de communication de relance, opérations à destination des habitants et des personnes en situation de précarité), ainsi qu'un soutien financier à Bordeaux Fête le Vin. Un délai de reversement de la taxe de séjour a été accordé aux hébergeurs et Congrès et Expositions de Bordeaux (CEB) a bénéficié d'aides à l'immobilier d'entreprise. Le Fonds de soutien métropolitain a été fortement mobilisé pour le secteur HCR (hôtellerie, café et restauration) et une réduction significative des redevances de stationnement et d'accostage a été accordée sur les pontons métropolitains, au bénéfice des balades et paquebots fluviaux.

L'OTCBM a également œuvré au soutien des professionnels et à la relance de l'activité touristique. **Pour la clientèle loisirs**, cela s'est traduit par des actions visant à susciter des envies de week-ends et courts séjours de visiteurs nationaux, à séduire et fidéliser au travers d'une communication responsable, à entretenir le lien avec les tour-opérateurs et agents de voyages en France et à l'étranger (BtoB) et à produire des événements grand-public pour promouvoir les singularités de Bordeaux Métropole.

La relance de l'activité est passée également par un **nouvel élan donné au tourisme de proximité**, au travers de la valorisation des atouts des communes de la métropole et la nouvelle version du site Un Air de Bordeaux, vitrine de l'offre culturelle et nature sur la métropole.

Enfin, **pour la clientèle affaires**, les enjeux ont été d'accompagner la relance des événements professionnels, d'accroître la légitimité de Bordeaux sur des secteurs de pointe pour prospecter de nouveaux congrès et d'assurer la visibilité de la destination grâce à des liens constants avec les organisateurs d'événements professionnels nationaux et internationaux.

La situation sanitaire a accéléré l'évolution des pratiques touristiques responsables.

Les voyageurs se sont recentrés sur des activités de découverte près de chez eux, revalorisant le territoire national. Les activités immersives, le plaisir du temps long, la convivialité retrouvée et la quête d'insolite sont aujourd'hui les grandes tendances observées. La volonté partagée par les voyageurs et les résidents d'un tourisme et d'un événementiel plus responsables et participatifs s'impose progressivement. Dans une récente étude Kantar, 86% des personnes interrogées jugent qu'il est important de respecter les dimensions d'impact sociétal et environnemental dans le cadre de leurs activités touristiques³. Ces nouvelles pratiques, déjà ancrées depuis plusieurs années chez les organisateurs d'événements, se sont également renforcées dans le tourisme d'affaires, avec une attention spécifique portée aux engagements concrets des destinations qui les accueillent.

Ces évolutions appellent à repositionner notre façon d'accueillir les visiteurs sur notre territoire, dans le respect de l'environnement et à l'écoute des habitants. Le tourisme est ancré dans nos vies, l'expérience de la mobilité contribue à changer notre rapport au monde. Il porte donc un fort potentiel de transformation. Ces derniers mois n'ont fait que confirmer notre capacité à nous relever et nous adapter dans un monde en mouvement.

Quel tourisme voulons-nous pour demain ? Comment voulons-nous accueillir nos visiteurs de loisirs, d'affaires et de proximité et que voulons-nous partager avec eux ?

Pour penser cette vision à long terme, une série de consultations et d'ateliers a été menée au cours de l'année 2021. Bordeaux est une destination touristique reconnue et les participants aux ateliers s'accordent sur une identité forte marquée par la douceur de vivre (I). La nouvelle gouvernance participative mise en place vient répondre à une évolution des attentes des voyageurs (II). De cette démarche de coconstruction ouverte et élargie résulte un plan d'actions en quatre axes afin de repenser notre activité touristique et événementielle pour les générations futures (III).

Comme pour la feuille de route sur le développement économique adoptée en 2021 par Bordeaux Métropole, notre objectif est triple :

- **faire évoluer l'offre, accompagner sa transition, afin qu'elle s'adapte aux nouvelles exigences des clients et aux engagements environnementaux de Bordeaux Métropole**, pour revenir à nos performances touristiques d'avant COVID en renouvelant et fidélisant la clientèle grâce à cette montée en gamme de l'offre et à sa transformation,
- **développer le tourisme de proximité** (clients à 2 heures de la métropole) en recherchant à la fois un équilibre territorial, un allongement de la saison, un dialogue entre habitants et visiteurs et en proposant aux habitants de la métropole des découvertes et des séjours sur leur territoire ou dans ceux à proximité, comme abordé dans le cadre de la coopération territoriale mise en place par Bordeaux Métropole,
- **développer le tourisme d'affaires en lien avec les filières d'excellence du territoire** pour utiliser toujours mieux nos équipements dédiés – dernièrement construits ou sur lesquels des investissements sont prévus – et accroître les retombées économiques pour le territoire autour des filières et des savoir-faire du territoire.

Ces objectifs ne modifient pas les filières majeures qui sont déjà travaillées à l'échelle de la métropole et qui constituent ses points forts touristiques : l'oénotourisme, le tourisme urbain et patrimonial, le tourisme fluvial, le tourisme d'affaires et les rencontres professionnelles, le tourisme de proximité, avec un éclairage particulier sur les espaces naturels et les mobilités douces à pied, à vélo ou en transports en commun.

Même si le lien est fait, dans ce texte, avec certains investissements en cours ou en projets dans la métropole, ce travail n'encadre pas la stratégie d'investissement métropolitaine en

lien avec le tourisme, qui pourrait évoluer à l'avenir. Son objectif principal est bien, à la fois, d'accompagner l'adaptation de l'offre pour qu'elle soit en phase avec l'évolution des attentes des visiteurs et avec les exigences environnementales que Bordeaux Métropole s'est fixées, mais aussi d'œuvrer pour que le tourisme continue à contribuer positivement à l'économie du territoire et au bien vivre des habitants.

I. Une destination touristique reconnue

A. Une destination à l'identité forte, appréciée des clientèles nationales et internationales

1. Le tourisme à Bordeaux Métropole : un état des lieux à partager⁴

En 2019, 16,4 millions de nuitées ont été réalisées dans l'unité urbaine de Bordeaux⁵, en grande majorité par des touristes français (80% pour 20% d'étrangers). La durée moyenne d'un séjour est de 4 jours.

La crise sanitaire mondiale a eu un fort impact. En 2020, le nombre de nuitées dans l'hébergement marchand s'est établi à 3,74 millions dans la métropole, soit une baisse de 41 % par rapport à l'année précédente (6,35 millions de nuitées marchandes en 2019), avec une baisse de 38 % de la clientèle loisirs et de 62 % de la clientèle affaires dans l'hôtellerie. Les visites de ville proposées par l'Office du tourisme et des congrès ont également baissé de 56 % en matière de chiffre d'affaires, de 89 % pour les visites du vignoble et de 71 % pour les balades fluviales. 1,49 million de visiteurs ont été accueillis dans les musées et lieux d'exposition et près de 780 000 dans les bureaux d'accueil de l'Office de tourisme et des congrès en 2019, contre respectivement 638 000 et 172 000 en 2020. Le nombre d'œnotouristes était quant à lui estimé à 2 millions de personnes en 2018 dans le vignoble bordelais.

Le développement raisonné de l'usage du fleuve, qui traverse la métropole bordelaise, démontre également un succès de fréquentation : il y eut 123 000 passagers pour des balades fluviales à la journée en 2019 et 24 200 en 2020. 185 croisières fluviales sont parties de Bordeaux en 2019, contre 7 en 2020. Enfin, la destination a accueilli 42 097 passagers pour des croisières maritimes en 2019 (53 escales dont 43 à Bordeaux centre) et 790 passagers en 2020.

Pour le tourisme d'affaires et les rencontres professionnelles, le nombre de journées congrès a baissé de 75 % soit une perte des retombées économiques estimée à 123 millions d'euros⁶.

L'année précédente, Bordeaux était à la 6ème place des villes françaises pour l'organisation de congrès⁷, derrière Paris, Lyon-Saint Étienne, Nice, Toulouse et Marseille-Aix. 180 congrès ont été accueillis en 2019, dont 54 internationaux, avec des retombées économiques estimées à 88 millions d'euros.

La taxe de séjour a généré 3,56 millions d'euros en 2020, contre 6,36 millions d'euros en 2019, soit une baisse de 49 %.

En 2021, sur les 11 premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires de l'OTCBM connaît une baisse de 59 % par rapport à 2019 (- 46 % de vente de City Pass, - 84 % pour le vignoble, - 38 % pour les visites de ville, - 49 % pour les balades fluviales, - 66 % pour les groupes).

Les professionnels du tourisme ont fait preuve d'une grande résilience et adaptabilité. Ils ont

4 Sources : Étude sur la fréquentation touristique en Région Nouvelle-Aquitaine (2019-2020), baromètre de l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole et étude Gironde Tourisme/CRTNA/CIVB.

5 L'unité urbaine de Bordeaux comprend 73 communes.

6 Le calcul en journées congrès permet d'appréhender le nombre de participants à un congrès multiplié par le nombre de jours passés sur place. D'après l'*Étude sur les retombées économiques de l'activité des congrès en France et en Île-de-France (2011)*, il est établi qu'un congressiste dépense en moyenne 290€ par jour.

7 Classement International Congress and Convention Association (ICCA), 2019.

ainsi fait évoluer en temps réel leur activité pour répondre aux évolutions de la crise sanitaire, avec notamment de la vente à emporter dans la restauration, les petits-déjeuners en chambre dans les hôtels ou les repas assis dans l'événementiel.

L'activité touristique est capable de repartir également très vite, dès que la situation sanitaire le permet. Entre les mois de juin et novembre 2021, le taux d'occupation moyen des hôtels est progressivement passé de 48% à près de 70%. Si ces résultats restent inférieurs à ceux de 2019, ils montrent une belle progression par rapport à 2020.

2. Une destination attractive et un accueil de qualité selon les visiteurs⁸

L'indice de satisfaction général des visiteurs à l'occasion de leurs séjours dans la métropole bordelaise est supérieur à la moyenne de celui des destinations européennes (moyenne à Bordeaux de 210 points, +7 points par rapport à la moyenne européenne située à 203 points).

Selon les visiteurs, la mobilité douce est facilitée par des transports publics jugés compétitifs aussi bien sur l'accessibilité que sur le prix.

L'accueil humain est salué de façon transversale par les visiteurs. Les scores dépassent les normes concurrentielles⁹, notamment dans les transports, les hébergements et les musées. L'accueil par la population locale est jugé également favorablement (197 pour une norme à 182) et le sentiment de sécurité est excellent (208 pour une norme européenne à 185).

Les offres culturelles, sur plusieurs aspects du séjour, sont valorisées :

- l'offre en matière d'activités culturelles et de loisirs,
- les visites guidées ou excursions particulièrement bien évaluées,
- l'expérience du patrimoine historique.

Cependant, **la qualité générale des hébergements et de la cuisine locale**, notamment au regard du prix des prestations, mériterait encore de progresser (respectivement - 33 points et - 9 points par rapport à la moyenne européenne). Il en est de même concernant **la vie nocturne et l'offre autour du shopping**. Des efforts sont également à faire autour **des transports** (aériens, véhicules privés ou encore taxis).

3. La perception positive du tourisme par les habitants¹⁰

La métropole bordelaise est perçue comme attractive par 98% de ses résidents : une architecture intéressante qui lui confère de l'élégance, une offre de commerces et de restauration particulièrement qualitative, une situation géographique favorable.

Les habitants de la métropole soutiennent majoritairement le tourisme avec une part de réfractaires qui se maintient autour des 5% entre les deux études de 2018 et 2021. Ce résultat, stable, place la métropole de Bordeaux assez loin du seuil d'alerte de 10%.

Un tourisme perçu comme moteur

64% des résidents estiment que le tourisme génère plus de conséquences positives que négatives. À l'inverse, 11% considèrent que le tourisme apporte plus de conséquences

8 Enquête de satisfaction des clientèles touristiques à Bordeaux (décembre 2019, TCI Research, enquête menée sur 1 550 visiteurs).

9 La norme Eurocities rassemble la moyenne des réponses pour les villes d'Amsterdam, Moscou, Nice, Toulouse, Lyon, Bordeaux, Barcelone, Berlin, Bruxelles, Bruges, Budapest, Cork, Dublin, Dubrovnik, Edinburgh, Florence, Genève, Zurich, Gênes, Istanbul, Lisbonne, Ljubljana, Londres, Madrid, Milan, Munich, Paris, Porto, Prague, Rome, Salzburg, Sofia, Turin, Venise, Vienne, Copenhague et Athènes.

10 *Resident Sentiment Index*, TCI Research, mai 2021. Enquête menée du 1er au 16 avril 2021 sur 1 000 résidents de Bordeaux Métropole.

négligentes. Le score net est légèrement supérieur à la norme Eurocities (+3 points), mais inférieur de 4 points par comparaison à 2018. Ce résultat s'explique par une part plus élevée de résidents qui jugent les conséquences négatives plus importantes (11% en 2021 pour 7% en 2018).

Les résidents sont plus nombreux qu'ailleurs à estimer que la métropole doit continuer de se promouvoir pour attirer des visiteurs. Cet avis, partagé par 62% des résidents, est 2 points supérieur à la norme et 8 points au-dessus du résultat de 2018.

La crise sanitaire a influencé favorablement l'opinion des résidents à l'égard du tourisme. Pour 77% d'entre eux, il est important de soutenir le secteur du tourisme pour relancer l'économie. De plus en plus de résidents pensent également que le développement du tourisme à Bordeaux a une influence positive sur l'offre culturelle et de loisirs, les infrastructures et la qualité de vie.

58% des résidents affirment avoir changé d'opinion sur le tourisme suite à la crise du coronavirus. Dans près de ¾ des cas, **ils ont réalisé l'importance du tourisme dans la vie et l'économie du territoire** et 6 résidents sur 10 se déclarent d'ailleurs prêts à s'investir dans l'accueil des visiteurs.

Des attentes grandissantes en matière de durabilité

22% des résidents estiment, en 2021, que le tourisme a un impact négatif sur la protection de l'environnement. Ce résultat monte à 27% pour les 18-34 ans. Les attentes en matière de durabilité sont donc grandissantes depuis l'étude de 2018 qui affichait un résultat à 14%.

Les principales nuisances mentionnées sont la circulation (citée par 67% des résidents, 73% si on considère les communes métropolitaines hors Bordeaux, contre 72% en 2018), la foule (citée par 61% des résidents, - 2 points par rapport à 2018) et l'augmentation du prix de l'immobilier (citée par 59% des résidents, 65% en excluant les réponses des habitants de Bordeaux, contre 67% en 2018)¹¹.

4. Une identité forte autour de valeurs communes¹²

Comme identifié lors des ateliers de concertation, Bordeaux est une destination où respire la **douceur de vivre**. Elle est régénératrice et permet à chacun de choisir un rythme qui lui est propre. Le territoire offre un certain **équilibre**, entre les espaces patrimoniaux et naturels et entre les visiteurs qui viennent autant pour affaires que pour les loisirs. La dynamique urbaine combine une **ville à taille humaine** et une attractivité internationale.

L'offre d'expériences culturelles et naturelles, riche et diversifiée, est répartie sur un territoire diffus sur l'ensemble de la métropole, entouré de verdure, traversé par la Garonne et la Dordogne, **porte d'entrée de la région** avec ses vignobles et l'océan, invitant à prendre le temps de la découverte.

La vitalité des nouveaux quartiers, imprégnés de cultures urbaines et des sports de glisse, ainsi que l'effervescence de la programmation culturelle, donnent une **dimension énergisante et inspirante** à la destination.

L'importance donnée à la **rencontre** avec les habitants invite à travailler collectivement avec l'ensemble des acteurs fiers de leur territoire, pour un bénéfice réparti entre tous. La culture du vin, qui s'exprime dans toute la ville, se mêle à une cuisine créative. Les occasions de rencontres sont nombreuses autour d'une offre gastronomique qui mêle produits locaux et influences extérieures. Repenser l'hospitalité permet d'assurer un **vivre ensemble**

¹¹ Les deux études sont téléchargeables sur agora-tourisme-bordeaux.com.

¹² Les valeurs partagées dans cette partie résultent des ateliers participatifs qui ont été organisés au cours de l'année 2021. Des temps ont été consacrés à trouver les mots qui définissent au mieux le supplément d'âme de la destination Bordeaux, ce qui différencie l'expérience vécue par un voyageur sur ce territoire.

respectueux de chacun, de l'inclusion et un sentiment d'appartenance partagé, plaçant l'humain au cœur du positionnement de la destination.

Les opportunités sont grandes pour faire de Bordeaux une **métropole leader du tourisme responsable**, avec une mobilité douce développée ainsi que de nombreuses offres et services touristiques vertueux qui permettent de **donner du sens à la découverte**.

B. Bordeaux Métropole, acteur d'un développement touristique raisonné

1. Le tourisme, une compétence métropolitaine à la mise en œuvre partagée

Depuis le 1er janvier 2015, **Bordeaux Métropole est l'autorité compétente en matière de politique touristique sur l'ensemble de l'agglomération**.

La prise de compétence tourisme de la métropole a mis en avant **cinq filières prioritaires** correspondant aux atouts du territoire :

- l'œnotourisme,
- le tourisme d'affaires et les rencontres professionnelles,
- le tourisme fluvial et de croisières,
- le tourisme urbain et patrimonial,
- le tourisme de proximité, qui intègre en plus des activités touristiques *stricto sensu*, les activités de loisirs, culturelles, sportives, d'itinérance et de mobilité, la valorisation du patrimoine à destination des habitants métropolitains et les territoires voisins avec un éclairage particulier sur les espaces naturels.

La compétence tourisme est répartie entre la Direction tourisme de Bordeaux Métropole et l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole (OTCBM).

La Direction tourisme de Bordeaux Métropole a aujourd'hui pour principales missions :

- la mise en place et la rénovation d'équipements touristiques,
- le développement de l'itinérance douce,
- l'aménagement du fleuve et son animation,
- le suivi du développement des hébergements touristiques et des nuitées commerciales,
- l'accompagnement, notamment financier aux certifications éco-responsables,
- le pilotage des marques d'État par exemple Destination pour tous,
- l'accompagnement de la réflexion stratégique sur le tourisme.

La délibération n°2015/0343 du Conseil métropolitain du 26 juin 2015 a acté la création d'un Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole et l'instauration d'une taxe de séjour métropolitaine.

L'OTCBM a pour principales missions :

- accueillir et informer les visiteurs et les résidents,
- assurer la promotion touristique nationale et internationale de la métropole pour ses différentes cibles (loisirs, affaires et proximité) ; cette promotion comprend notamment la valorisation des richesses humaines, patrimoniales, culturelles et naturelles de toutes les communes, l'accompagnement des équipements majeurs existants ou à venir (musées, La Cité du Vin, Cité Frugès-Le Corbusier, monuments, futurs téléphérique ou équipement de découverte comme Tarmaq,...). Pour le tourisme d'affaires, de nombreuses actions sont aussi menées pour faire venir des congrès et rencontres professionnelles dans la métropole ; un club d'ambassadeurs est animé, comme un réseau de professionnels métropolitains pour répondre aux candidatures à effectuer.
- animer le réseau de partenaires locaux,
- commercialiser les produits touristiques (pour le compte de l'office de tourisme et

- pour les partenaires privés),
- réaliser un suivi partagé d'un observatoire du tourisme permettant de suivre l'évolution de divers indicateurs de performance dans le temps,
- créer, organiser et suivre des grands événements pour le grand public (Bordeaux Fête le Vin, Bordeaux Fête le Fleuve, grands événements sportifs ou culturels).

L'enjeu fondamental aujourd'hui est d'œuvrer pour le **développement d'un tourisme et d'un événementiel professionnel respectueux sur le territoire** dans le cadre d'une stratégie partagée visant à faire de la métropole **une destination touristique responsable reconnue sur le plan national et international**. L'OTCBM a obtenu dans ce cadre, en juin 2021, la certification ISO 20121 pour le management environnemental de son activité. La coordination et l'animation dédiées au développement touristique responsable sont, depuis un an, renforcées et directement rattachées à la direction générale.

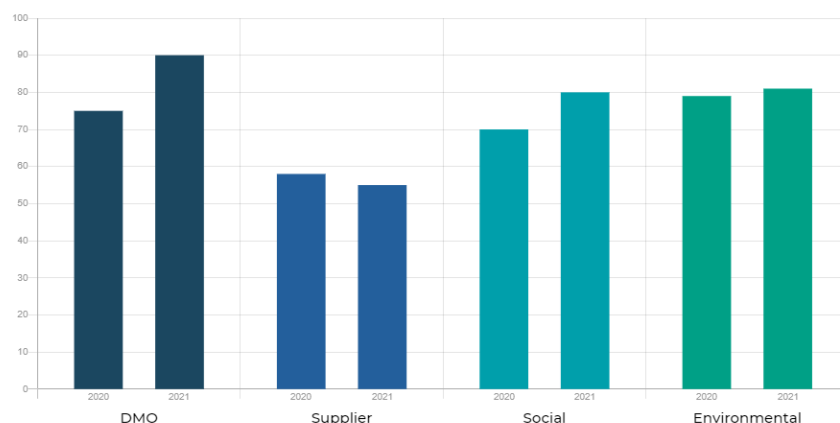
2. La reconnaissance des engagements

La destination Bordeaux Métropole s'inscrit dans différents dispositifs vertueux afin d'accompagner un tourisme et des événements plus vertueux : GDS-Index, ISO 20121, Qualité Tourisme, Destination pour tous et Territoire Vélo. Bordeaux est également lauréate du prix European Capital of Smart Tourism 2022 décerné par l'Union européenne.

Dans le top 10 mondial du Global Destination Sustainability Index (GDS-Index, depuis 2019)

Le Global Destination Sustainability Index est le principal baromètre des destinations sur le sujet de leurs stratégies durables. Ce programme permet de mesurer, comparer et améliorer les actions de durabilité de plus de 70 destinations touristiques à travers le monde.

Le GDS-Index évalue les destinations dans quatre domaines clés : la performance environnementale (17 critères), sociale (10 critères), celle des partenaires sur le territoire (14 critères) et celle de la gestion des destinations (29 critères).



Avec un score global de 78% en 2021, Bordeaux enregistre une forte progression pour sa troisième participation (score de 54% en 2019, 72% en 2020). **La destination intègre le TOP10 Monde du GDS-Index 2021**, en obtenant la 9ème place sur 72 destinations auditées. Une place obtenue grâce à une progression notable sur la stratégie durable de l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole (+15 points par rapport à 2020), et la performance sociale de la destination (+10%), avec des résultats stables sur la performance environnementale (+2 points) et l'engagement des partenaires (-3 points).

Obtention de la norme ISO 20121 en 2021

La norme ISO 20121 est dédiée aux « systèmes de management responsable appliqués à l'activité événementielle ». Elle vise donc à promouvoir le développement durable intégré à l'activité événementielle dans son ensemble (environnemental, social/sociétal et économique).

Dans une approche de transformation organisationnelle, **l'OTCBM a obtenu cette**

certification en juin 2021 pour une durée de trois ans. Cette certification couvre l'ensemble du fonctionnement interne et l'organisation des événements Bordeaux Fête le Vin et Bordeaux Fête le Fleuve.

La marque Qualité Tourisme™ (depuis 2010)

La marque Qualité Tourisme est la seule marque d'État attribuée aux professionnels du tourisme pour la qualité de leur accueil et de leurs prestations. Pour l'obtenir, le prestataire doit suivre avec succès une démarche qualité conforme aux exigences essentielles à la satisfaction client. Gage de confiance, les prestations sont régulièrement soumises à un contrôle inopiné et indépendant.

L'OTCBM répond à l'obligation légale de détention de la marque pour les offices de tourisme de catégorie I. L'office a intégré une forte dimension responsable à ses protocoles qualité. Le prochain audit aura lieu en 2023.

16 autres sites détiennent cette marque dans la métropole.

La marque Destination pour tous (depuis 2014)

Destination pour tous est une marque de territoire, qui, dans la continuité de Tourisme & Handicap (qui labellise un site touristique), distingue des territoires garantissant une offre cohérente et globale accessible, intégrant à la fois l'accessibilité des sites et des activités touristiques, mais aussi l'accessibilité des autres services de la vie quotidienne (commerces, services médicaux...) et celle de l'ensemble de la chaîne de déplacement sur le territoire concerné (voirie, transports...). Le territoire volontaire doit prendre en compte les 4 familles de handicaps (auditif, mental, moteur et visuel).

Bordeaux a été le premier territoire détenteur de la marque Destination pour tous en 2014. Cette exemplarité s'est suivie en 2019 par le renouvellement de la marque, au niveau bronze, attestant d'améliorations mises en œuvre ces dernières années. L'OTCBM est également labellisé Tourisme & Handicap, aux côtés de 31 autres sites.

Territoire Vélo (depuis 2018)

Territoire Vélo est un label décerné par la Fédération française de cyclotourisme afin de récompenser les efforts fournis par une collectivité locale en faveur du vélo et accompagner l'évolution des services proposés.

Bordeaux Métropole a obtenu le label en 2018, recevant ainsi une reconnaissance pour les aménagements sécurisés, les équipements techniques, le panel de services spécifiques (point d'information, d'alimentation, d'hébergement, de location et de réparation, intermodalité...), les circuits variés et accessibles et les animations autour du vélo mis en place.

European Capital of Smart Tourism 2022

Bordeaux arrive en tête du classement au concours de European Capital of Smart

Tourism 2022. Le concours, dont c'est la 3ème édition, récompense des villes pour leurs réalisations exemplaires en matière de tourisme dans quatre domaines : l'accessibilité, le développement durable, la numérisation ainsi que le patrimoine culturel et la créativité.

Créé à l'initiative de l'Union Européenne, il vise à promouvoir un tourisme innovant, durable et inclusif, ainsi qu'à diffuser et faciliter l'échange de bonnes pratiques. Grâce à cette distinction, Bordeaux bénéficiera d'un soutien en communication et événementiel tout au long de l'année 2022.

Le jury a salué le fait que Bordeaux ait su s'appuyer sur son patrimoine matériel et immatériel pour se renouveler et s'imposer comme une destination touristique reconnue. La candidature de Bordeaux s'est également démarquée par la démarche participative et inclusive innovante mise en place en 2021 pour repenser la stratégie de la destination.

II. Une évolution des attentes vers un tourisme de découverte, responsable, qui

favorise la rencontre

A. Une évolution des attentes des visiteurs

Les attentes des visiteurs de loisirs, d'affaires et de proximité ont fortement évolué ces dernières années.

Les nouvelles tendances sont marquées par :

- une envie de découverte, de dépaysement, de déconnexion, de retour à la nature et d'expérience immersive. Nouvel appétit pour les activités d'extérieur : balades à vélo, running, randonnées, micro-aventures, geocaching...,
- le vélo et les mobilités douces ont le vent en poupe : valorisation des pistes cyclables et des chemins de randonnées, EuroVélo routes,
- une recherche de convivialité et de partage, l'envie de se faire plaisir et de retourner à l'essentiel,
- une prise de conscience croissante des problématiques environnementales et des besoins de solidarité et d'entraide,
- la tendance du *staycation* (faire du tourisme en restant chez soi) : curiosité pour le patrimoine urbain, mais aussi pour de nouvelles expériences d'œnotourisme en ville ou pour les balades de proximité,
- un enjeu d'accessibilité (distance, prix, quelle que soit la saison),
- une forte demande des entreprises et des associations pour des événements professionnels responsables (exigences RSE dans les cahiers des charges),
- le désir de redonner du sens à sa consommation (ne pas être seulement consommateur mais contributeur).

De nombreuses études montrent l'évolution des attentes des touristes et des organisateurs d'événements. Ces dernières sont révélatrices d'un mouvement de fond qui prend de plus en plus d'ampleur :

- 40% des Français se déclarent prêts à payer plus cher pour voyager de manière écoresponsable. *Sondage IFOP, mars 2021,*
- 85% des Français attendent des plateformes dévolues aux voyages des sélections de séjours « responsables » et respectueux de l'environnement. Pour 82 % d'entre eux, l'engagement écoresponsable d'un professionnel du tourisme représente un facteur de confiance supplémentaire. *Sondage IFOP, mars 2021,*
- 21% des Européens pensent que le coût supplémentaire que cela peut représenter est un frein pour voyager plus responsable. Parmi les autres freins : le manque d'information et de préparation nécessaire pour 25% d'entre eux, ainsi que l'incertitude quant aux certifications pour 20% des sondés. *Veille infotourisme.fr - 09.12.2019,*
- le tourisme durable est un sujet qui touche près de 2 Français sur 3 : 64% des personnes se sentent concernées par le tourisme durable, dont 19% « tout à fait ». Pourcentage qui monte à 36% chez les 18-24 ans.

Faire ses achats sur les marchés et artisans locaux, respecter les règles de recyclage locales et privilégier la marche, le vélo ou les transports en commun lors des séjours sont les trois actions concrètes les plus facilement mises en œuvre. Remplacer l'avion par le train, choisir des professionnels labellisés ou compensant leurs émissions de carbone sont, en revanche, réalisés par moins de 20% des visiteurs. *Étude Kantar pour ADN « Quelle réalité pour le tourisme durable ? », septembre 2021.*

B. Une démarche participative pour penser le tourisme de demain

À l'écoute de ses parties prenantes, Bordeaux Métropole et l'OTCBM ont eu l'ambition de les impliquer dans une **concertation ouverte afin de repositionner la destination pour**

l'avenir et prendre en considération les enjeux à long terme de l'activité touristique et événementielle. L'intégration de toutes et tous à la réflexion permet de **construire, ensemble, une stratégie** qui emporte l'adhésion des usagers du territoire (professionnels, résidents et visiteurs). Cette coconstruction s'inscrit dans la philosophie prônée par les démarches RSO (Responsabilité sociétale des organisations) et permet le soutien des actions ciblées, le portage par les politiques publiques ainsi que la pérennité du dispositif.

L'ensemble des participants peut ainsi porter le message d'une destination à impact social, environnemental et économique positif pour le territoire et ses habitants, qu'ils soient permanents ou de passage. Penser collectivement au tourisme et à l'événementiel de demain et mettre en place des actions ambitieuses permet de faire de Bordeaux une destination responsable reconnue et attractive.

Dans ce contexte, l'OTCBM a lancé en 2021 des temps de **concertation collaboratifs et d'échanges participatifs avec ses partenaires** : élus métropolitains, habitants représentés par le C2D (Conseil de développement durable de Bordeaux Métropole), associations, professionnels du tourisme et de l'événementiel, représentants d'institutions publiques, notamment culturelles et sportives et territoires girondins.

Différents temps forts ont eu lieu au cours de cette année :

- un forum participatif de lancement le 7 mai 2021,
- deux sessions d'ateliers au printemps (juin 2021) et à l'automne (octobre 21) ; 6 réunions d'ateliers au total (2 séries de 3),
- deux ateliers à mi-parcours avec des publics cibles (associations et habitants, territoires girondins).

Enfin, le site internet, agora-tourisme-bordeaux.com, a été développé à l'automne 2021, afin de partager les différentes études disponibles, l'évolution du projet, les conclusions des échanges et de proposer la participation en ligne. Le lancement du site a fait l'objet de 3 temps de communication à l'automne, en décembre 2021 et au début 2022.

1. Le 1er Forum participatif pour le tourisme durable

Le 1er Forum participatif pour le tourisme durable s'est tenu le 7 mai 2021. Il avait comme objectifs de **présenter la démarche** et d'avoir un premier temps d'échange sur les **enjeux prioritaires d'action** pour chacune des six thématiques suivantes :

- accueillir et accompagner un tourisme de loisirs à impact positif,
- assurer une activité événementielle responsable et garantir l'héritage des rencontres professionnelles,
- structurer et animer le tourisme de proximité,
- valoriser la consommation responsable et locale et lutter contre le gaspillage,
- faire du tourisme un moteur de l'inclusion,
- porter une attention spécifique à la sécurité des publics.

Plus de 115 participants ont permis de générer **780 idées** lors de ce forum.

En suivant, un travail de regroupement et de synthèse de ces idées a fait émerger **55 thèmes**. Des ateliers participatifs ont été organisés en deux temps afin de prioriser ces idées et de les développer en dispositifs opérationnels.

2. La première session d'ateliers

La première session d'ateliers a eu lieu les 2,3 et 4 juin 2021 sur trois matinées.

Les **73 participants** ont été regroupés en fonction des publics cibles accueillis sur la destination :

- **accueillir et accompagner un tourisme de loisirs à impact positif,**
- **assurer une activité événementielle responsable et garantir l'héritage des rencontres professionnelles,**
- **structurer et animer le tourisme de proximité.**

Lors de ces ateliers, les participants ont été invités dans un premier temps à **hiérarchiser chacun des 55 thèmes**.

Dans un second temps, ils ont travaillé en sous-groupes. Ils ont choisi deux thèmes prioritaires et ont rempli une **fiche action** dans laquelle se retrouvent des **propositions d'actions, des solutions ou dispositifs et des partages d'inspirations**. Au total **23 fiches** ont été produites.

La thématique transversale « porter une attention spécifique à la sécurité des publics » n'a pas généré de propositions de la part des participants et n'a donc pas été approfondie par la suite.

3. **Ateliers ponctuels à mi-parcours**

Un premier atelier **pour les résidents et associations** a eu lieu en juin 2021. Une quinzaine de représentants d'associations (dans les domaines de la protection de l'environnement, du tourisme et de la solidarité) et du C2D (Conseil de développement durable de Bordeaux Métropole, forum représentatif de résidents) ont participé à la démarche en se positionnant sur les axes stratégiques choisis lors des ateliers du mois de juin, en fonction de l'intérêt de ces derniers, à leurs yeux, pour le territoire et la pertinence par rapport à leurs associations. Les conclusions ont permis d'aiguiller le recentrage réalisé pour les ateliers du mois d'octobre.

Un second atelier **de coopération territoriale sur le tourisme en Gironde** a eu lieu au mois de septembre 2021. Il a permis d'informer les territoires girondins sur cette démarche et les initiatives de tourisme responsable entreprises à l'échelle métropolitaine, de partager les bonnes pratiques autour des enjeux forts du projet et de fédérer les territoires autour d'actions communes potentielles.

4. **La deuxième session d'ateliers**

La seconde phase d'ateliers s'est tenue les 5, 6 et 7 octobre. Elle a permis de rassembler **73 participants** sur trois demi-journées réparties sur les mêmes trois publics cibles (loisirs, affaires et proximité), afin d'assurer une continuité avec la première session.

Les 23 fiches issues des premiers ateliers ont été regroupées et synthétisées en 9 axes. L'enjeu de cette deuxième session a été d'**enrichir, partager et conforter** ces axes produits initialement. L'objectif était donc d'identifier de façon collective le **périmètre des actions** à mettre en place et le **socle de développement des futurs projets**.

Grâce à ce travail collectif riche de propositions, Bordeaux Métropole et l'OTCBM ont défini le plan d'actions ici présenté. Les actions suivantes émanent des résidents, professionnels du tourisme et de l'événementiel, élus métropolitains, partenaires publics et privés qui se sont engagés à nos côtés tout au long de l'année pour réinventer les codes du tourisme urbain et de l'activité événementielle de notre territoire.

III. Les 4 axes stratégiques pour une activité touristique et événementielle soutenable

A. Les 4 axes pour une destination responsable

Les différents ateliers ont confirmé la volonté de tous les participants de penser une destination plus durable. Les enjeux environnementaux et sociaux ont unanimement été

appréhendés comme un prérequis. **L'activité touristique et événementielle doit assurer un vivre-ensemble harmonieux pour les habitants, les professionnels du tourisme et les visiteurs et permettre un développement économique local tout en protégeant notre environnement.**

La destination Bordeaux est amenée à affirmer son **identité singulière**, positive, historique, mais aussi contemporaine et vivante. La métropole doit véhiculer, conserver et enrichir son image de destination responsable par des preuves concrètes pour renforcer sa notoriété déjà exemplaire et maintenir, voire renouveler, son attractivité auprès des futurs visiteurs à séduire ou fidéliser.

De nombreuses offres présentent une forte valeur ajoutée. Certaines prennent en compte le tourisme et l'événementiel responsables dans leur globalité. **Un travail d'amélioration, de coordination et de diffusion de ces offres** est à formaliser, par l'accompagnement des professionnels du tourisme et de l'événementiel dans l'amélioration de leurs pratiques et leur transition **vers un offre touristique responsable** (axe 1).

Les sujets transversaux qui répondent autant aux préoccupations du tourisme qu'à celles de la vie locale comme la **mobilité, l'accessibilité et l'inclusion**, la **consommation en circuit court**, ont été fédérateurs pour l'ensemble des participants. Ces sujets seront renforcés par des partenariats institutionnels et privés, favorisant par exemple une mise en réseau d'acteurs, le partage de bonnes pratiques et d'outils. Les Établissements publics de coopérations intercommunales (EPCI) et leurs offices de tourisme girondins ont confirmé leur envie de travailler sur des **coopérations territoriales renforcées sur ces enjeux transversaux, dans le cadre des coopérations animées par Bordeaux Métropole et conventionnées avec les territoires.**

Bordeaux Métropole s'attache à maintenir sa **qualité de vie** et faire de la destination un territoire où il fait bon vivre et où l'on peut travailler, explorer et se sentir accueilli. À ce titre, une attention régulière continuera d'être prêtée à l'acceptation du tourisme par les résidents, telle qu'elle est déjà suivie au travers d'enquêtes périodiques. **Les habitants sont replacés au cœur de la vie touristique**, en tant que destinataires à part entière d'une offre de proximité étoffée et en tant qu'hôte ambassadeur auprès des visiteurs. Il s'agira ici aussi de faire découvrir l'ensemble de la métropole, rive droite et rive gauche, espace naturels et patrimoniaux, initiatives citoyennes et richesses de quartiers, pour mieux partager et faire se rencontrer habitants et visiteurs, y compris ceux qui viennent des communes voisines. L'inclusion et la solidarité seront au cœur de cette démarche (axe 2).

Réduire l'impact environnemental de l'activité événementielle, mettre en relation les organisateurs d'événements et des acteurs sociaux locaux et soutenir **le développement économique et scientifique local** sont les enjeux prioritaires d'une **activité événementielle responsable**, qu'elle concerne les visiteurs d'affaires ou le grand public (axe 3). La métropole dispose d'un équipement neuf, comme le Palais 2 l'Atlantique, et prévoit un accompagnement fort de la restructuration du Hall 1 du Parc des expositions de Bordeaux, afin de rester attractive et de s'adapter aux attentes des organisateurs de manifestations professionnelles. Rappelons qu'un congressiste dépense en moyenne 290 € par jour dans la destination qui l'accueille.

Un **besoin d'accompagnement et de formation** a été exprimé par les professionnels afin d'améliorer leurs pratiques responsables. Les éléments de communication ou de sensibilisation positive auprès de la clientèle sont aussi considérés comme des enjeux primordiaux. Un accompagnement rapproché et régulier permettra d'**optimiser le pilotage économique du tourisme** (axe 4), en lien avec l'ensemble de ces acteurs dans nos principales filières (tourisme d'affaires, œnotourisme, patrimoine, maritime et fluvial, nature et gastronomie).

Ci-dessous, le détail de chaque axe stratégique et les actions concrètes associées, qui serviront de socle au développement de projets pour les cinq prochaines années. L'ensemble de la feuille de route est aussi aligné sur les objectifs de développement durable

des Nations Unies. Les fiches actions sont détaillées en annexe.

AXE 1 : Accompagner l'offre touristique bordelaise dans sa transition responsable

De plus en plus de voyageurs témoignent de l'attention portée aux engagements durables chez les prestataires touristiques auxquels ils font appel. Ces transitions prennent du temps. Il est donc important d'accompagner dès à présent les professionnels dans l'amélioration de leurs pratiques, afin de répondre à ces changements de consommation et ce dans toutes nos filières (œnotourisme, fluvial, gastronomie et art de vivre, tourisme d'affaires, etc.). À ce jour, 30% des adhérents de l'OTCBM sont impliqués dans une démarche responsable. L'objectif est d'obtenir à long terme une offre touristique responsable étendue à l'ensemble de la chaîne d'accueil et de participer ainsi au projet de transition et aux objectifs du plan climat métropolitain.

Certains enjeux de mobilité, de consommation locale, de gestion des flux touristiques, sont pertinents à une échelle plus étendue. Les coopérations territoriales permettront d'essaimer et de partager les bonnes pratiques avec nos territoires voisins, qui ont déjà témoigné leur intérêt sur ces objectifs à l'occasion d'un atelier qui leur était dédié ou lors des rencontres territoriales métropolitaines.

Par ailleurs, les enjeux de consommation de biens produits à proximité, d'approvisionnement local de la restauration et de l'hôtellerie et de circuits courts ont fait l'objet de plusieurs propositions pendant les ateliers. Si des initiatives existent déjà sur le territoire, le besoin s'est fait ressentir de créer le lien par des partenariats entre ces démarches et les acteurs du tourisme et de l'événementiel. Ces actions contribueront aux politiques de résilience alimentaire menées par la ville et la métropole de Bordeaux, pour une alimentation d'avenir à la fois saine, de saison, locale et plus végétale, accessible à toutes et à tous.

10 actions permettront de mener à bien ces objectifs :

Fiche action 1.1	Accompagner les professionnels du tourisme et de l'événementiel dans l'amélioration de leurs pratiques vers plus de durabilité
Fiche action 1.2	Promouvoir les offres au travers d'une distinction tourisme responsable identifiable par les visiteurs
Fiche action 1.3	Accompagner les professionnels du tourisme dans une meilleure gestion de leurs déchets et de l'énergie
Fiche action 1.4	Travailler autour des circuits courts dans les métiers de l'HCR (hôtellerie, café et restauration)
Fiche action 1.5	Accompagner la filière œnotouristique dans la valorisation des pratiques viticoles durables et dans son développement économique
Fiche action 1.6	Œuvrer pour une croisière plus responsable
Fiche action 1.7	Communiquer de façon positive sur un comportement responsable
Fiche action 1.8	Proposer et valoriser les produits locaux
Fiche action 1.9	Accompagner la stratégie du plan climat métropolitain dans son objectif d'atteindre la neutralité carbone d'ici à 2050
Fiche action 1.10	Développer les coopérations territoriales autour du tourisme

Les objectifs de développement durable couverts par cet axe sont :



AXE 2 : Placer l'habitant au cœur de la vie touristique d'une destination humaine et solidaire

La sortie du site *Un Air de Bordeaux* en 2017, sous le pilotage de l'OTCBM, a permis de promouvoir les activités nature et culture sur le territoire métropolitain auprès de ses résidents. Si ces actions de communication se sont depuis renforcées avec succès, il est devenu primordial d'aller plus loin. Les résidents métropolitains et de proximité sont un public clef à appréhender dans la stratégie touristique. Une offre dédiée est donc à constituer, notamment dotée d'itinéraires en mobilité douce, comme ceux développés autour du GR métropolitain. Le recensement dans les communes de la métropole, la structuration et la valorisation d'une offre touristique pour les habitants est un pilier de la stratégie touristique à venir. Des croisements seront aussi effectués, notamment avec les activités culturelles, comme des journées de découvertes touristiques en lien avec l'Été métropolitain (120 représentations dans les 28 communes de la Métropole) ou avec les grands événements sportifs à venir (coupe du Monde Rugby en 2023 et Jeux olympiques en 2024).

Une attention est également portée à la perception du tourisme par les métropolitains et deux enquêtes ont été menées en 2018 et 2021 sur ce sujet avec l'Institut TCI Research¹³. Cette observation sera poursuivie. En matière d'innovation, l'OTCBM expérimentera aussi, par exemple, une nouvelle forme d'étude du ressenti des habitants en lien avec l'observatoire du Comité régional du tourisme de Nouvelle-Aquitaine (méthode Xénia sur l'acceptabilité du tourisme).

Enfin, la démarche participative a impliqué des habitants, au travers du C2D (Conseil de développement durable de Bordeaux Métropole), dans la définition des actions ici présentées. Le site agora-tourisme-bordeaux.com, qui restitue cette démarche, offre également des possibilités d'apporter ses idées et son opinion en ligne. Ce site sera maintenu dans les années à venir comme espace de référence pour tenir informés tous ceux qui le souhaitent sur les évolutions de la destination et ses résultats. L'OTCBM et la métropole sont donc attentifs au maintien d'un vivre-ensemble harmonieux entre visiteurs et résidents.

Le rôle des habitants dans la vie touristique de leur territoire est central. Il est un public de premier ordre et le contexte sanitaire a mis en lumière l'importance de cette clientèle pour toutes les destinations. Les habitants sont également hôtes, accueillant visiteurs, familles et amis. Ils sont les ambassadeurs qui portent au mieux les valeurs communes du territoire.

Garantir une destination accessible à tous et inclusive

Bordeaux a été la première destination française à détenir la marque d'État « Destination pour tous » en 2014. Afin de poursuivre cette démarche d'exemplarité, plusieurs actions ont émané de la concertation afin de faire de Bordeaux une destination accessible et inclusive pour toutes et tous. L'offre touristique adaptée aux publics en situation de handicap peut être étoffée et la communication adaptée aux évolutions.

D'après l'UNAT (Union nationale des associations de tourisme), 4 Français sur 10 ne partent pas en vacances. L'ouverture de l'offre touristique bordelaise à tous les publics empêchés est donc essentielle.

6 actions sont envisagées afin de conforter l'habitant dans ce double rôle :

13 Résultats présentés dans la section I.A

Fiche action 2.1	Animer le tourisme de proximité en fédérant les initiatives des communes de la métropole afin d'identifier un maillage d'activités à structurer et promouvoir
Fiche action 2.2	Mieux valoriser la place de l'habitant dans l'accueil touristique (ambassadeur)
Fiche action 2.3	Travailler les offres touristiques en fonction des différents handicaps
Fiche action 2.4	Mettre en place une communication adaptée afin de toucher les publics en situation de handicap
Fiche action 2.5	Proposer des offres accessibles aux publics en situation de précarité
Fiche action 2.6	Poursuivre la gouvernance participative dans le cadre du développement d'un tourisme à impact positif

Les objectifs de développement durable couverts par cet axe sont :



AXE 3 : Développer les rencontres professionnelles et les grands évènements à impact positif pour le territoire

En 2019, le tourisme d'affaires représentait 47% des nuitées enregistrées dans l'hôtellerie et les résidences de tourisme. Cet équilibre entre visiteurs d'agrément et d'affaires permet d'harmoniser la présence touristique sur tout le territoire et tout au long de l'année.

Les rencontres professionnelles participent activement au dynamisme économique local, notamment par l'animation des filières d'excellence du territoire. Leur valorisation à l'international permet d'accueillir des congrès de grande ampleur. En 2019, 480 000 journées congrès ont été accueillies à Bordeaux Métropole, soit des retombées économiques locales estimées à 140 millions d'euros¹⁴.

Assurer un impact positif de ces rencontres pour le territoire remplit plusieurs objectifs :

- garantir un accueil coordonné de qualité pour les organisateurs,
- limiter l'empreinte environnementale des événements,
- continuer à accompagner le développement économique local par le soutien aux filières d'excellence,
- assurer un héritage social positif par des partenariats entre organisateurs d'événements et associations du tissu local.

Bordeaux Métropole est terre d'accueil d'événements d'ampleur qui rassemblent le grand public. En témoigne l'organisation de Bordeaux Fête le Vin qui réunissait en 2018, pendant quatre jours, 500 000 personnes sur les quais de Bordeaux, l'accueil en 2023 de la coupe du monde de rugby ou en 2024 des Jeux Olympiques. Au-delà de la promotion de ces événements auprès du grand public et des professionnels, effectuée par l'OTCBM, la métropole est garante de la convivialité retrouvée et d'une hospitalité revisitée pour plus d'inclusion et de durabilité. L'OTCBM a fait la démarche pour obtenir la labélisation ISO 20121 pour le management éco-responsable de son activité événementielle en 2021.

Inviter à l'exemplarité dans l'organisation des événements, toute l'année et dans l'ensemble de la métropole, diffuser les pratiques vertueuses et valoriser les spécificités locales font partie des principaux objectifs sur lesquels se sont accordés les participants aux ateliers.

14 Cf. note 6

Voici les 11 actions qui seront réalisées pour mener à bien ces objectifs :

Fiche action 3.1	S'appuyer sur les filières d'excellence du territoire pour s'assurer d'un impact économique et scientifique positif des événements et faire venir plus de rencontres professionnelles dans la métropole.
Fiche action 3.2	Mettre en place une stratégie d'accueil responsable et de qualité
Fiche action 3.3	Travailler avec l'organisateur sur un aspect logistique de son événement afin d'en améliorer la performance environnementale (empreinte carbone, déchets, consommer local) et proposer un bilan en fin d'événement.
Fiche action 3.4	Accompagner des partenariats entre associations locales et organisateurs d'événements afin d'assurer un impact social positif de l'événement
Fiche action 3.5	Mettre en place un dispositif de formation à destination des organisateurs d'événements pour améliorer leurs pratiques responsables
Fiche action 3.6	Accompagner le Parc des Expositions de Bordeaux dans sa transition environnementale et une meilleure intégration dans son écosystème
Fiche action 3.7	Développer des offres de mobilités durables pour les participants aux événements
Fiche action 3.8	Favoriser la mutualisation du matériel utilisé pour les événements
Fiche action 3.9	Proposer des micro-événements en écho aux grandes manifestations dans les communes de la métropole et les quartiers de Bordeaux
Fiche action 3.10	Pendant les grands événements, créer des solutions simples et intuitives pour réduire les déchets et encourager la mobilité douce
Fiche action 3.11	Partager les bonnes pratiques entre organisateurs d'événements culturels et sportifs à l'échelle de la métropole

Les objectifs de développement durable couverts par cet axe sont :



AXE 4 : Piloter le développement économique du tourisme de manière soutenable

Le développement responsable de la destination Bordeaux se traduit par l'identification d'objectifs de croissance raisonnée et d'efficacité économique notamment autour de l'emploi. Le soutien des filières et secteurs d'activité (notamment œnotourisme et HCR) permettra d'accompagner ces transitions.

Voici les 5 actions qui seront réalisées pour mener à bien ces objectifs :

Fiche action 4.1	Dans les actions de promotion loisirs et affaires, privilégier les marchés proches et consolider les marchés matures lointains à fort apport économique
Fiche action 4.2	Élaborer un schéma directeur de l'hébergement touristique pluriannuel pour

	accompagner l'évolution de l'offre dans le temps et l'espace
Fiche action 4.3	Faire converger les relations clients physiques et digitales et optimiser l'observation
Fiche action 4.4	Soutenir l'innovation dans le tourisme et l'événementiel en accompagnant les porteurs de projets, comme prévu dans la feuille de route développement économique de Bordeaux Métropole
Fiche action 4.5	Accompagner l'emploi dans les métiers du tourisme

Les objectifs de développement durable couverts par cet axe sont :



B. Les grands principes de financement

Pour déployer l'ensemble des ambitions portées par la Métropole destinés à développer et accompagner dans ses transitions le tourisme métropolitain, le budget qu'il serait nécessaire de dégager s'établirait à :

- financer le tourisme de proximité et l'itinérance douce, 2,5 M€ qui serviraient notamment à enrichir l'offre en parcours et circuits sur la métropole mais également à l'extérieur, en lien avec les territoires partenaires (ex : GR Bordeaux - Libourne - St Emilion, circuit à vélo vin et châteaux dans le Médoc ...). Une autorisation de programme pourrait être proposée lors de l'adoption du Budget 2023,
- financer le développement du tourisme d'affaires, **11M€** correspond à l'enveloppe existante « remise à niveau du parc des expositions ». Elle pourrait être abondée en temps et en heure à la suite des études en cours et du calendrier prévisionnel des travaux,
- dans le secteur de l'**œnotourisme**, une autorisation de programme de **1,816 M€ pour La Cité du Vin** et son plan de relance est confirmée. **Une ligne annuelle de 200K€ est par ailleurs abondée pour les manifestations dédiées aux promotions du patrimoine viticole bordelais** (Bordeaux Wine Week dont fête du vin ...).

A noter que des entreprises à vocation touristiques pourront s'inscrire dans le plan de transition de 20M€ voté dans le cadre du schéma de développement économique (le règlement d'intervention sera présenté en 2022).

Les moyens dédiés aux équipements fluviaux, portant du développement du tourisme fluvial mais également du frêt et du transport de passagers pourront être proposés dans le cadre de la politique fleuve.

Les moyens humains de la direction du tourisme seront adaptés à la marge pour développer ces nouvelles offres.

La question des ressources à allouer à l'OTCBM, acteur de cette stratégie, fera l'objet d'une délibération spécifique dans le cadre d'une nouvelle convention cadre pluriannuelle.

Les fiches actions de cette ambitieuse stratégie sont présentées en annexe.

Ceci étant exposé, il vous est demandé, Mesdames, Messieurs, de bien vouloir, si tel est votre avis, adopter les termes de la délibération suivante :

Le Conseil de Bordeaux Métropole

VU les articles L 5217-2 et L 1611-4 du Code général des collectivités territoriales,

VU la Loi n° 2014-58 du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles (loi MAPTAM),

VU la délibération n°2015/0343 du 26 juin 2015 relative à la prise de compétence « tourisme » de la Métropole et la création d'un Office de tourisme et des congrès métropolitain (OTCBM),

ENTENDU le rapport de présentation

CONSIDERANT la nécessité de renforcer les actions en faveur du développement touristique, d'accompagner la transition des acteurs touristiques et de favoriser le tourisme en phase avec les enjeux posés par la crise sanitaire,

DECIDE

Article 1 : d'approuver la stratégie métropolitaine pour faire de Bordeaux Métropole une destination reconnue de tourisme responsable.

Article 2 : d'autoriser, Monsieur le Président de Bordeaux Métropole, à signer tout acte utile qui en résulterait.

Les conclusions, mises aux voix, sont adoptées à l'unanimité des suffrages exprimés.
Abstention : Monsieur ALCALA, Madame AMOUROUX, Monsieur BAGATE, Monsieur BOBET, Madame BONNEFOY, Madame BONORON, Madame BOZDAG, Monsieur CAZABONNE, Monsieur COLES, Madame DELATTRE, Monsieur DUPRAT, Monsieur FLORIAN, Monsieur GARRIGUES, Madame GAUSSENS, Monsieur LABARDIN, Monsieur LAMARQUE, Madame LOUNICI, Monsieur MANGON, Monsieur MILLET, Madame MILLIER, Monsieur MORETTI, Monsieur N'JIKAM MOULIOM, Monsieur PEScina, Monsieur POIGNONEC, Monsieur PUJOL, Monsieur RAUTUREAU, Monsieur RAYNAL, Monsieur ROBERT, Madame ROUX-LABAT, Madame SABOURET, Monsieur SALLABERRY, Monsieur SUBRENAT, Monsieur TROUCHE, Madame VERSEPUY;

Fait et délibéré au siège de Bordeaux Métropole le 25 mars 2022

REÇU EN PRÉFECTURE LE : 31 MARS 2022	Pour expédition conforme,
PUBLIÉ LE : 31 MARS 2022	la Vice-présidente,
	Madame Brigitte BLOCH