

PLAN D'ACTION



Bordeaux destination durable



UN PLAN D'ACTION POUR FAIRE DE BORDEAUX UNE DESTINATION DURABLE RECONNUE

Cette présentation détaille l'ensemble des actions mises en oeuvre à l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole en matière de développement durable. **Huit grands enjeux** ont été mis en lumière. Ils répondent aux besoins exprimés par nos parties prenantes, qu'ils soient habitants, visiteurs ou professionnels du tourisme (écoutes menées depuis 2019). Les actions sont également alignées aux objectifs de développement durable des Nations Unies et à nos exigences normatives (ISO 20121, GDS Index, label Destination Innovante Durable). Elles sont mesurées par des indicateurs et des objectifs annuels.

8 engagements

ENVIRONNEMENT

1. Réduire la production de déchets
2. Réduire l'empreinte carbone sur la destination et préserver nos ressources naturelles
3. Aller plus loin dans la valorisation de l'offre culture et nature alternative sur la métropole, sensibiliser à la préservation de notre environnement

SOCIAL

4. Favoriser l'insertion et l'intégration de toutes et tous
5. Être acteur d'une relation paisible entre acteurs touristiques, habitants et visiteurs et être garant du vivre-ensemble

ÉCONOMIQUE

6. Favoriser la consommation de produits locaux. Valoriser nos filières d'excellence

LES TROIS

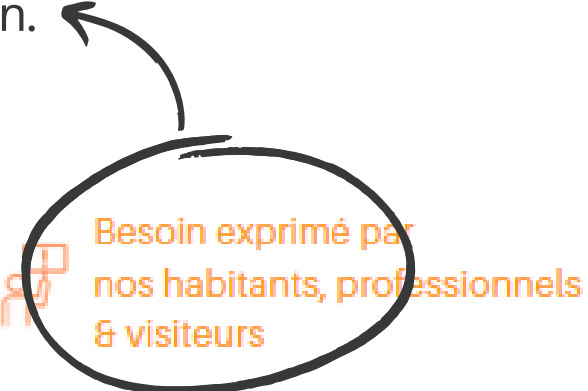
7. Améliorer la performance de la destination et de l'OTCBM sur les normes durables
8. Accroître les compétences durables des acteurs touristiques locaux

Comment lire le document ?

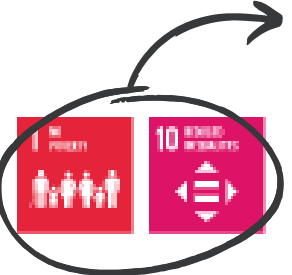
Les 3 symboles utilisés page précédente pour repérer les actions en faveur de l'environnement, du social ou de l'économie.



La typologie de partie prenante qui a exprimé ce besoin.



L'objectif de développement durable des Nations Unies concerné par cet enjeu.



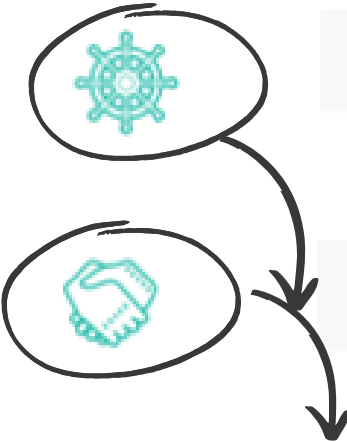
Action

Périmètre

Indicateurs

Objectifs

- Maintenir le label Tourisme et Handicap
- Avoir des supports présentant toute l'offre accessible aux personnes en situation de handicap



- Attestation de l'obtention du label
- Nombre de visiteurs uniques sur le mini-site dédié

- 2023 : renouvellement du label Tourisme & handicap (audit tous les 5 ans, le dernier ayant eu lieu en 2018)
- Croissance annuelle de 5% du nombre de visiteurs uniques

Un gouvernail pour symboliser les actions menées en autonomie au sein de l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropoles (OTCBM) et une poignée de mains pour les actions menées en partenariat.



RÉDUIRE LA PRODUCTION DE DÉCHETS

1 action



Besoin exprimé par nos professionnels



Action

Périmètre

Indicateurs

Objectifs

limiter et contrôler les impressions



- Certification des imprimeurs sur le papier utilisé
- Pourcentage des éditions distribuées, recyclées ou données
- Pourcentage des éditions disponibles en format papier / papier et numérique / seulement numérique
- Nombre de consultations de nos éditions numériques
- Nombre de conventions envoyées au format papier / numérique

- Impression des éditions à 100% par des imprimeurs certifiés sur du papier issu de forêts durablement gérées
- Baisse du tonnage parti en recyclage de 25% par rapport à N-1
- 100% de nos éditions disponibles au format numérique
- Augmentation du nombre de consultations de nos éditions numériques de 10% par rapport à N-1
- Plus aucune convention envoyée au format papier



RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE SUR LA DESTINATION ET PRÉSERVER NOS RESSOURCES NATURELLES

4 actions



Besoin exprimé par nos visiteurs



Mettre en place une stratégie visant à réduire notre pollution numérique



- Nombre d'actions mises en œuvre avec My Destination
- Mesure de la pollution numérique des posts en équivalent CO2

2021 : établissement du barème de mesure pour les posts
12 actions à réaliser : créer une ligne éditoriale responsable, réduire son rythme de publication, ajuster le ciblage des campagnes, faire une modération responsable, etc.

Promouvoir le City Pass qui intègre les transports en commun



Nombre de ventes de City-Pass

Augmentation des ventes de City-Pass de 5% par rapport à N-1

Action

Périmètre

Indicateurs

Objectifs

Lancer le Pack
Accueil avec son
offre de transports
en commun



Nombre d'événements professionnels et de participants bénéficiant de cette offre par an

- 2021 : test du dispositif sur des événements ciblés
- 2022 : Lancement opérationnel du Pack Accueil

Aides de l'entreprise
pour encourager au vélo
ou transports en
commun, instaurer le
télétravail quand c'est
possible



- Nombre de salariés en télétravail, hors situation COVID
- Nombre de salariés bénéficiant d'une aide pour l'utilisation des transports en commun

- Instauration d'un jour par semaine en télétravail, hors situation COVID, pour tous les salariés
- 100% des salariés utilisant les transports en commun bénéficient d'une aide financière



VALORISER L'OFFRE CULTURE ET NATURE ALTERNATIVE SUR LA MÉTROPOLE

7 actions



Besoin exprimé par
nos professionnels & nos visiteurs



Créer des parcours
d'itinérance douce



Nombre de parcours créés par rapport à N-1

1 nouveau parcours créé par rapport à N-1

Intégrer la durabilité
aux visites guidées



- Nombre d'actions de sensibilisation
- Nombre de visites guidées intégrant de la durabilité

- 1 action de sensibilisation par an
- 1 nouvelle visite créée par an

Avoir un conseil
clientèle orienté
développement durable



- Actions de sensibilisation/formation avec le personnel d'accueil par an
- Nombre d'outils disponibles pour le personnel d'accueil

- 1 action de sensibilisation/formation par an
- 1 outil spécialement développé

Action

Périmètre

Indicateurs

Objectifs

Exposition ou stand ou conférences ou événement pour présenter la viticulture engagée



Bordeaux Fête le Vin

- Nombre d'événements organisés et/ou de supports créés
- Nombre de personnes touchées

- 1 action réalisée visant à promouvoir la viticulture engagée
- Au moins 500 personnes touchées

Animer les sites internet et les éditions de l'OTCBM avec des contenus d'inspiration proposant une offre alternative de séjour et d'événement. Y promouvoir les partenaires engagés.



- Nombre d'articles, supports
- Consultations des sections durables

- 2 nouveaux articles par rapport à N-1 ou mis à jour
- Augmentation des consultations de 10% de la section durable par rapport à N-1

Sensibiliser les journalistes et influenceurs sur les engagements de la destination



Nombre de journalistes ou influenceurs sensibilisés via de l'envoi d'information ou un programme de visite adapté

- 2021 : 100 journalistes ou influenceurs sensibilisés
- N+1 : augmentation de 10% par an le nombre de journalistes ou influenceurs sensibilisés

Proposer des visites guidées gratuites ou à tarif réduit pour les habitants



- Nombre de visites guidées gratuites ou à tarif réduit proposées
- Nombre de bénéficiaires

2021 : Au moins 1000 bénéficiaires et 20 visites proposées

Action

Périmètre

Indicateurs

Objectifs

Maintenir le label
Tourisme et Handicap



Attestation de l'obtention du label

2023 : renouvellement du label Tourisme & handicap (audit tous les 5 ans, le dernier ayant eu lieu en 2018)

Avoir des supports
présentant toute
l'offre accessible aux
personnes en
situation de handicap



Nombre de visiteurs uniques sur le mini-site dédié

Croissance annuelle de 5% du nombre de visiteurs uniques

Dons de city-passes
aux personnes en
situation de
précarité



Nombre de city-passes donnés et utilisés

2021 : 60% de city-passes retirés

Mettre en place un
partenariat avec
l'association
Vacances & Familles



- Nombre d'actions réalisées dans l'année avec l'association
- Nombre de bénéficiaires de ces actions
- Nombre de dons depuis la plateforme visiter-bordeaux.com par rapport à l'année N-1

2021 :

- Augmentation de 10% des dons reçus pour l'association par rapport à 2020
- 2 actions réalisées avec l'association
- 20 bénéficiaires

Mise en place d'un
jeu concours pour
gagner des activités



Bordeaux Fête le Vin

Nombre de bénéficiaires

300 bénéficiaires



ÊTRE ACTEUR D'UNE RELATION PAISIBLE ENTRE ACTEURS TOURISTIQUES, HABITANTS ET VISITEURS

5 actions



Besoin exprimé par
nos habitants & visiteurs



Action

Périmètre

Indicateurs

Objectifs

Maintenir le label
Qualité Tourisme



Attestation de l'obtention du label

2023 : reconduction du label (dernier audit en 2018, tous les 5 ans)

Monitorer la
perception du
tourisme par les
habitants



- Nouvelle enquête disponible
- Niveau des indicateurs clefs de perception

- Résultats de l'enquête 2021
- Amélioration de la perception sur tous les indicateurs clefs par rapport à 2018

Développer des
outils de
communication en
faveur des habitants



Nombre de visiteurs uniques sur Un air de Bordeaux

Augmentation de 5% des visiteurs uniques d'Un Air de Bordeaux

Constituer des
groupes de travail
pluridisciplinaires
dans le cadre d'une
gouvernance ouverte



- Nombre de réunions de groupes de travail
- Nombre de participants
- Nombre d'actions intégrées à la stratégie pluriannuelle

- 2021 :
- 7 réunions de groupes de travail
 - Au moins 100 participants
 - 3 actions intégrées au plan d'action pluriannuel

Evaluer la qualité
d'accueil de l'OTCBM



Taux de satisfaction (visiter-bordeaux, TripAdvisor, Google, billetterie événements)

90% de satisfaction



FAVORISER LA CONSOMMATION DE PRODUITS LOCAUX. VALORISER NOS FILIÈRES D'EXCELLENCE

4 actions

Action

Périmètre

Indicateurs

Objectifs

Restauration locale, produits du terroir, mise en valeur des savoir-faire locaux



- Pourcentage de l'offre food locale
- Nombre de partenariats restauration, cavistes, bars à vin locaux

Mettre en place une politique d'achats responsables



- Document de politique d'achat disponible
- Pourcentage d'appels d'offre ou consultation contenant un critère de sélection durable

Attirer des événements en lien avec nos filières d'excellence, grâce au Club des Ambassadeurs de Bordeaux



- Nombre de membres du Club des ambassadeurs et nombre de personnalités en cours d'intégration (pré-club)
- Nombre de projets de candidature actifs sur l'année avec les ambassadeurs, journées congrès et retombées économiques potentielles
- Nombre d'événements accueillis sur l'année dont la source de prospection est un ambassadeur, journées congrès et retombées éco estimées
- Nombre de filières valorisées dans l'année

Proposer des visites guidées sur les savoir-faire locaux



- Nombre de circuits proposés
- Nombre de visiteurs ayant bénéficié de ces visites



Besoin exprimé par nos professionnels & visiteurs



2021 : Au moins 10 partenariats locaux

- Document disponible
- 100% des appels d'offre ou consultation contiennent un critère de sélection durable
- 1 prestataire choisi par an avec des engagements éco-responsables

- 10 à 20 nouveaux ambassadeurs par an en année standard et 2 nouveaux ambassadeurs en 2021
- 15 à 20 projets actifs sur l'année avec un ambassadeur en année standard. 6 projets pour 2021 .
- Entre 5 et 15 événements accueillis sur l'année
- 3 secteurs de nos filières stratégiques en Nouvelle-Aquitaine valorisées (communication, événements) dans l'année

2021 : au moins 1 parcours proposé sur l'année avec au moins 80 participants au total



AMÉLIORER LA PERFORMANCE DE LA DESTINATION ET DE L'OTCBM SUR LES NORMES DURABLES

7 actions



Besoin exprimé par nos visiteurs



Action

Périmètre

Indicateurs

Objectifs

Obtenir la certification ISO 20121



Certificat d'obtention

2021 : obtention de la certification

Réaliser et publier une politique durable pour l'OTCBM



Politique rédigée et publiée

2021 : 1 politique rédigée, signée par la direction et publiée sur le site internet de l'OTCBM

Former le personnel existant et entrant aux enjeux et à la politique de développement durable et mettre en place des pratiques collectives



- Nombre d'actions réalisées
- Appréciation des salariés évaluée lors d'une enquête qualitative annuelle

- 2021 : plan d'action réalisé, communication périodique mise en place et au moins 2 actions réalisées
- 70% du personnel sensibilisé
- 80% d'appréciation positive lors de l'enquête qualitative

Valoriser les actions durables de la destination et des partenaires dans les propositions commerciales



Nombre d'outils de promotion intégrant des éléments durables

- 2021 : Au moins 5 supports
- N+1 : Augmentation de 30% par an

Action

Périmètre

Indicateurs

Objectifs

Proposer un accompagnement pour un événementiel à impact positif pour le territoire



Nombre d'événements accompagnés

- 2021 : marketer une offre pour accompagner les organisateurs d'événement et favoriser l'accueil d'événements laissant un héritage positif sur la destination
- 2022 : accompagner un événement test

Améliorer l'analyse des risques et opportunités à l'OTCBM



- Revue de direction intégrant les risques liés aux parties intéressées
- Tableau de maîtrise des risques et opportunités à jour

Documents à jour fin 2021

Rendre compte de la performance durable (rapport d'activité et baromètre)



- Baromètre disponible
- Rapport d'activité intégrant des indicateurs de performance durable disponibles et les ODD
- Nombre de rapports d'activité distribués ou consultés en ligne

Documents disponibles et présentés en Assemblée générale

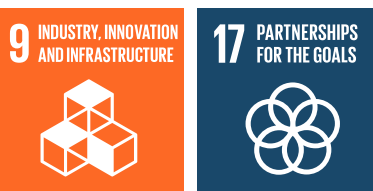


ACCROÎTRE LES COMPÉTENCES DURABLES DES ACTEURS TOURISTIQUES LOCAUX

5 actions



Besoin exprimé par nos professionnels & visiteurs



Détenir un inventaire à jour des engagements durables des partenaires



- Enquête annuelle de mise à jour des engagements de adhérents
- Présence sur le site d'un filtre permettant au public d'afficher les adhérents engagés
- Pourcentage d'augmentation des adhérents engagés

2021 :

- Une enquête annuelle réalisée
- Filtre sur les sites fonctionnel
- 10% d'adhérents engagés en plus par rapport à 2020

Action

Périmètre

Indicateurs

Objectifs

Sensibiliser et former les hôtels sur les démarches durables



- Mise en place effective de la charte pour les éco-hébergeurs
- Nombre de webinaires de sensibilisation et formation
- Nombre d'hôtels labellisés

2021 :

- Une réunion réalisée en amont avec les hôteliers
- Une charte réalisée et diffusée
- 2 actions de promotion et sensibilisation des hoteliers sur la charte dont un webinaire
- Au moins 8 hôteliers sur la métropole ayant une certification durable octroyée par une tierce partie

Sensibiliser et former les agences et prestataires d'activités sur les démarches durables



- Nombre de webinaires de sensibilisation et formation sur les chartes RSE et les certifications
- Nombre d'agences ayant une charte RSE
- Nombre d'agences labellisés

2021 :

- 2 actions de promotion et sensibilisation des agences dont un webinaire contenant une partie sur les chartes RSE et une partie sur les certifications
- Au moins 5 agences sur la métropole ayant une certification durable octroyée par une tierce partie et une charte RSE

Sensibiliser et former les sites de visite sur les démarches durables



- Nombre de sites de visite accompagnés vers l'obtention de la norme NF Environnement
- Nombre de sites ayant obtenu la norme

2021 : Au moins un site accompagné ayant obtenu la norme NF Environnement

Faire signer aux cavistes et restaurateurs une charte d'engagements éco-responsables



Bordeaux Fête le Vin

- Nombre de signataires
- Résultats de l'enquête de satisfaction

2021 : 100% des restaurateurs et cavistes signataires