

BÂTIR, ENSEMBLE, UNE DESTINATION RECONNUE DE TOURISME RESPONSABLE

Feuille de route pour le tourisme
à Bordeaux Métropole 2022-2026



Le tourisme, une économie majeure pour la métropole

2019

- 16 000 emplois.
- 3 734 sociétés reliées au secteur.
- 16,4 millions de nuitées sur l'unité urbaine de Bordeaux (80% de touristes français pour 20% d'étrangers), soit 4 millions de touristes.
- Durée de séjour moyenne : 4 jours.
- 6,35 millions de nuitées en hébergement marchand (47% affaires / 53% loisirs).
- Taux d'occupation des hôtels le plus élevé au niveau national (hors Paris) : 74,6%.
- Taxe de séjour 6,34 millions €.
- Accueil de 480 000 journées congrès et retombées économiques estimées à 140 millions d'euros.

2020

- 3,74 millions de nuitées marchandes, une baisse de 41% par rapport à 2019.
- Taxe de séjour 3,56 millions €, une baisse 49%.
- Baisse de 75% des journées congrès.

2021

- 4,6 millions de nuitées marchandes (41% loisirs, 59% affaires).
- Taux d'occupation hôtelier à 46% soit +15 points comparé à 2020 mais 24 points derrière 2019.
- -56% concernant le chiffre d'affaires de l'OTCBM
- 1 734 événements accueillis pour 332 000 journées congrès soit 97 M€ de retombées économiques : +277 vs. 2020 et -34% vs. 2019 sur une période d'activité de 4 mois.

BORDEAUX MÉTROPOLE

Une destination ouverte et accueillante pour tous

Bordeaux est la porte d'entrée du grand Sud-Ouest, ville mondialement connue pour son vin, proche de l'océan et du vignoble, elle est une **destination reconnue, ouverte et accueillante**. Classée au patrimoine mondial de l'humanité par l'UNESCO, dotée d'une vie culturelle et sociale foisonnante, riche de ses habitants, **elle offre une diversité d'expériences** pour tous.

L'évolution de la ville et de la métropole, agrandissement des espaces réservés aux piétons, développement des pistes cyclables, valorisation des espaces naturels, des circuits courts, développement de l'itinérance douce, sont autant d'atouts pour inscrire notre territoire dans le tourisme de demain. **Notre métropole reste ainsi un territoire ouvert, humain et accueillant, qui parie aussi sur la rencontre avec les habitants et sur le bonheur de découvrir une métropole, qui allie les atouts de la ville, les plaisirs de profiter d'espaces naturels accessibles et de territoires environnants riches de nouvelles expériences.**

Destination phare du tourisme d'affaires et des grands événements **Bordeaux souhaite poursuivre son développement** dans ce secteur en s'appuyant sur des infrastructures de qualité et un réseau d'ambassadeurs experts dans les nombreux domaines d'excellence présents dans la métropole.



Agora pour le tourisme à Bordeaux Métropole

La vision du projet

Alors que le tourisme et l'événementiel connaissaient une croissance régulière depuis plusieurs décennies, la crise sanitaire a mis un frein brutal à l'activité.

La situation sanitaire a aussi accéléré l'évolution des pratiques touristiques responsables. Les voyageurs se sont recentrés sur des activités de découverte près de chez eux. Dans le tourisme d'affaires, les engagements RSE se sont renforcés.

86% des personnes interrogées, dans une étude menée par Kantar en septembre 2021, jugent qu'il est important de respecter les dimensions d'impact sociétal et environnemental dans le cadre de leurs activités touristiques.

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.

En réponse à la crise, une réponse collective de soutien à l'activité a été apportée et une réflexion globale a été menée afin de repenser les fondements du tourisme urbain et de l'événementiel sur le long terme.

Les temps forts de la concertation

1er Forum participatif sur le tourisme durable

- Mai 2021, 115 participants
- Temps d'échange autour de six thématiques
- 780 propositions

1ère session d'ateliers

- Juin 2021, 3 matinées, 73 participants
- 3 groupes de travail (loisirs, affaires et événementiel, proximité)
- Priorisation des idées issues du forum pour dégager des axes stratégiques (55 thématiques)

Ateliers ponctuels à mi-parcours

- Un atelier pour les habitants et les associations en juin 2021 pour compléter le travail de priorisation des enjeux
- Un atelier de coopération territoriale avec les territoires girondins afin de partager les bonnes pratiques et définir des pistes de collaboration

2ème session d'ateliers

- Octobre 2021, 3 matinées, 73 participants
- 3 mêmes groupes de travail (loisirs, affaires et événementiel, proximité)
- Développement de dispositifs d'action (périmètre des actions et socle de développement des futurs projets)



La feuille de route pour le tourisme à Bordeaux Métropole 2022-2026



3 objectifs pour le tourisme métropolitain

- **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 en proximité, comme abordé dans le cadre de la coopération territoriale mise en place par la 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.

4 axes stratégiques

1. Accompagner l'offre touristique bordelaise dans sa transition responsable

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

3. Développer les rencontres professionnelles et les grands événements à impact positif pour le territoire

4. Piloter le développement économique du tourisme de manière soutenable

01.

Accompagner l'offre touristique bordelaise dans sa transition responsable

10 dispositifs d'action pour :

- Accompagner les professionnels dans l'amélioration de leurs pratiques responsables afin de répondre aux changements de consommation et ce dans toutes les filières (œnotourisme, fluvial, gastronomie et art de vivre, tourisme d'affaires, etc.).
- Proposer et valoriser les produits locaux dans l'offre touristique (visites guidées, boutiques circuits-courts, Bordeaux Fête le Vin, etc.).
- Développer les coopérations territoriales sur les sujets transversaux (mobilité, consommation locale, gestion des flux touristiques, etc.).

Quelques exemples d'objectifs ciblés :

- 50% des professionnels adhérents à l'OTCBM intègrent une démarche responsable à 2024, 80% à 2026 (30% à ce jour).
- Accroissement de 10% par an des offres œnotouristiques responsables sur le site de l'OTCBM.
- Suivi annuel des indicateurs de performance environnementale du Port de Bordeaux pour l'activité des croisières maritimes.
- Accompagner l'ambition métropolitaine de réduction des GES pour le secteur du tourisme.



02.

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

6 dispositifs d'action pour :

- Développer une offre de tourisme de proximité dédiée aux résidents qui couvre l'ensemble de la métropole (recenser, structurer et communiquer).
- Valoriser la place de l'habitant dans l'accueil touristique (programme ambassadeur).
- Proposer des offres accessibles et adapter la communication.
- Ouvrir l'offre touristique aux personnes en situation de précarité.
- Adapter la communication de l'offre de tourisme à tous les publics à travers des partenariats.
- Poursuivre la gouvernance participative sur le tourisme et l'attention portée à l'acceptation du tourisme par les résidents.

Quelques exemples d'objectifs ciblés :

- Développement de la fréquentation du GR métropolitain.
- Augmentation de 10% chaque année du taux de fidélisation des métropolitains sur des offres locales de visites ciblées.
- Faciliter l'accès à l'offre pour des publics en situation de précarité (+20% de bénéficiaires chaque année).
- Mieux valoriser toute l'offre métropolitaine, faire circuler les habitants sur tout le territoire.



03.

Développer les rencontres professionnelles et les grands événements à impact positif pour le territoire

11 dispositifs d'action pour :

- Continuer à accompagner le développement économique local par le soutien aux filières d'excellence.
- Garantir un accueil coordonné de qualité aux organisateurs dans la destination.
- Limiter l'empreinte environnementale des événements.
- Assurer un héritage social positif par des partenariats entre organisateurs d'événements et associations du tissu local.
- Favoriser une organisation plus responsable des événements grand-public et professionnels sur le territoire (flux de festivaliers, mobilité, déchets, etc.).

Quelques exemples d'objectifs ciblés :

- Développer le nombre de dépôts de candidatures pour des congrès d'envergure (+ de 2 000 pax) : +30 dossiers par an (potentiel de 52M€ en retombées économiques pour le territoire).
- Confirmation de 10 dossiers supplémentaires par an, pour des congrès de taille moyenne (8,7M€ de retombées économiques).
- Création d'une instance de gouvernance pour un accueil responsable et de qualité partagé.
- A partir de 2023 : 30 organisateurs d'événements formés, par an, à la durabilité de leur événement.



04.

Piloter le développement économique du tourisme de manière soutenable

5 dispositifs d'action pour :

- Définir des objectifs de croissance raisonnée et d'efficacité économique.
- Piloter les actions de promotion loisirs et affaires dans un cadre durable.
- Développer les passerelles entre les relations physiques et digitales afin de fidéliser les visiteurs et optimiser l'observation.
- Soutenir les filières des secteurs d'activité touristique (œnotourisme, HCR...), notamment sur l'emploi.

• Quelques exemples d'objectifs ciblés :

- 5 marchés prioritaires travaillés en BtoB pour le secteur du tourisme de loisirs par an / objectif de 500 contacts activés.
- Conduite d'une étude sur l'impact économique du tourisme dans la métropole en 2024.
- Qualification et communication auprès de contacts actifs qualifiés dans le cadre d'une stratégie numérique soutenable.





Merci !
