TCI Research
Travel Competitive Intelligence

travelsat
Resident Sentiment Index

Etude de la perception du tourisme par les résidents de Bordeaux Métropole

Rapport d'étude – Mai 2021

BORDEAUX TOURISME & CONGRÈS

emmanuel.meunier@tci-research.com
floriane.guidoux@tci-research.com

Sommaire

3. A propos de l'étude

L'enquête 'Residents Sentiment Index'
Méthodologie et échantillonnage

8. Attractivité de la métropole

Attractivité, atouts et faiblesses : point de vue des résidents de la métropole

15. Sentiment général

Les indicateurs clés : impact du tourisme, part de réfractaires au tourisme, soutien, prise en compte de la qualité de vie

18. Perceptions détaillées

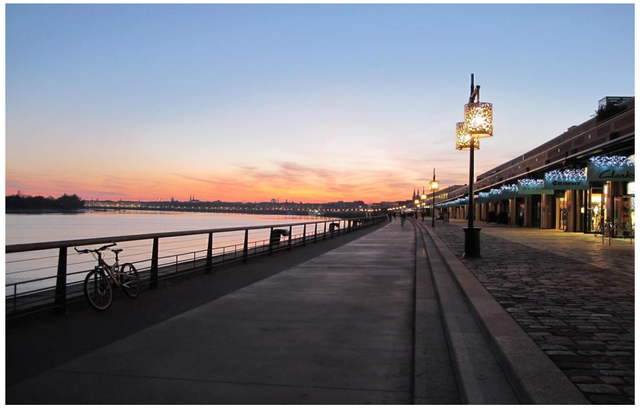
Sentiment à l'égard du tourisme
Perception des nuisances
Impact de la crise sanitaire sur la perception du tourisme
Implication des résidents dans l'accueil des touristes

35. Profil des ambassadeurs

Eléments de caractérisation en comparaison aux moins favorables…

37. A retenir

Conclusions, pistes de réflexions



1. A propos de l’étude

travelsat
Resident Sentiment Index

Une enquête globale et standardisée

Pour mesurer le sentiment des résidents à l'égard du tourisme

Critères qui influencent LE PLUS l'expérience des visiteurs

Source : TCI / TRAVELSAT Competitive Index
Corrélation à la satisfaction globale – Destinations urbaines européennes

Parce ce que l'attitude des résidents est le levier le plus important en matière d'expérience des visiteurs !

La croissance du tourisme doit aller de pair avec l'acceptation du tourisme.
Nous fournissons les indicateurs permettant de mesurer le sentiment des résidents
… avant que le tourisme ne devienne un problème !

travelsat
Resident Sentiment Index

Une solution pour s'assurer que les habitants joueront avec vous… et non contre vous !

Une enquête internationale, standardisée
Pour mesurer la perception du tourisme par les résidents

30+ KPI
Les indicateurs essentiels pour mesurer les impacts du tourisme perçus comme positifs et négatifs

Benchmarking des données
Pour des résultats en perspective et caractériser les enjeux propres à votre destination

Des résultats en évolution…
Des possibilités de comparaison des résultats avec l'édition de l'étude réalisée en 2018 pour la métropole bordelaise

TCI Research
Travel Competitive Intelligence

travelsat
Resident Sentiment Index

Comment les données sont-elles collectées ?

Zoom sur la méthodologie déployée

Représentativité de l'échantillon

- Cible interrogée : individus, homme et femme, âgé(e) de 18 ans et plus, résidant à Bordeaux ou dans l'une des 27 communes de la métropole
- Une structure d'échantillon représentative et calibrée sur les données de référence INSEE à l'échelle de la métropole

Le recrutement des résidents

- 1.000 enquêtes menées du 1er au 16 avril 2021
- A partir d'un Access Panel en ligne
- Quotas : sexe, âge, PCS, répartition par communes

Un questionnaire normé

- Questionnaire comparable à l'étude 2018 pour garantir les comparaisons historiques
- L'insertion de questions ad'hoc pour tenir compte de la situation sanitaire
- Une durée de passation d'environ 8 minutes
- Un dispositif constant entre les destinations de manière à garantir la pertinence du benchmarking

L'échantillon a été calibré pour refléter les statistiques de l'INSEE.

BORDEAUX TOURISME & CONGRÈS

Le périmètre de benchmarking

Une mise en perspective des indicateurs clés de performance

Le benchmarking pour révéler les enjeux propres à la destination Bordeaux Métropole ...

- **Comparaison des principaux résultats de Bordeaux Métropole** par rapport à la base de données RSI,
- Dans le cadre de cette édition, les scores de la métropole de Bordeaux sont comparés à une **norme agrégée** constituée des destinations suivantes : ***Bruxelles, Florence, Lyon, Séville, Munich et Porto*** *(> 3.000 enquêtes au total, interviews menés en 2021).*

Se comparer pour un diagnostic plus fin...

- **Score moyen** constaté dans la norme,
- **Score le plus haut** (Valeur maximale dans le groupe de benchmarks),
- **Score le plus bas** (Valeur minimale dans le groupe de benchmarks).

travelsat
Resident Sentiment Index

Profil de l'échantillon

Un échantillon représentatif des habitants

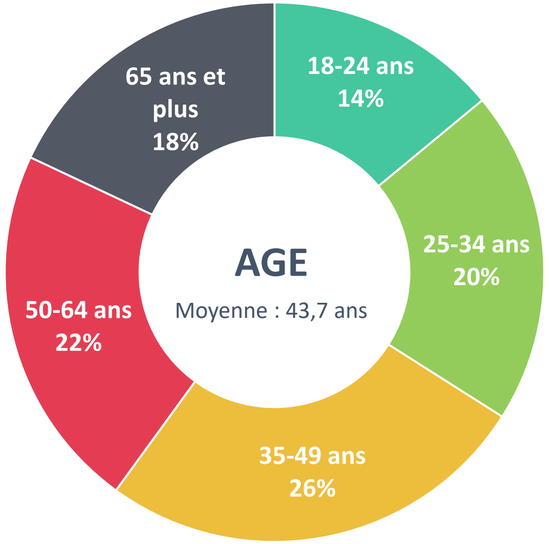
N = 1.000 répondants

53% 47%

PCS + 40%

PCS – 35%

Inactifs 23%



Déclarent héberger des touristes ne serait-ce qu'occasionnellement

Oui, régulièrement 5%

Oui, parfois 13%

18%

Non, jamais 80%

21%

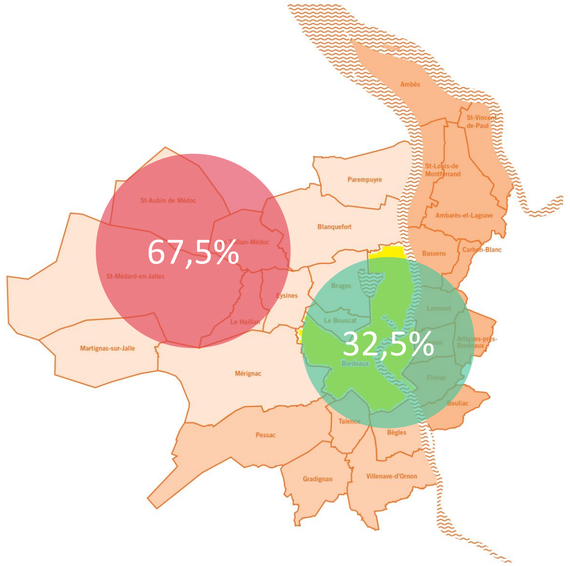
EXERCENT UNE ACTIVITE EN LIEN AVEC LE TOURISME

58%

HABITENT LA METROPOLE DEPUIS > 15 ANS

Distribution des répondants entre Bordeaux et le reste de la métropole

Mérignac : 11%
Talence : 8%
Pessac : 7%
Autres : 42%



BORDEAUX TOURISME & CONGRÈS

2. Attractivité de la métropole par les résidents

travelsat
Resident Sentiment Index

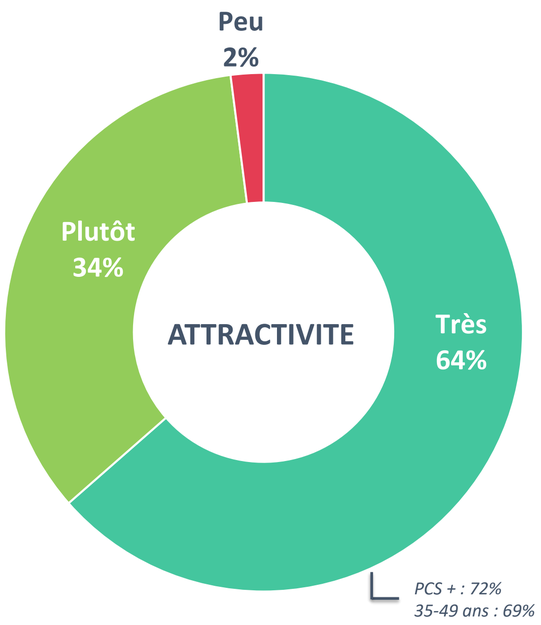
Une métropole attractive pour 98% des résidents…

La destination maintient et conforte son attractivité : 64% des résidents la jugent TRES attractive (+ 3 pts) !

D'après l'image que vous en avez, vous diriez que Bordeaux est une destination touristique…

2021

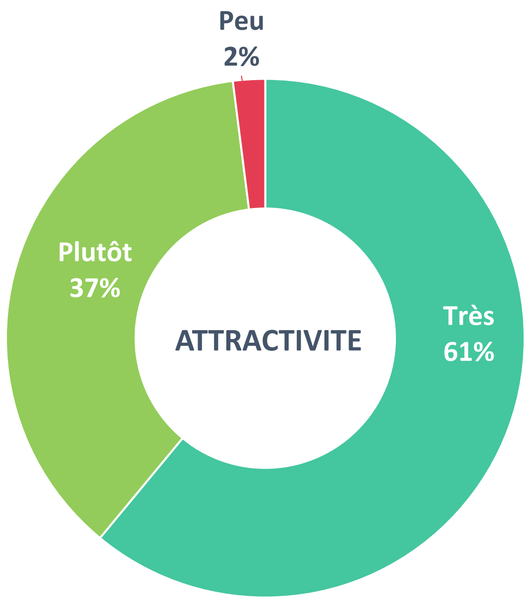
ST Attractive : 98%



=

2018

ST Attractive : 98%

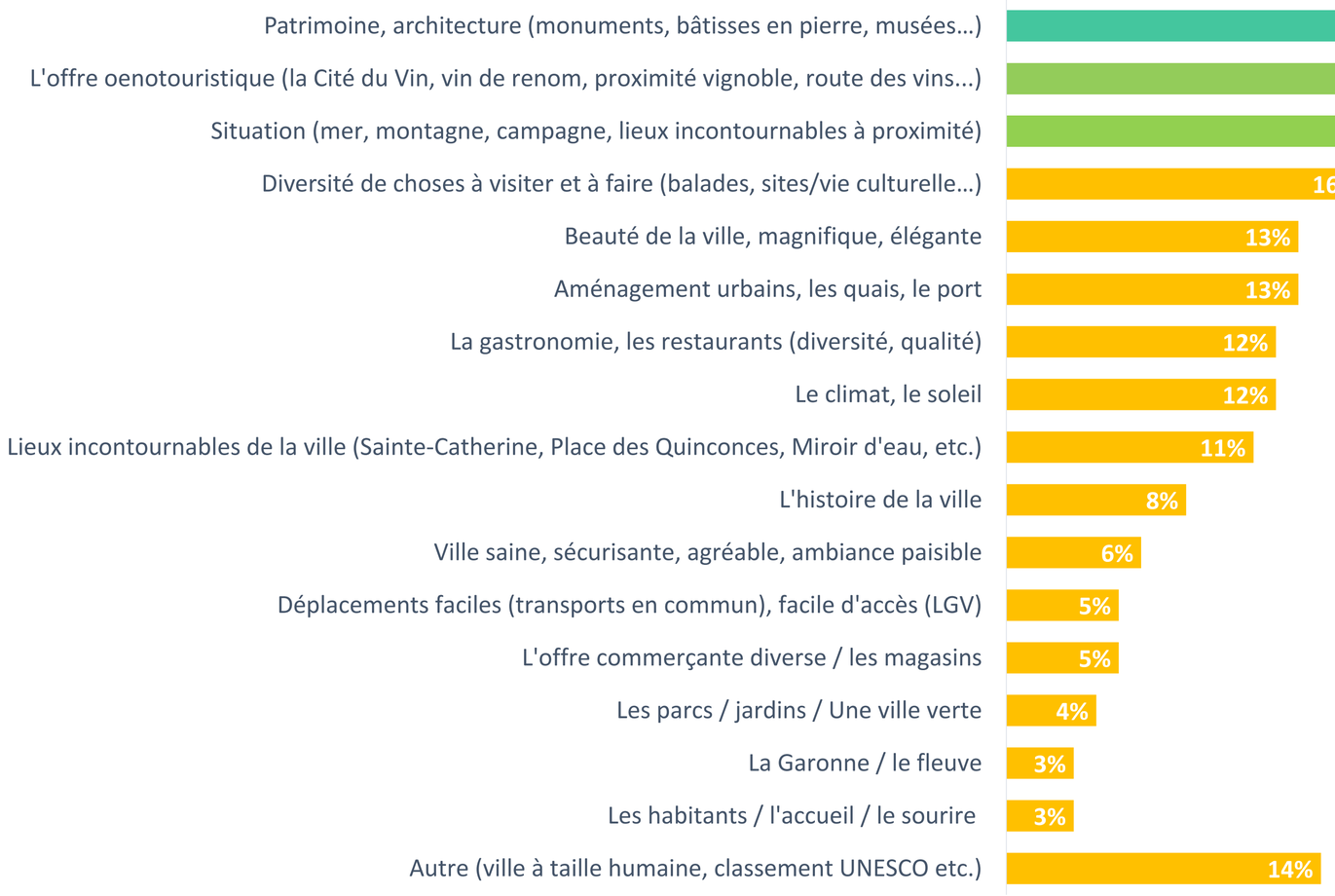


travelsat
Resident Sentiment Index

Atouts de Bordeaux Métropole - (Mentions spontanées)

Patrimoine, architecture, vignobles, situation géographique, aménagements…

Selon vous, quels sont les atouts de Bordeaux en tant que destination touristique ? Toutes vos idées nous intéressent !



Principaux atouts cités

- **Le patrimoine, l'architecture** restent les principaux atouts de la destination, cités par 4 résidents sur 10. Bordeaux est qualifiée de **belle ville**, pleine **d'élégance**. Une beauté portée par des **aménagements jugés particulièrement réussis** (quais de la Garonne) qui invitent à la promenade / flânerie.
- **L'offre oenotouristique ressort bien également** : Cité du Vin mais également la proximité des vignobles, la route des vins.
- La **situation géographique** constitue un autre point fort : proximité du littoral, la campagne, accès facile aux Pyrénées, en plus de la bonne **connectivité** (LGV) de la métropole.
- La **diversité dans les activités** est aussi mentionnée par les répondants, tout comme la **gastronomie**, le **climat,** certains **lieux spécifiques de la ville (rue Sainte Catherine, miroir d'eau).**

BORDEAUX TOURISME & CONGRÈS

Les atouts de la métropole bordelaise en tant que destination…

Sélection de témoignages illustratifs

La beauté des bâtiments du centre de bordeaux

Il y a un patrimoine gastronomique et des transports en commun de qualité

C'est une ville à taille humaine

Une ville propre, refaite à neuf

Le fait d'avoir des plages à quelques kilomètres.

Bordeaux est un symbole de la culture française par son vin

Tous les restaurants de culture différente

Son classement à l'UNESCO

L'histoire et ses monuments. Le plaisir de flâner le long du fleuve et dans le vieux bordeaux

Les vins, l'architecture et l'océan

La célèbre place des Quinconces

Il y a de beaux monuments anciens mais aussi de nouveaux édifices comme la Cité du Vin qui est une construction innovante

Excellente situation et excellent climat

La longue rue piétonne et commerçante est très attractive

La visite des parcs et des jardins

Les couleurs de la ville et le sourire des habitants de bordeaux

Ville très jolie, très agréable à visiter. Convient à différents types de tourisme

Les quais bordelais, les différentes boutiques, les déférents parcs. Et les moyens de locomotion variés.

Pouvoir louer des vélos à la journée pour un prix très raisonnable

Sa proximité avec la mer et la desserte ferroviaire

La possibilité de visiter les vignobles, le miroir d'eau

Il y a beaucoup de chose à découvrir : des belles rues, notamment la plus grande rue commerciale de France, la plus grande place d'Europe

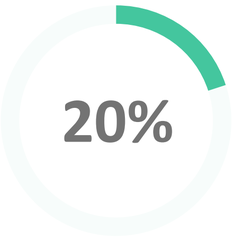
Très belle ville, riche culturellement, avec de nombreux restaurants, et proche de l'océan

Bordeaux est une ville très attractive pour son architecture et ses vignobles tout autour

travelsat
Resident Sentiment Index

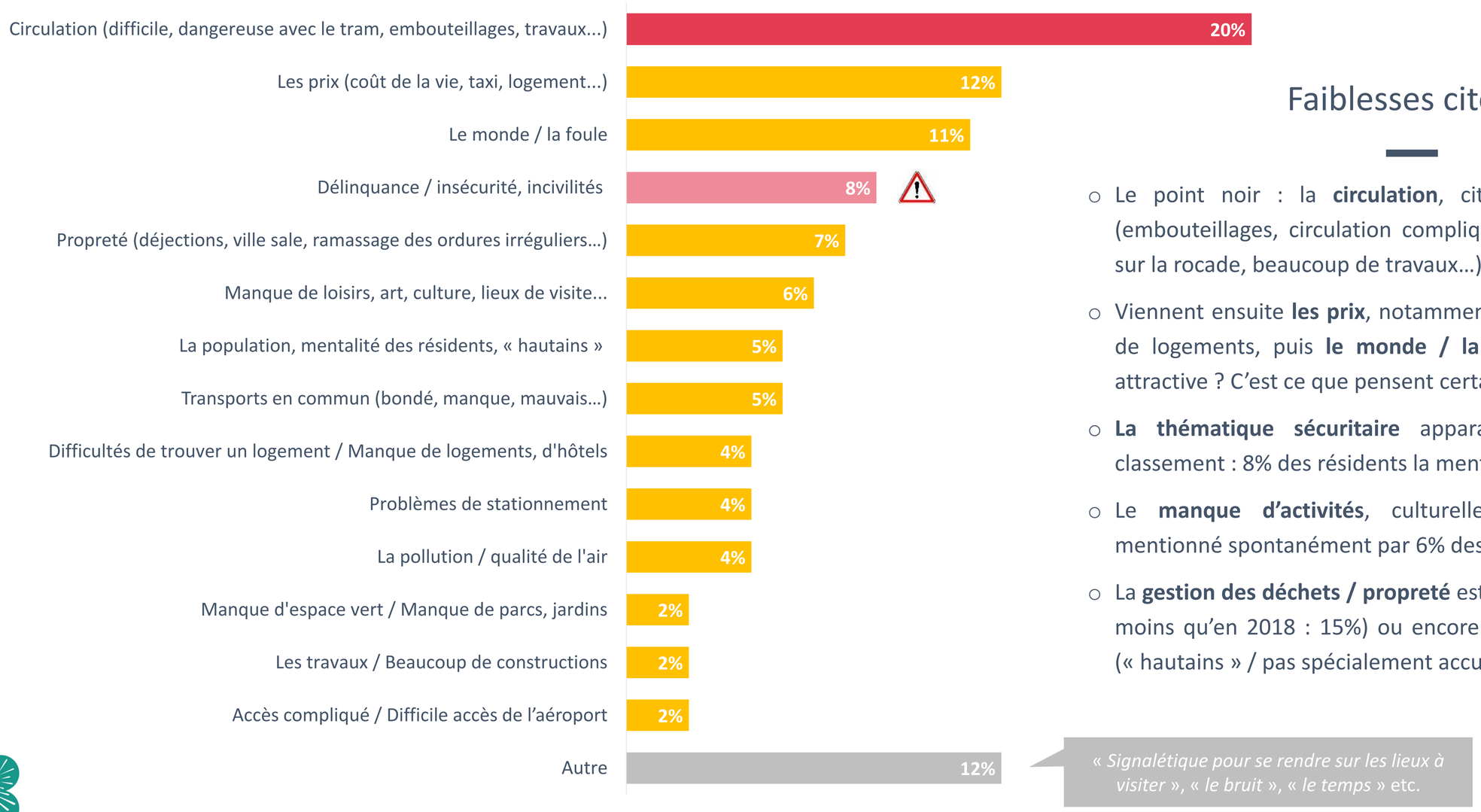
Faiblesses de la métropole bordelaise

La circulation et les prix des logements restent des aspects critiqués… l'insécurité fait son apparition



Aucune

A l'inverse, quels sont les points faibles de Bordeaux en tant que destination touristique ? Toutes vos idées nous intéressent !



« Signalétique pour se rendre sur les lieux à visiter », « le bruit », « le temps » etc.

Faiblesses citées

- Le point noir : la **circulation**, citée par 1 résident sur 5 (embouteillages, circulation compliquée aux heures de pointes sur la rocade, beaucoup de travaux…).
- Viennent ensuite **les prix**, notamment de l'immobilier / manque de logements, puis **le monde / la foule**. Bordeaux « trop » attractive ? C'est ce que pensent certains répondants !
- **La thématique sécuritaire** apparait assez haute dans ce classement : 8% des résidents la mentionnent (absente en 2018).
- Le **manque d'activités**, culturelles notamment, est aussi mentionné spontanément par 6% des résidents.
- La **gestion des déchets / propreté** est aussi critiquée (mais plutôt moins qu'en 2018 : 15%) ou encore **la mentalité des Bordelais** (« hautains » / pas spécialement accueillants).

BORDEAUX TOURISME & CONGRÈS

Les faiblesses de Bordeaux en tant que destination

Sélection de témoignages illustratifs

Certains quartiers où il y a de l'insécurité

Les difficultés de circulation (Prenez la rocade bordelaise vers 9h ou 18h et vous saurez)

On peut rapidement faire le tour de la ville

Les achats et locations d'appartements sont chers !

La saleté, certains endroits mal entretenus

Trop de monde surtout dans le centre

Les Bordelais eux-mêmes qui ne sont pas forcément à hauteur de leur ville

L'accessibilité du centre-ville depuis l'aéroport

C'est une destination très attractive, voire trop, dans le sens où il est de plus en plus cher de se loger

Le logement n'est pas facile à trouver

Les difficultés pour se garer

Les itinéraires pour se rendre au lieux ne sont pas indiqués de manière suffisante par des panneaux

Les nouveaux musées sont hors de prix (Cité du vin, musée de la Marine)

Les travaux constants, dans toute la ville

La liaison est compliquée entre gare et aéroport

Le manque d'espaces vert

Manque de budget de rénovation et nombre de lieux à visiter tels que musées

La population : nous ne somme pas très courtois ni accueillants dans notre ville

Beaucoup trop de monde dans les transports

Les transports en commun pas très organisés, les piste cyclables pas sécurisantes

Certains quartiers sont vraiment sales et peuvent donner une mauvaise image de la ville

La pollution, beaucoup de déchets, beaucoup de travaux

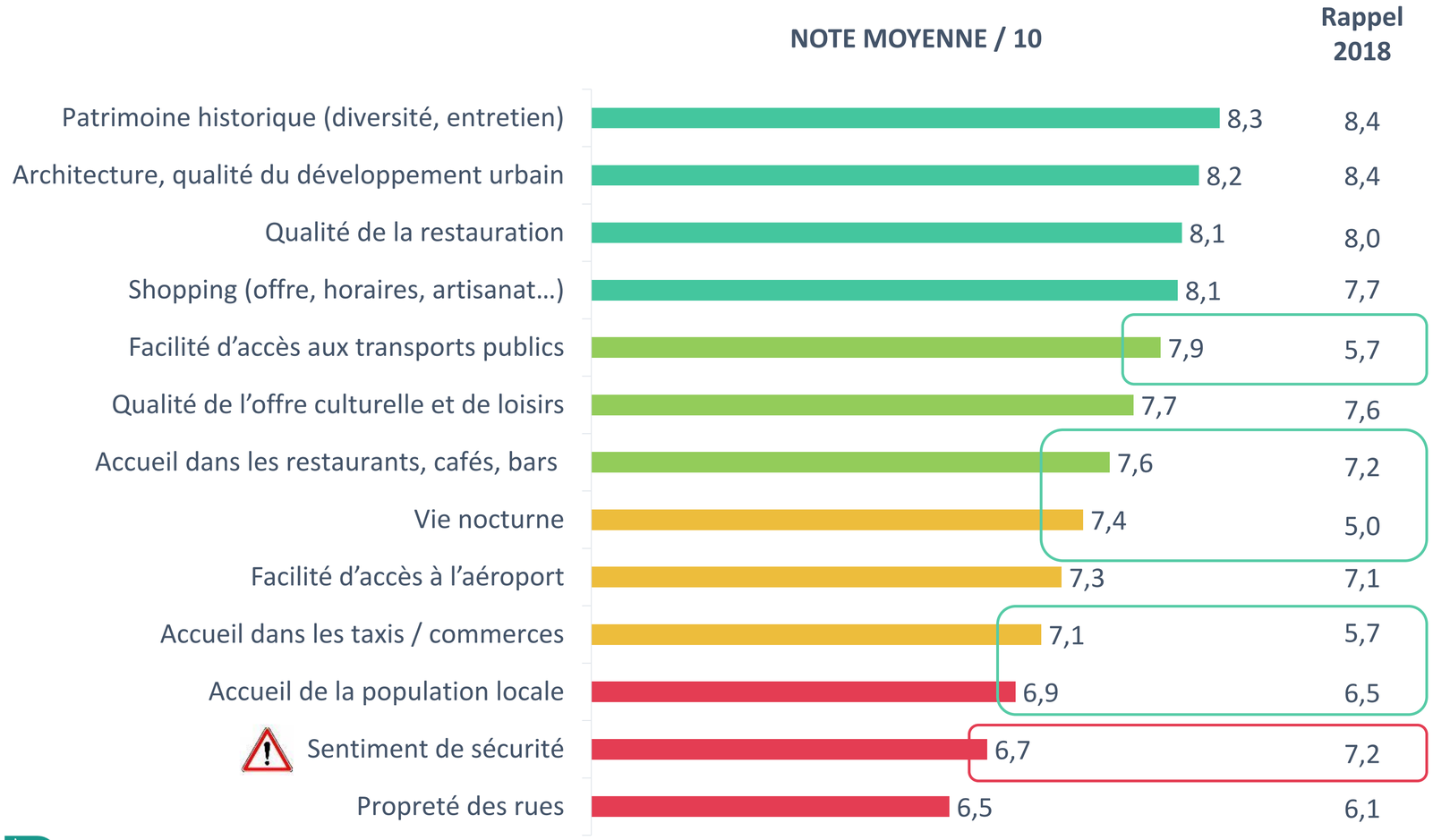
Son manque de logements

Pas assez bien desservies en transport en commun

Evaluation de Bordeaux en tant que destination…

Un jugement plus favorable qu'en 2018… excepté sur le plan de la sécurité

Par rapport à l'idée que vous vous faites de Bordeaux en tant que destination touristique, comment évaluez-vous chacun des aspects suivants ? Sur une échelle de 1 à 10, que pensez-vous de…



Des progrès dans l'ensemble, excepté en matière de sécurité

- Selon les résidents, la métropole est performante en matière de **patrimoine historique**, de par son **architecture et la qualité de son développement urbain**. Son offre de **restauration** est aussi perçue comme de qualité, tout comme son offre de **shopping**.
- Par rapport à 2018, la métropole progresse sur plusieurs dimensions : la **facilité d'accès aux transports publics**, l'**accueil dans les restaurants, cafés, bars** et sur l'offre de **vie nocturne** (des activités « fermées » depuis le démarrage de la crise sanitaire… qui manquent ?).
- En dépit de scores absolus plutôt faibles, **l'accueil de la population locale** et **dans les taxis / commerces** s'est également améliorée.
- En revanche, le **sentiment de sécurité** s'est dégradé, confirmant les mentions spontanées (-0,5 pt de moyenne par rapport à 2018) : un aspect à surveiller !

3. Sentiment général à l’égard du tourisme

travelsat
Resident Sentiment Index

Sentiment général à l'égard du tourisme

Bordeaux en comparaison à la norme (Bruxelles, Lyon, Florence, Séville, Porto, Munich)

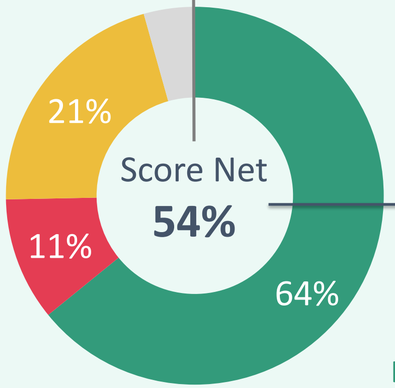
SENTIMENT GENERAL A L'EGARD DU TOURISME

"D'une manière générale, vous diriez que le développement du tourisme à Bordeaux génère …"

Autant de conséquences positives que négatives

Plus de conséquences négatives que positives

(+ 4 pts Vs 2018)



Résidents de Bordeaux : 56%
Résidents de la métropole : 52%

+3 pts

Au-dessus de la norme

(- 4 pts Vs 2018)

Plus de conséquences positives que négatives

INDICE DE "TOURISMOPHOBIE"

« Le développement du tourisme génère plus de conséquences négatives » ET pas d'accord avec l'item « Bordeaux doit continuer à se promouvoir pour attirer les touristes »

+2 pts

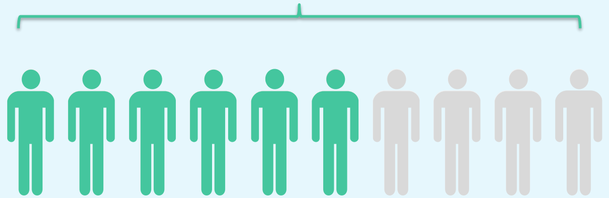
Comparé à la norme

(+ 1 pt Vs 2018)

Résidents de Bordeaux : 5%
Résidents de la métropole : 6%

Résidents de Bordeaux : 61%
Résidents de la métropole : 62%

Net **62%**



+2 pts

Au-dessus de la norme

(+8 pts Vs 2018)

INDEX DE SOUTIEN DES RESIDENTS AU TOURISME

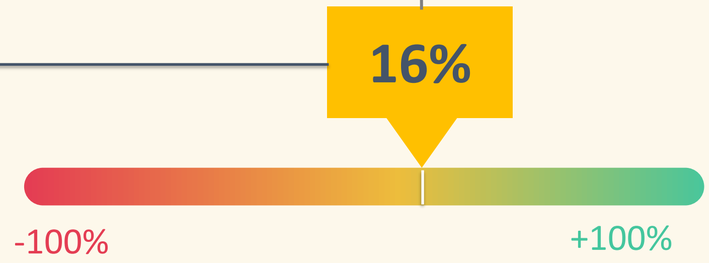
"Bordeaux doit continuer à se promouvoir pour attirer les touristes" – Net % (ST d'accord – ST Pas d'accord)

+9 pts

Au dessus de la norme

(+8 pts Vs 2018)

Résidents de Bordeaux : 28%
Résidents de la métropole : 11%



LA CONSIDERATION DES RESIDENTS

"La politique touristique prend bien en compte l'impact sur la vie des habitants" – Net %

Synthèse globale

Sentiment général à l'égard du tourisme dans la métropole Bordelaise

Des résidents en majorité en soutien au tourisme ; la part de réfractaires se maintient…

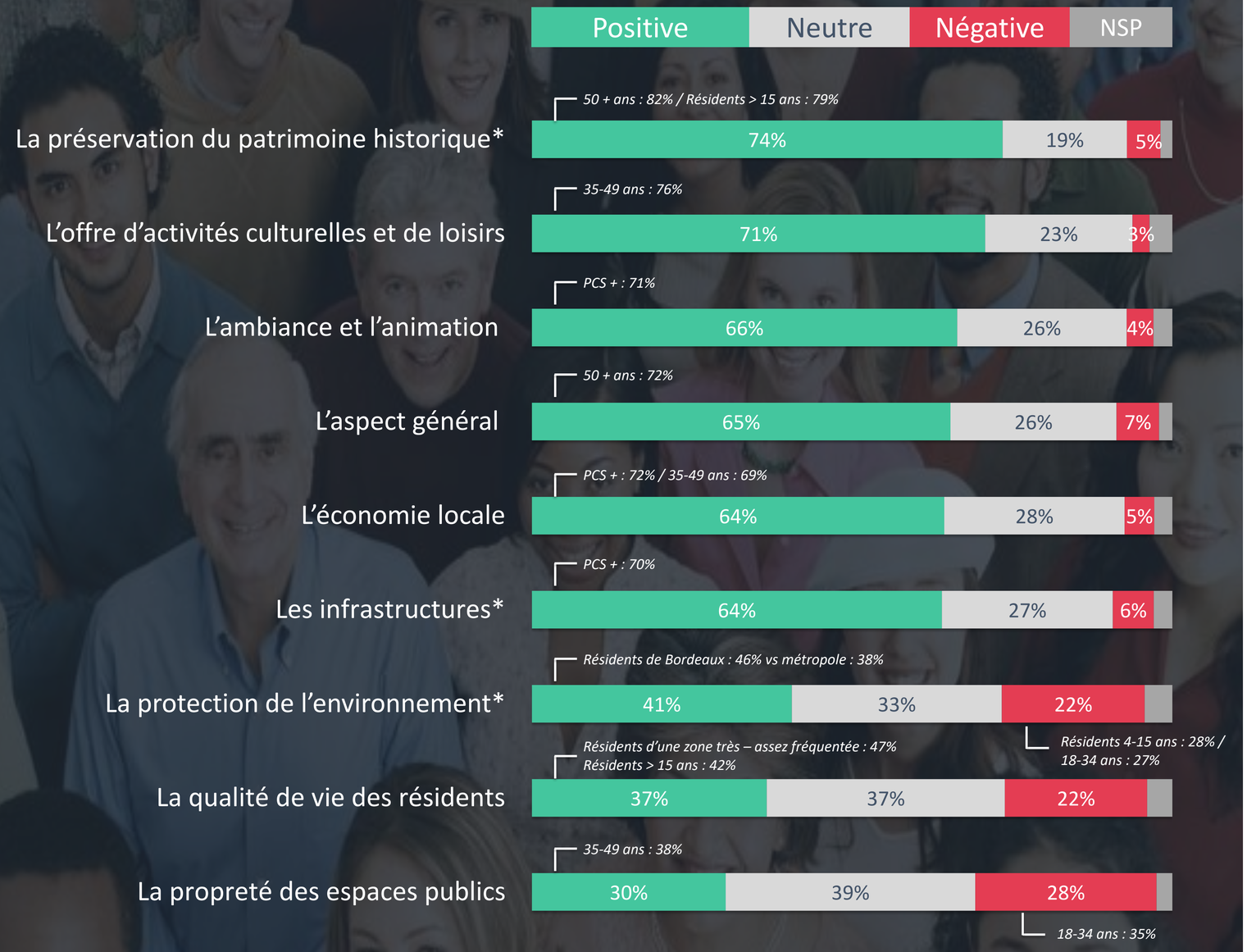
- 64% des résidents estiment que le tourisme génère **plus de conséquences positives que négatives** ; à l'inverse 11% considèrent que le tourisme apporte plus de conséquences négatives :
  - le score net est légèrement supérieur à la norme (+ 3 pts) …
  - … mais inférieur de 4 pts en comparaison à 2018. Un résultat qui s'explique par une part plus élevée de résidents qui jugent les conséquences négatives plus importantes : 11% vs 7% en 2018.
- La **part de tourismophobes s'établit à 6%,** soit 2 pts au dessus de la norme sur le périmètre étudié et 1 pt de plus qu'en 2018. Un résultat assez stable, qui laisse la métropole de Bordeaux assez loin du seuil d'alerte de 10%.
- Le **soutien des résidents au tourisme est élevé** : les résidents sont plus nombreux qu'ailleurs à estimer que la métropole doit continuer de se promouvoir pour attirer des visiteurs (+ 2 pts vs la norme, mais surtout + 8 pts Vs 2018 !). La crise sanitaire a probablement influencé favorablement ce score !
- L'indice de prise en considération de l'impact du tourisme sur la **qualité de vie** des habitants progresse également : il atteint 9 points de plus que la norme et gagne 8 points en comparaison à 2018. Une évolution sensible sur cet aspect essentiel : des **résidents qui se sentent davantage inclus dans la politique touristique.** La mise en place d'une démarche participative (le **forum tourisme durable** qui réunira habitants, élus, professionnels, associations et institutionnels) s'inscrira bien dans cette direction.

4. Perceptions détaillées

travelsat
Resident Sentiment Index

PERCEPTION DU TOURISME : QUELS IMPACTS ?

Pour chacun des aspects suivants, diriez-vous que le développement du tourisme à Bordeaux a une influence plutôt positive ou négative ?



travelsat
Resident Sentiment Index

Un tourisme perçu comme moteur, mais des attentes en matière de durabilité

- Pour plus de 7 Bordelais sur 10, le tourisme a une influence positive sur la **préservation du patrimoine historique** et sur **l'offre d'activités culturelles et de loisirs**.
- **L'ambiance**, **l'aspect général**, **l'économie locale** et l'impact du tourisme pour la création d'**infrastructures** sont aussi favorablement évalués.
- Les **critères liés à la durabilité** apparaissent en revanche plus challengés et génèrent une part plus élevée de réactions négatives : protection de **l'environnement**, **propreté** des espaces publics et impact du tourisme sur la **qualité de vie**.
- Les **plus jeunes** (18-34 ans) semblent d'ailleurs plus sensibles sur ces aspects et les **jugent plus sévèrement**.

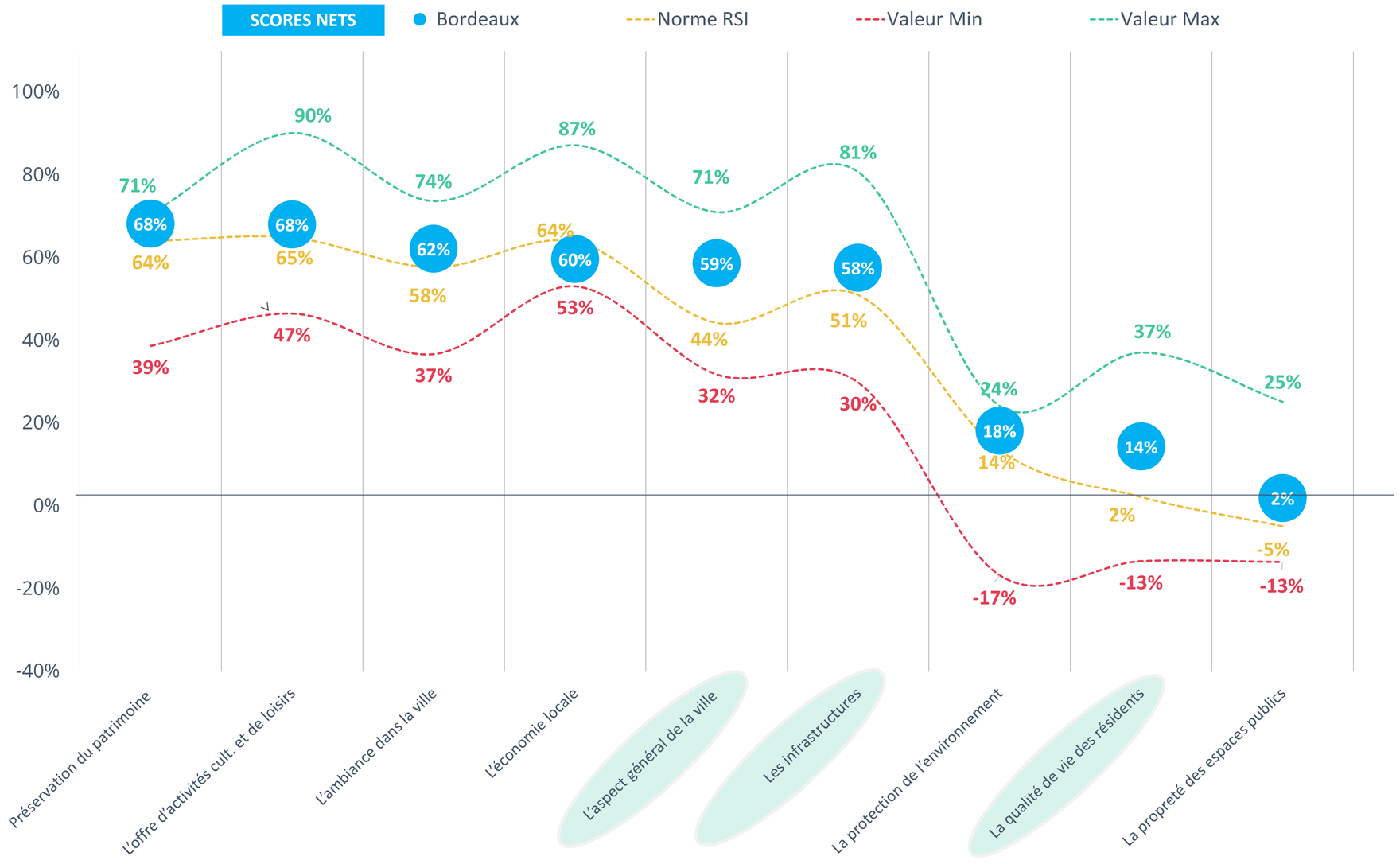
*** Définitions**

La préservation du patrimoine historique	*La préservation et mise en valeur du patrimoine historique*
Les infrastructures	*Les infrastructures (transports, équipements sportifs, culturels…)*
La protection de l'environnement	*La protection de l'environnement et des sites naturels*

Perception de l'impact du tourisme - Benchmarking

Bordeaux par rapport aux normes de référence

NB : Items classés par ordre décroissant sur le score NET de Bordeaux



La comparaison aux normes de référence révèle un bilan favorable pour la métropole

- La comparaison aux normes montre un impact du tourisme plutôt positif pour la métropole de Bordeaux : des **critères en ligne ou supérieurs à la norme :** pas de dimension en retrait significatif.
- Deux critères se démarquent particulièrement : **l'aspect général** de la ville (+ 15 pts Vs norme) et la **qualité de vie** des résidents (+ 12 pts).
- Le lien entre tourisme et **création d'infrastructures** ressort également plus fortement qu'ailleurs (+ 7 pts).
- Bien que moins élevés dans l'absolu, les critères liés à la **protection de l'environnement** et à la **propreté des espaces publics ne sont pas en retrait** en comparaison aux normes.

Quelles évolutions des perceptions ?

Comparaisons des scores nets avec 2018

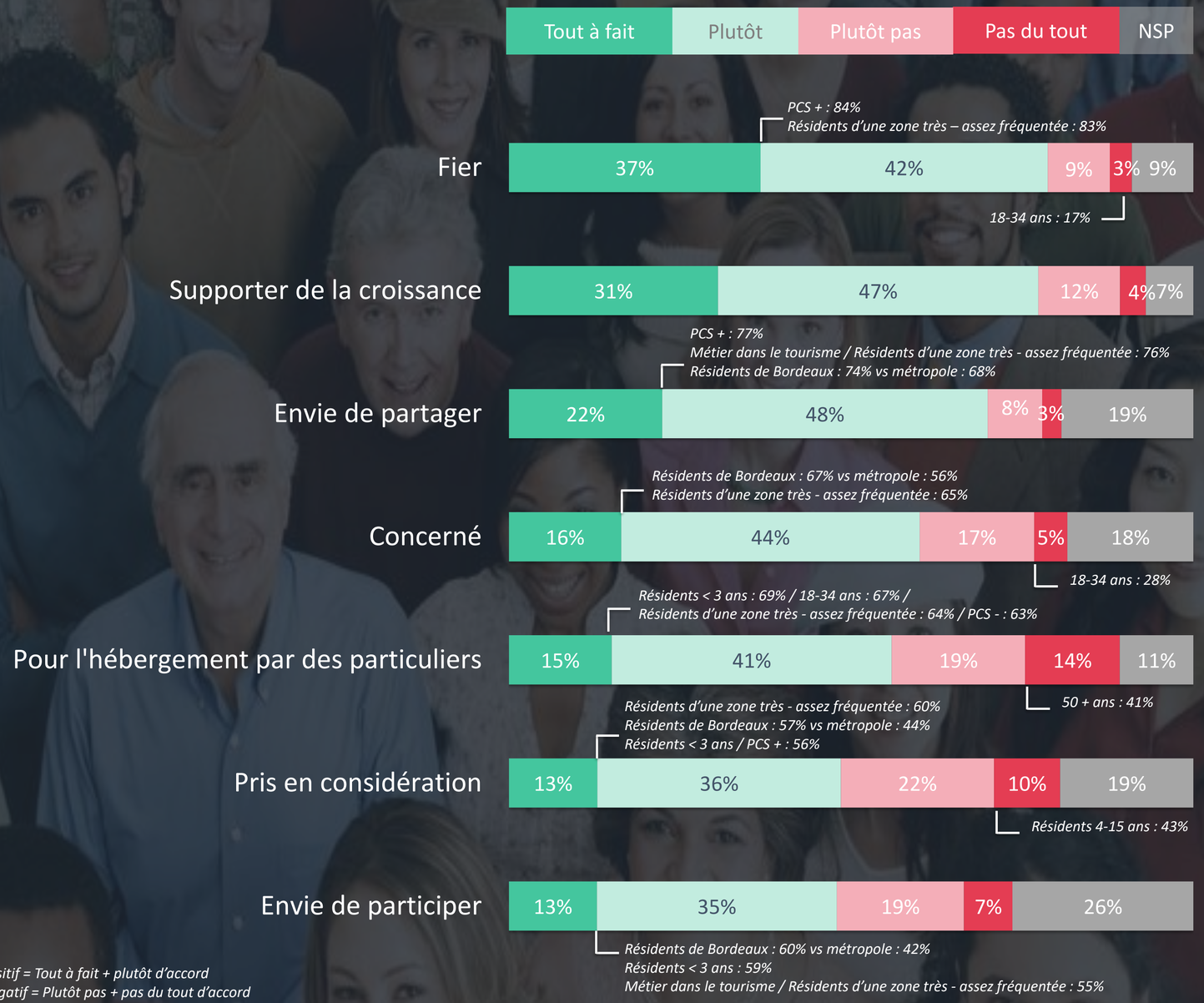
NB : Items classés par ordre décroissant sur le score NET de Bordeaux

Quelques baisses à noter en comparaison à 2018…

- Par rapport à 2018, l'item mesurant l'impact du tourisme pour la **qualité de vie des résidents** s'est amélioré (+ 7 pts), permettant à la métropole de surpasser la norme sur ce critère important.
- En revanche, le lien entre développement du tourisme et **préservation du patrimoine et aspect général de la ville** est moins établi (respectivement -12 pts et - 10 pts).
- Également, bien que la **protection de l'environnement** et la **propreté des espaces publics** soient mieux évaluées qu'ailleurs, elles se dégradent sensiblement par rapport à 2018 (resp. – 17 et – 9 pts).

SENTIMENT DES RESIDENTS A L'EGARD DU TOURISME

Etes-vous d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?



ST Positif = Tout à fait + plutôt d'accord
ST Négatif = Plutôt pas + pas du tout d'accord

Des résidents fiers et supporters de la croissance, mais dont l'envie de s'impliquer reste modérée…

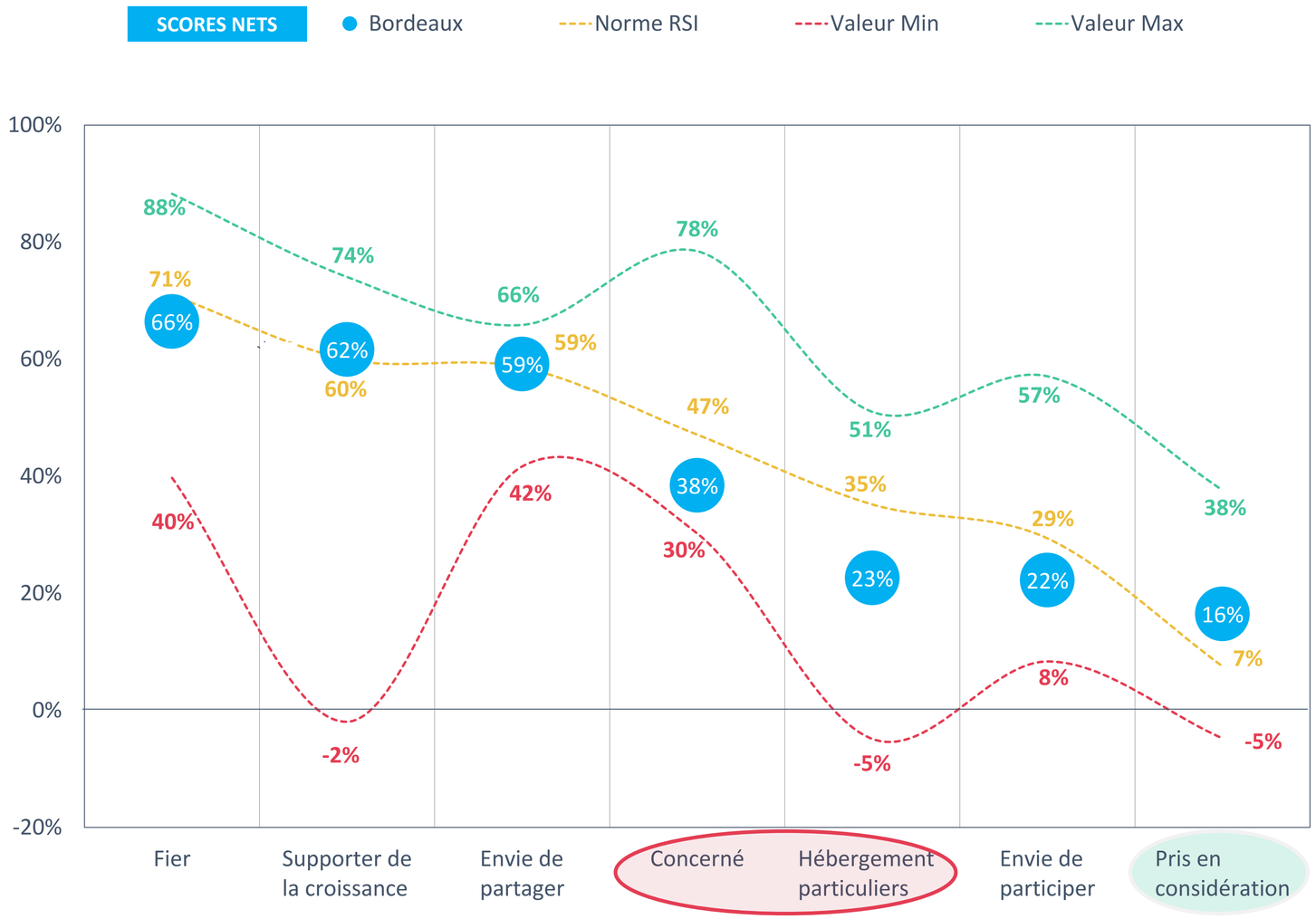
- 8 résidents sur 10 se disent **fiers d'accueillir des touristes venus de loin** pour visiter la destination ; et la même proportion estime que la métropole doit **continuer à se promouvoir** pour attirer !
- **L'envie de partager des conseils** s'exprime chez 70% des résidents ; 6 résidents sur 10 se sentent concernés **par le développement du tourisme** (plutôt les résidents de Bordeaux).
- Les **hébergements proposés par des particuliers** continuent à être un **sujet clivant** : si 56% des résidents estiment que c'est une bonne chose (notamment les jeunes et nouveaux résidents ou encore ceux résidant dans une zone fréquentée), 1/3 pensent le contraire (+ 4 pts sur le « Pas du tout d'accord » en comparaison à 2018).
- 50% des résidents estiment que la politique touristique prend bien en compte **l'impact sur la vie des habitants** (une proportion qui monte même à 57% parmi les résidents de Bordeaux).

Définitions

Fier	*Je suis fier de voir des touristes venus de loin pour visiter ma ville*
Supporter de la croissance	*Ma ville doit continuer à se promouvoir pour attirer les touristes*
Envie de partager	*J'aime partager des conseils avec des touristes que je rencontre*
Concerné	*Je me sens concerné(e) par le développement du tourisme*
Pour l'hébergement par des particuliers	*Le développement d'offres d'hébergements par des particuliers (Airbnb, Abritel etc.) est une bonne chose*
Pris en considération	*La politique touristique prend bien en compte l'impact sur la vie des habitants*
Envie de participer	*J'aimerais être davantage impliqué(e) dans les décisions qui concernent le tourisme*

Sentiment des résidents - Benchmarking

Bordeaux par rapport aux normes de référence

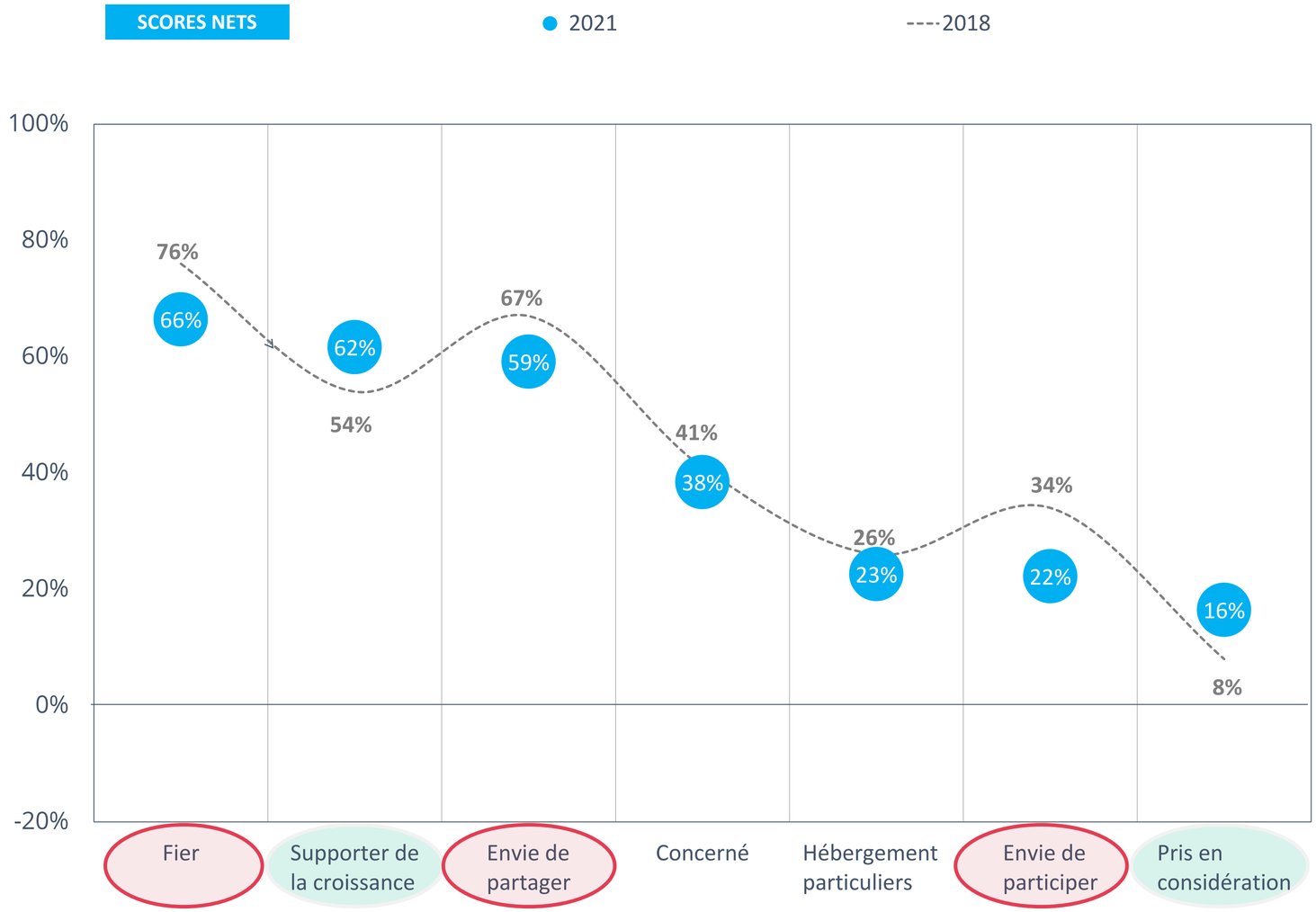


Si l'impact du tourisme est jugé favorablement, le sentiment est plus mitigé…

- Les résidents sont autant qu'ailleurs **supporters de la croissance** et se montrent plutôt ouverts au **partage de conseils** avec les visiteurs qu'ils rencontrent.
- Également, **la métropole semble bien prendre en compte** l'impact du tourisme sur la qualité de vie (+ 9 pts).
- En revanche, les résident se sentent plutôt **moins concernés** qu'ailleurs (- 9 pts) et sont un peu **moins nombreux à avoir envie de participer** / s'y investir (-7 pts).
- Ils se montrent aussi nettement **plus hostiles au développement d'hébergements par des particuliers** (-12 pts en comparaison à la norme). Un point à relier à la tension immobilière déjà relevée.

Quelles évolutions du sentiment à l'égard du tourisme ?

Comparaisons des scores nets avec 2018



Des résidents davantage en soutien au tourisme et qui se sentent mieux considérés !

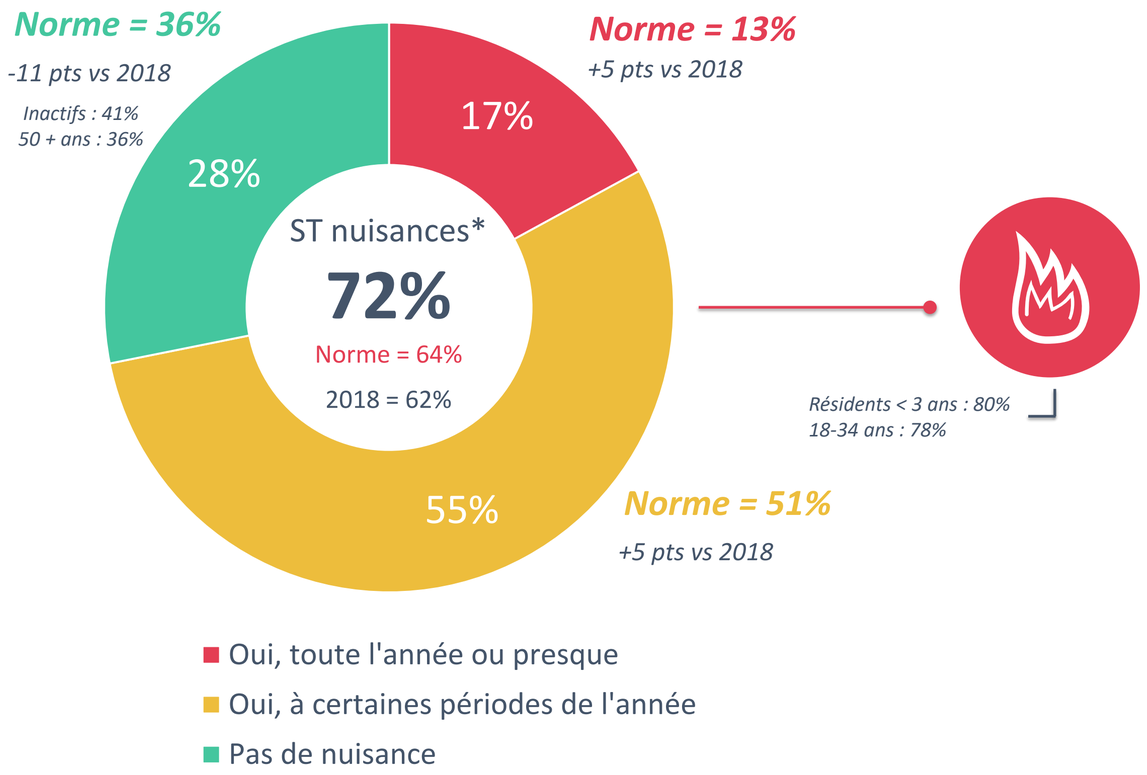
- **Deux points de progression** à souligner : par rapport à 2018, les résidents sont **plus nombreux à être en soutien au tourisme** (+ 8 pts) ; la crise sanitaire souligne l'importance du tourisme ? Également, les résidents sont deux fois plus nombreux à estimer que la politique touristique prend bien en compte **l'impact du tourisme sur leur vie.** Des mesures d'inclusion qui portent leurs fruits ?
- En revanche, l'on sent une **implication moins marquée**, avec une **envie de participer** moins élevée qu'en 2018 (- 12 pts) ou **l'envie de partager des conseils** avec les touristes (- 8 pts).

Perception des nuisances

Saisonnalité et types de nuisances perçues par les résidents : circulation, immobilier, insécurité

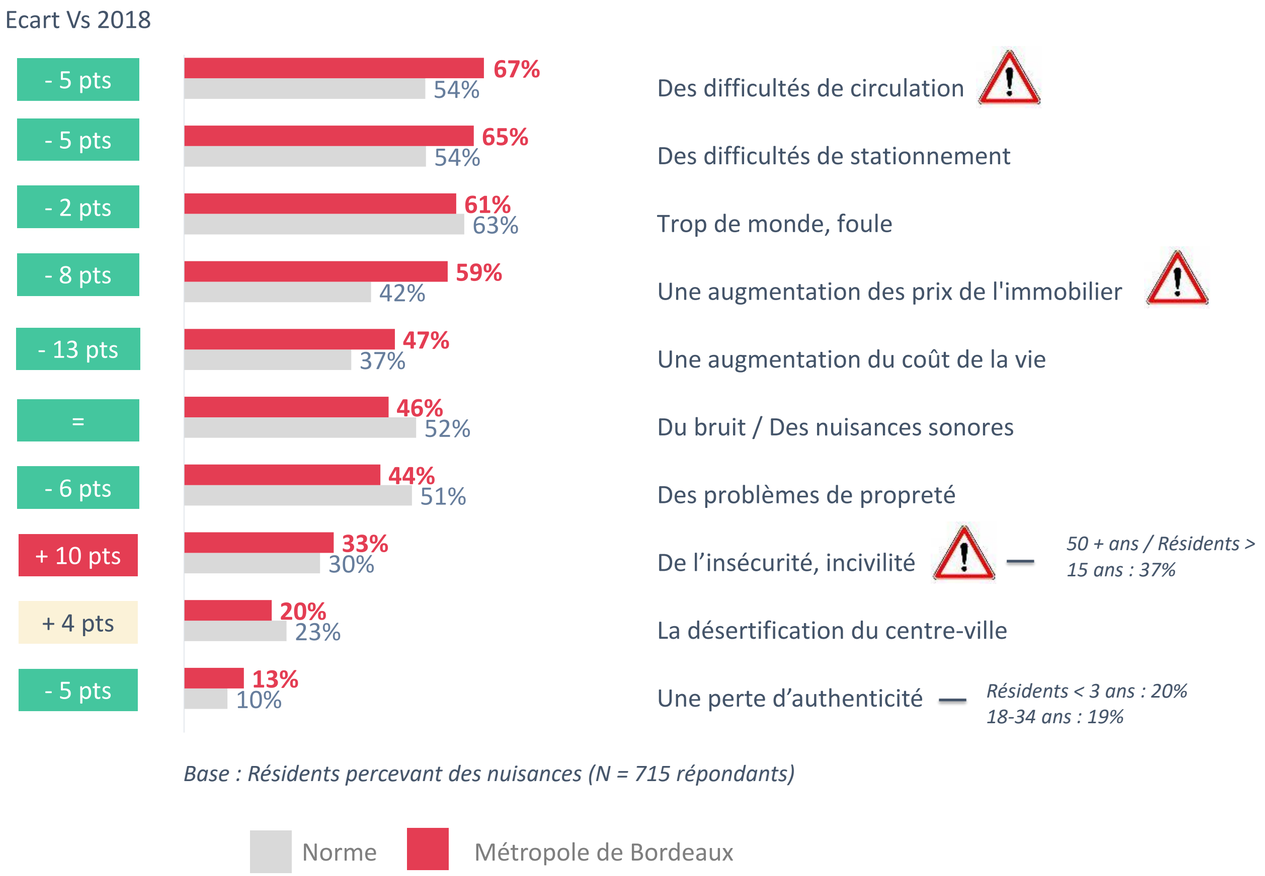
Saisonnalité

Selon vous, le tourisme génère-t-il des nuisances à Bordeaux ?



Nuisances

Quel(s) type(s) de nuisances le tourisme génère-t-il ?



Base : Résidents percevant des nuisances (N = 715 répondants)

*Au moins une partie de l'année

Perception des nuisances

Saisonnalité et types de nuisances perçues selon le lieu d'habitation

- **Des nuisances perçues différemment en terme de saisonnalité** selon le lieu d'habitation : près d'un quart des résidents de Bordeaux estiment que le tourisme peut générer des nuisances toute l'année ou presque, soit 10 points de plus que les résidents de la métropole (hors Bordeaux).
- La 1ère nuisance attribuée par les résidents de Bordeaux concerne le **monde, la foule**. Les résidents de la métropole (hors Bordeaux) semblent quant à eux davantage préoccupés (confrontés ?) aux **difficultés de circulation**, de **stationnement** et le coût de la vie, notamment **de l'immobilier**.

	Métropole de Bordeaux	Bordeaux	Métropole
Saisonnalité des nuisances			
Toute l'année ou presque	17%	**24%**	14%
A certaines périodes de l'année	55%	46%	**59%**
Pas de nuisance	28%	30%	28%
Types de nuisances*			
Des difficultés de circulation	67%	54%	**73%**
Des difficultés de stationnement	65%	53%	**70%**
Trop de monde, foule	61%	61%	61%
Une augmentation des prix de l'immobilier	59%	47%	**65%**
Une augmentation du coût de la vie	47%	41%	**50%**
Du bruit / Des nuisances sonores	46%	44%	46%
Des problèmes de propreté, gestion des déchets	44%	45%	43%
De l'insécurité, incivilité	33%	33%	34%
Désertification des centres-villes au profit de logements touristiques	20%	21%	19%
Une perte d'authenticité, dilution du mode de vie local	13%	14%	13%

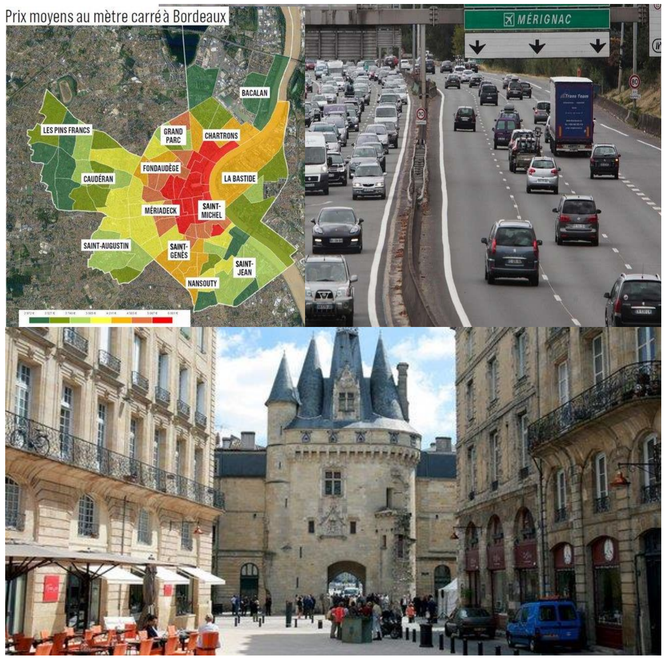
*Au moins une partie de l'année

Synthèse des nuisances perçues

Un niveau plutôt élevé de nuisances perçues, notamment parmi les résidents de la métropole (hors Bordeaux)

Un niveau de nuisances supérieur à la norme et aux scores de 2018…

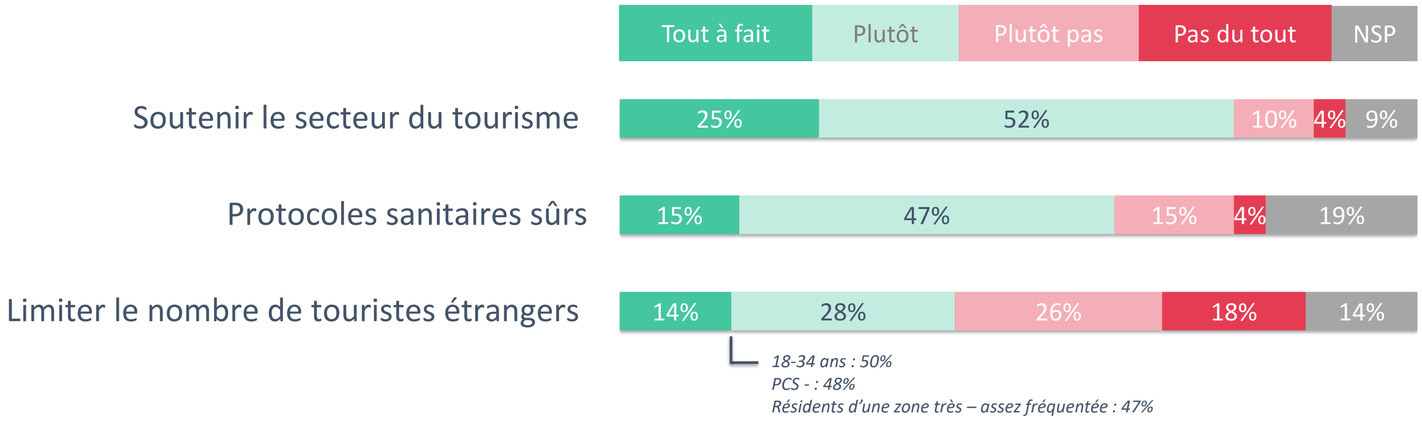
- **17% des résidents considèrent que le tourisme génère des nuisances toute l'année ou presque** ; un niveau supérieur à la norme (4 pts) et en hausse par rapport au score de 2018 (+ 5 pts). Au global, ce sont **7 résidents sur 10 qui considèrent qu'il y a des nuisances générées par le tourisme, au moins à certaines périodes de l'année.** Une proportion supérieure à la norme (+ 8 pts) et au score de 2018 (+ 10 pts).
- Les principales nuisances citées concernent :
  - Les **difficultés de circulation** mais également de **stationnement** citées par respectivement 67% et 65% des résidents (resp. +13 pts et + 11 pts Vs la norme). Le tourisme vu comme un facteur aggravant sur ces aspects, ou simple bouc émissaire ?
  - **L'augmentation des prix** en général, et de **l'immobilier** en particulier, est mentionné par 59% des résidents, soit +17 points Vs norme. Un point lié à la forte attractivité de la métropole bordelaise en général, mais aussi relié au tourisme par les résidents à travers les locations de courte durée qui font pression sur l'offre. Les résidents dans la métropole hors Bordeaux semblent les plus exposés.
- Un aspect semble s'être dégradé dans l'opinion, notamment auprès des plus âgés et résidents de plus de 15 ans dans la métropole : la perception de **l'insécurité, des incivilités** : certes, le score est en ligne avec la norme, mais il prend 10 points en comparaison à 2018. Un aspect à surveiller ?

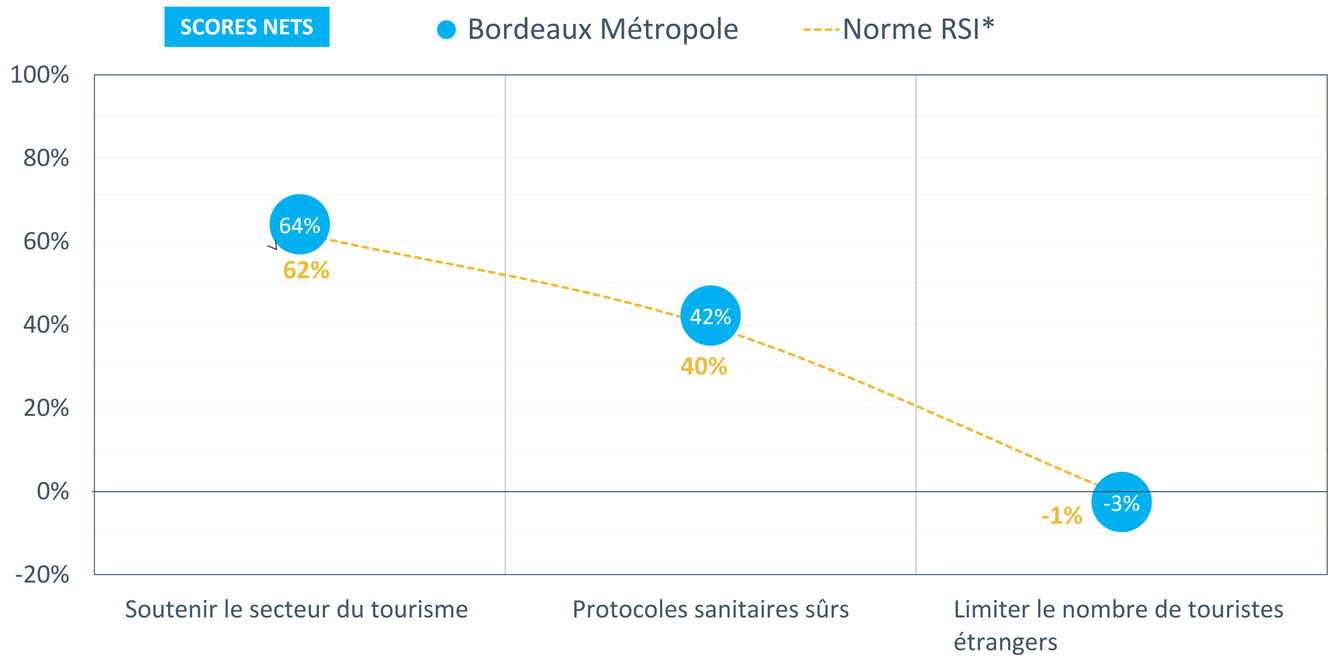


Impact de la crise sanitaire

Support financier – Sécurité sanitaire – Acceptation des visiteurs venus de l'étranger

Etes-vous d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?





- **Pour 77% des résidents, il est important de soutenir le secteur** du tourisme pour relancer l'économie. Des résultats en ligne avec la norme.
- **62% estiment que la destination est en mesure d'accueillir** ses visiteurs dans de bonnes conditions sanitaires.
- L'opinion est partagée sur l'idée de **restreindre l'accès aux visiteurs étrangers**, avec des proportions équivalentes entre ceux qui sont d'accord et ceux qui ne le sont pas. Les plus inquiets : les jeunes, les PCS- et les résidents de zones fréquentées.

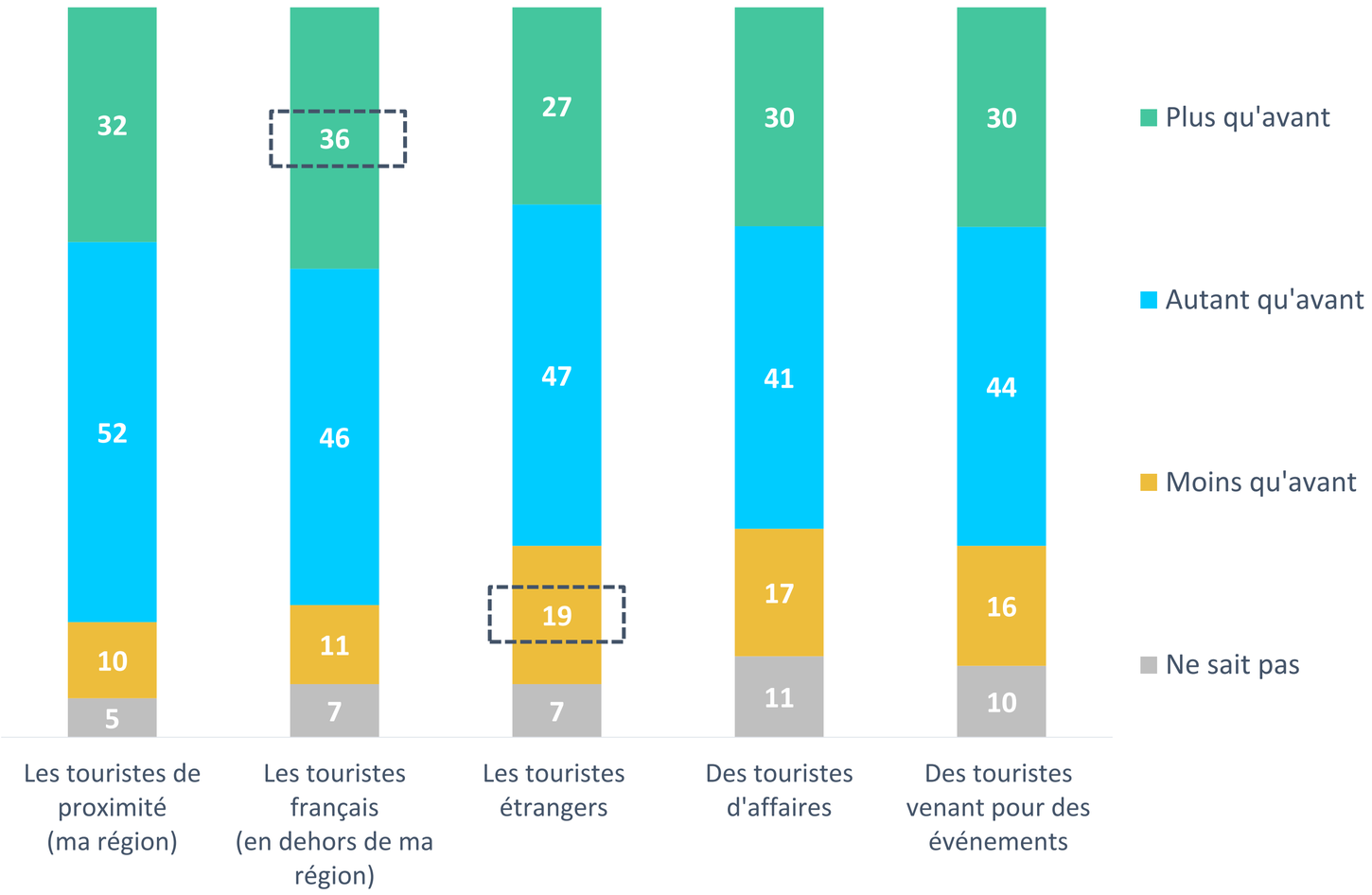
Définitions

Soutenir le secteur du tourisme	*Le secteur du tourisme doit être soutenu financièrement pour relancer l'économie dans ma ville*
Protocoles sanitaires sûres	*Ma ville a mis en place des protocoles adéquates pour accueillir ses visiteurs dans des conditions sanitaires sûres*
Limiter le nombre de touristes étrangers	*Il faut limiter le nombre de touristes étrangers dans ma ville dans les prochains mois*

Quel tourisme pour demain ?

Segments de visiteurs prioritaires

Pour vous, à l'avenir, la métropole devrait-elle attirer plus, moins ou autant qu'avant les types de visiteurs suivants ?



Des résidents Bordelais ouverts à tous les segments de clientèles !

- Bien que les scores suggèrent un **souhait de maintien du niveau de fréquentation**, les résidents n'expriment pas de **réel « rejet » d'un segment** de clientèle en particulier.
- Les **clientèles domestiques et de proximité** sont les bienvenues.
- 30% des résidents estiment que la destination devrait attirer plus qu'avant des **voyageurs d'affaires** ou des **clientèles venues dans le cadre d'événements**.
- 27% des résidents souhaiteraient voir davantage de **visiteurs étrangers** ; 19% pensent l'inverse.

Changement d'opinion à l'égard du tourisme

Le tourisme, important pour la vie et l'économie du territoire !

- Pour **4 résidents sur 10, la crise sanitaire n'a pas entrainé de changement d'opinion** à l'égard du tourisme.
- Parmi ceux ayant déclaré un changement d'opinion (58% au total), **il est favorable dans près des ¾ des cas** ! Les résidents sont nombreux à avoir réalisé **l'importance du tourisme dans la vie et l'économie du territoire !**
- 6 résidents sur 10 se déclarent d'ailleurs **prêts à s'investir dans l'accueil des visiteurs** (dont 21% de manière plus certaine).

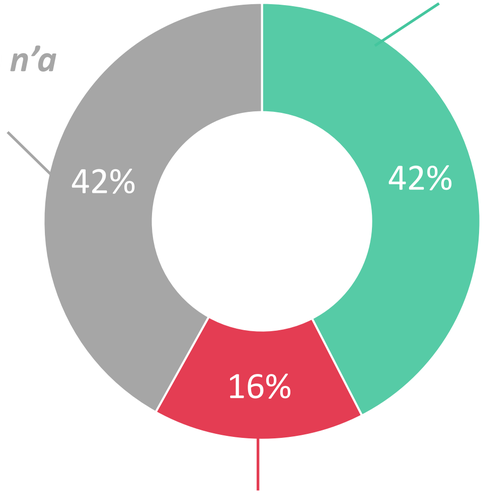
Diriez-vous que la crise sanitaire a modifié votre opinion à l'égard du tourisme ?

Oui, favorablement

(J'ai réalisé l'importance du tourisme dans la vie et l'économie du territoire)

Métier dans le tourisme : 66% / Résidents d'un zone très – assez fréquentée : 57% / 18-34 ans : 51% / PCS+ : 48% / Résidents de Bordeaux : 51% vs Résidents de la métropole : 38%

Non, mon opinion n'a pas changé



72%

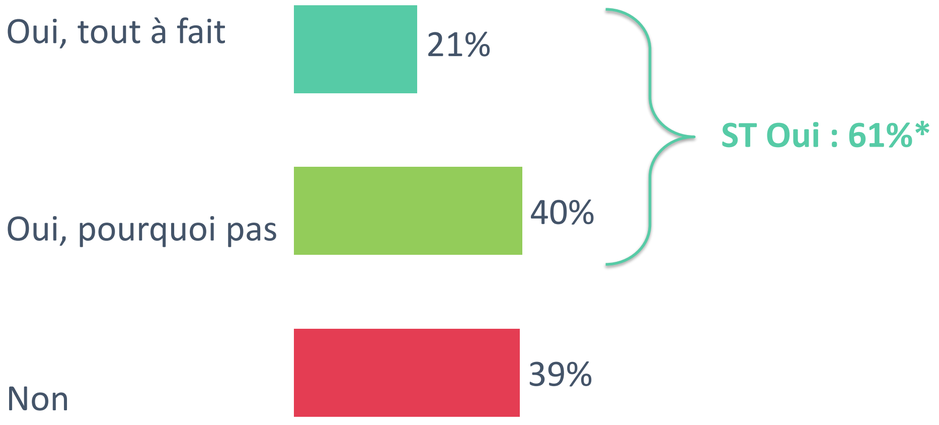
des répondants qui ont exprimé un changement d'opinion déclarent un avis plus favorable !

Oui, défavorablement

(En l'absence de touristes j'ai pris conscience des nuisances qu'ils pouvaient engendrer)

Résidents < 3 ans : 29%

Souhaiteriez-vous vous impliquer dans l'accueil des touristes et favoriser ainsi les liens entre touristes et habitants ?



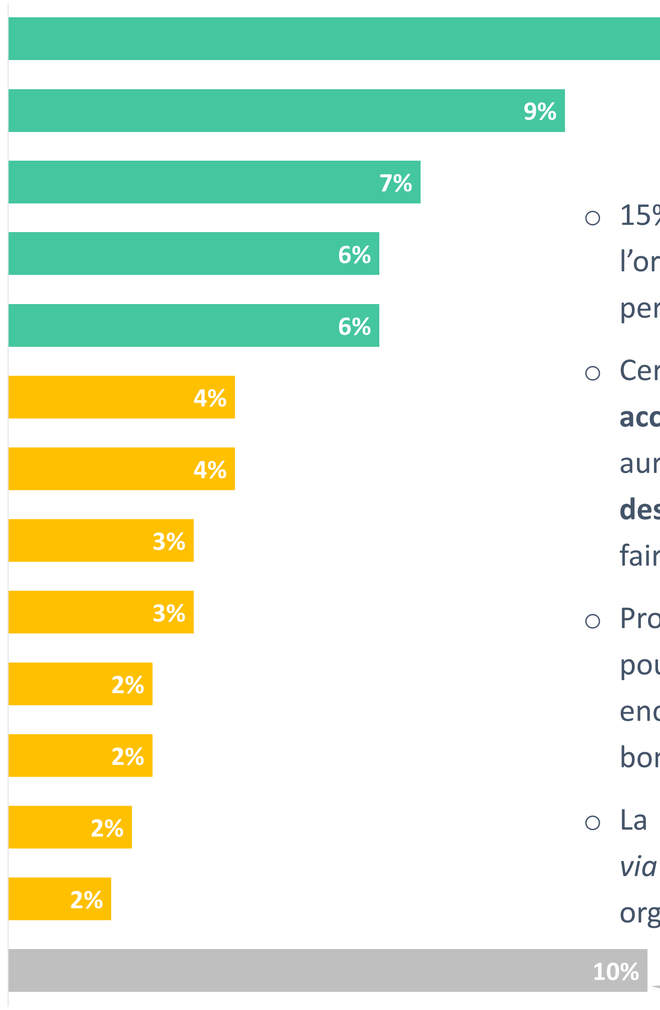
*Accepteraient de laisser leur email : 20% (base totale)
Ont réellement laissé un email : 191 individus.

travelsat
Resident Sentiment Index

Comment impliquer les résidents dans l'accueil ?

Idées spontanément citées par les résidents

Selon vous, quels seraient les moyens les plus efficaces pour vous impliquer dans l'accueil des touristes ?
% de mentions parmi ceux qui expriment une idée.



30%

Rien - NSP

Quelques idées spontanées…

- 15% des résidents s'impliqueraient dans l'accueil des touristes *via* l'organisation de **visite de la ville** ou de **sorties à thèmes**, permettant d'échanger avec eux, dans des **lieux dédiés**.
- Certains mentionnent même de **devenir « guide », accompagnant ou juste bénévole** dans des associations qui auraient pour but d'accueillir les visiteurs. La création d'un **guide des incontournables réalisée par les résidents** est aussi évoquée : faire découvrir « son Bordeaux » !
- Proposer des **formations d'accueil des touristes par les résidents** pour les **accueillir à la gare / proposer des pots de bienvenue** ou encore **se former aux langues étrangères** seraient, selon eux, de bons moyens pour impliquer les résidents.
- La mise en relation entre résidents et visiteurs est aussi évoquée *via* une **application ou une plateforme d'échange**. Il faut organiser l'espace de médiation / dialogue.

« Qu'il y ait un porte-parole de chaque commune », « Mettre en avant les commerces locaux plutôt que les grandes entreprises »

BORDEAUX TOURISME & CONGRÈS

Comment améliorer l'inclusion des résidents ?

Sélection de témoignages illustratifs

Leur raconter l'histoire de la ville et du Département

Leur préparer un guide de voyage avec les endroits à visiter à Bordeaux

Organiser des pots de bienvenue

Favoriser les hébergements chez l'habitant

Faire partie d'une association qui aiderait les touristes et leur ferait visiter notre belle ville

Organiser des activités musicales

Organiser des parcours piétons 'fléchés' pour étaler les flux de touristes et que des habitants volontaires les guident

Des rencontres à thème en petit comité

Participer à faire découvrir des lieux insolites ou méconnus

Multiplier les points d'accueil et de renseignements

Parler anglais correctement

Proposer à l'aide de brochures dans plusieurs langues des endroits méconnus de la rive droite de Bordeaux

Le bénévolat pour faire des visites guidées

Plus d'associatif en lien avec le tourisme

Proposer d'héberger chez soi des touristes

Plateforme de rencontre et mise en contact avec les touristes

Je pense que si la ville de Bordeaux trouvait une solution pour réduire le trafic automobile, je pourrais m'impliquer plus dans l'accueil des touristes

Développer des points de rencontre hors centre ville, mettre en valeur l'attrait des communes de la CUB

Participer et aider dans les offices de tourisme

Être rémunéré par la mairie ou le syndicat d'initiative pour faire du service au touriste (exemple : courses en voiture, déplacements, guide touristique etc.)

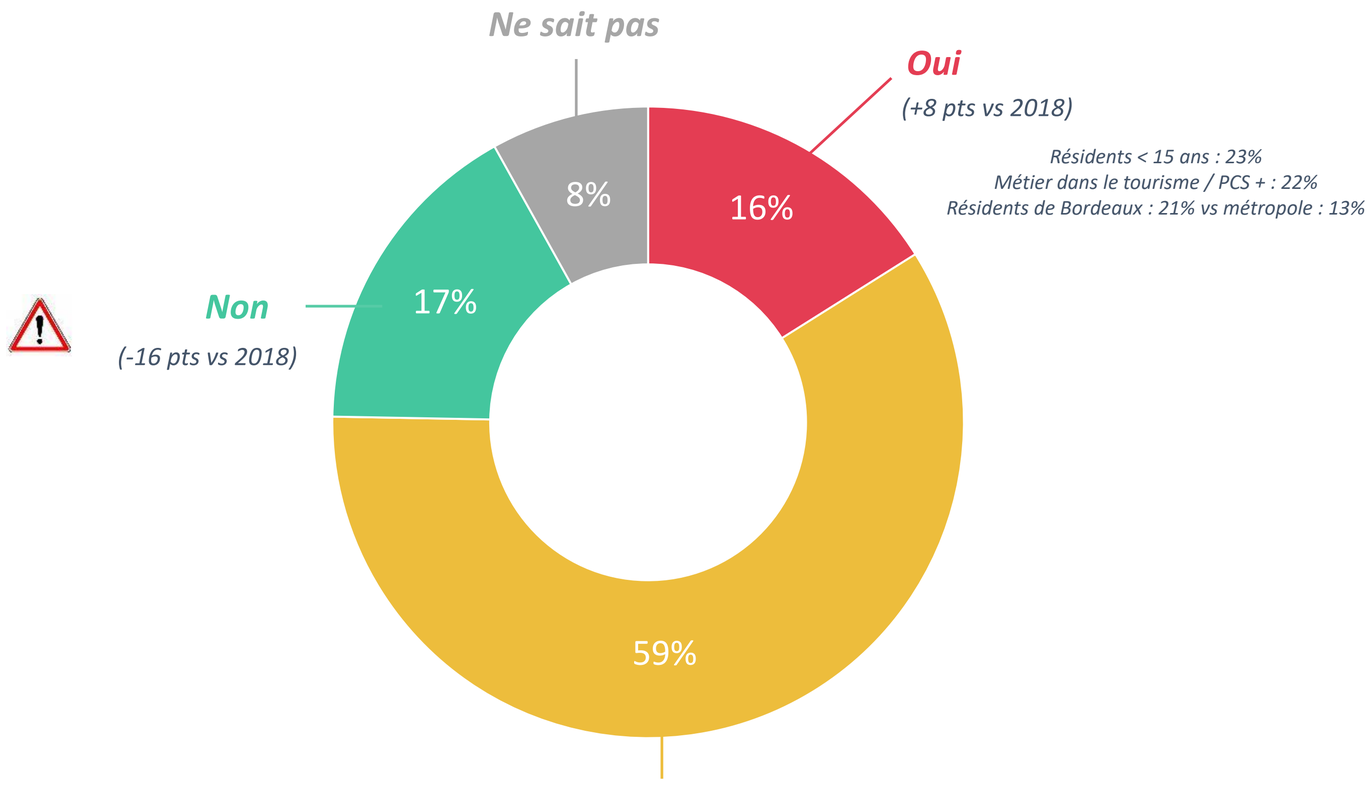
Création d'un réseau social entre les habitants (proposant des conseils, des services et des guides) et les touristes

Une plateforme dédiée où on demande des résidents d'accompagner les touristes pendant plusieurs heures

Zoom sur les bateaux de croisière

Une opinion qui se durcit…

Selon vous, les bateaux de croisière qui font escale à Bordeaux génèrent-ils des nuisances ?



***Probablement**, mais Bordeaux est un port et c'est agréable de voir ces beaux bateaux sur les quais*

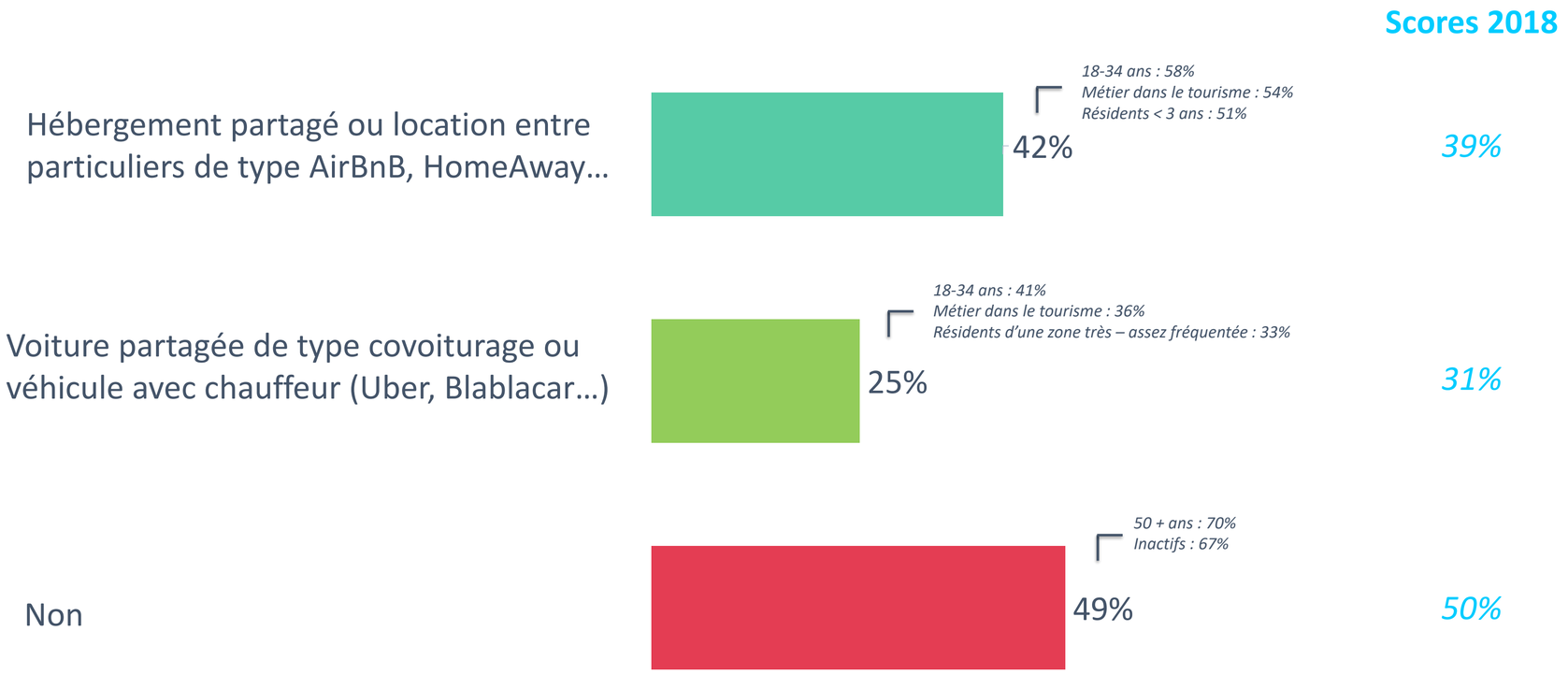
(+10 pts vs 2018)

- La **majorité « accepte » l'idée** des bateaux de croisière (59%) à Bordeaux, s'agissant d'une **ville portuaire historique**.
- Toutefois, les **bateaux de croisière sont perçus comme générant des nuisances par 16% des résidents** (et même 21% des résidents de Bordeaux). Une minorité….mais **deux fois plus élevée** qu'en 2018 !
- Une **crise sanitaire qui impacte fortement l'image de cette filière**. En effet, les bateaux de croisières génèrent des **inquiétudes quant à la gestion d'importants flux de passagers** (vus comme de potentiels vecteurs de virus / variants). Également, les **images de passagers Covid-19 coincés dans les bateaux** ont été largement relayées en début de crise, dégradant considérablement l'image et la réputation de ce secteur d'activité (source étude CLIA – TCI Research).

Zoom sur l'économie collaborative

Pratique des résidents de la métropole de Bordeaux

Lorsque vous voyagez, vous arrive-t-il d'avoir recours à des services liés à l'économie collaborative ?



- **42% des résidents déclarent avoir recours à des locations entre particuliers**. Une proportion qui monte à 58% parmi les 18-34 ans.
- Un score en légère hausse, qui sera peut-être dopé dans les mois à venir si les consommateurs évitent les hébergements collectifs dans le contexte sanitaire.

5. Profil des ambassadeurs / détracteurs

travelsat
Resident Sentiment Index

Profil des plus « ambassadeurs » du tourisme

Quelques éléments de caractérisation en comparaison à ceux qui sont moins favorables…

Des ambassadeurs sur-représentés parmi les…

	Sentiment général (net)	Supporter de la croissance touristique	« Tourismo -phobes »	Impact qualité de vie (net)
Moyenne résidents	*54%*	*62%*	*6%*	*16%*
Résidents d'une zone très / assez fréquentée	**60%**	64%	**4%**	**28%**
Nouveaux résidents (< 3 ans)	**60%**	61%	**4%**	**28%**
PCS+	**59%**	62%	7%	**30%**
Résidents Bordeaux	56%	61%	5%	**28%**

Profil des répondants moins favorables …

	Sentiment général (net)	Supporter de la croissance touristique	« Tourismo-Phobes »	Impact qualité de vie (net)
Moyenne résidents	*54%*	*62%*	*6%*	*16%*
18-34 ans	53%	**55%**	5%	19%
Résidents d'une zone peu / pas fréquentée	**49%**	60%	7%	**8%**
Résidents depuis plus de 4 ans et moins de 15 ans	**50%**	**54%**	7%	**-1%**
PCS-	**47%**	**54%**	6%	**6%**
Résidents Métropole (hors Bordeaux)	52%	62%	6%	**11%**

6. A retenir !

travelsat
Resident Sentiment Index

Synthèse générale

- La métropole Bordelaise est perçue comme **très attractive** par les résidents : une **belle ville**, une **architecture** intéressante qui lui confère de **l'élégance**, un **patrimoine** bâti riche, une **offre de shopping et de restauration / gastronomie / œnologie** particulièrement qualitative, en plus d'une **situation géographique** favorable,
- **Les résidents soutiennent majoritairement le tourisme** avec une part de réfractaires qui se maintient,
- **L'attente pour un tourisme durable** se fait sentir au travers de la sensibilité des résidents à l'impact sur la qualité de vie, la protection de l'environnement ou la propreté des espaces publics,
- Les résidents se montrent **supporters de la croissance et plutôt ouverts au partage de conseils** avec les visiteurs … mais ils se sentent globalement **moins concernés.** Une moindre présence de touristes qui a éloigné le sujet des préoccupations des résidents ?
- La **perception de nuisances est élevée et progresse Vs 2018** : difficultés de circulation, augmentation des prix / tension immobilière, mais aussi, et c'est nouveau, la perception d'insécurité / incivilités,
- Dans le contexte de la crise sanitaire, les Bordelais estiment qu'il est **important de soutenir financièrement le secteur du tourisme.** D'ailleurs, les ¾ des résidents qui ont changé d'opinion avec la crise sanitaire déclarent avoir pris conscience de **l'importance du tourisme pour la vie du territoire**,
- Les habitants de la métropole restent **ouverts à la venue de tous les types de clientèles** (proximité, marchés domestique et internationaux),
- … en revanche **leur opinion face aux bateaux de croisière se durcit** (y compris parmi ceux qui travaillent dans le secteur du tourisme) ; des enjeux de régulation ?

Quelques axes de réflexion …

1 Des leviers pour essayer de contenir la tension immobilière…

- Pour 59% des habitants de la métropole, **l'augmentation des prix de l'immobilier** fait partie des nuisances perçues et liées au tourisme (un score supérieur de 17 pts par rapport à la norme). Les résidents sont aussi plus nombreux à être défavorable **au développement des offres d'hébergements par des particuliers** qui font pression sur l'offre et ont le sentiment que l'attractivité de la métropole peut venir pénaliser leurs opportunités de logement.
- Ainsi, au-delà de la construction de logements pour augmenter l'offre, certaines villes européennes également sujettes à une pression immobilière forte ont décidé de mettre en place des réglementations permettant d'encadrer le développement des offres d'hébergements par des particuliers ; c'est le cas de ***Florence*, qui a décidé de limiter le nombre d'appartements en location à 2 maximum par propriétaire** dans un même quartier, en complément d'un **plafond de 90 nuits** par an par appartement, limitant les opportunités des investisseurs. D'autres destinations urbaines ont opté pour la dissuasion, à l'instar de ***Berlin, Barcelone ou Lisbonne*** : une **demande d'autorisation** à formuler auprès de son arrondissement, qui fournit un **N° unique** à faire apparaître sur les annonces, permettant de contrôler le nombre d'autorisations délivrées par quartier et de mieux collecter les taxes de séjour. Si les règles ne sont pas respectées le propriétaire s'expose à une amende de montants dissuasifs…

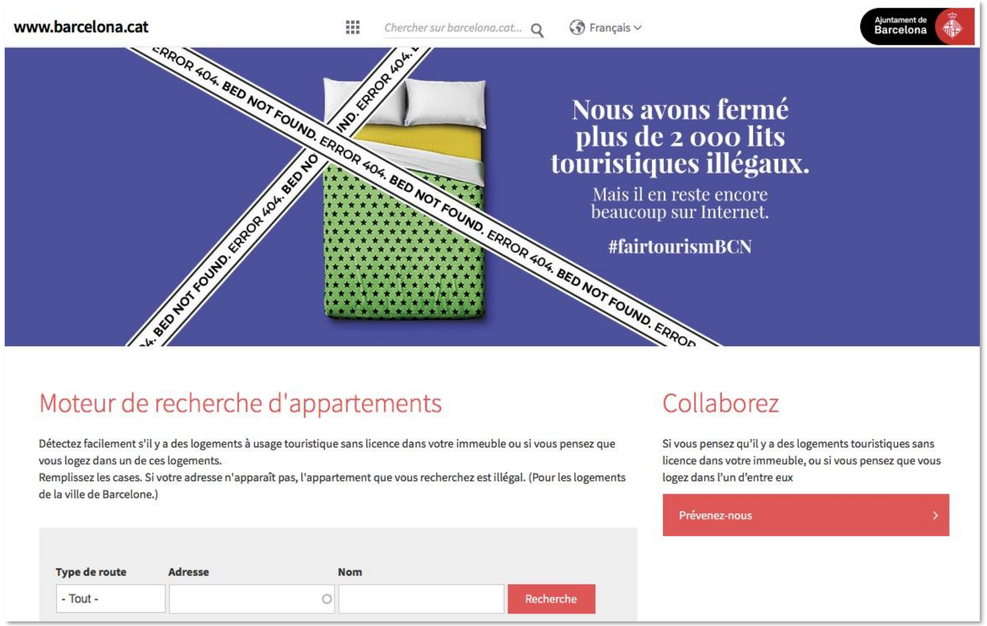
Leviers d’actions pour limiter les effets du tourisme

Axes de réflexion

Agir (ou essayer…) sur la réglementation des locations entre particuliers !

Ce qui se fait ailleurs…

Les actions généralement misent en place visent à contraindre les loueurs à **collecter la taxe de séjour**, à demander **l’affichage d’un numéro d’autorisation** délivrée en mairie dans les annonces, à la **limitation en nombre de nuits** (120 nuits par an à Paris actuellement, 60 nuits à Londres, 30 nuits à Amsterdam…), au **durcissement des contrôles** pour éviter que des appartements loués presque à l’année viennent **raréfier l’offre** et accentuent les difficultés à se loger en plus des phénomènes de gentrification (Barcelone a mis en place des équipes d’inspecteurs par exemple).

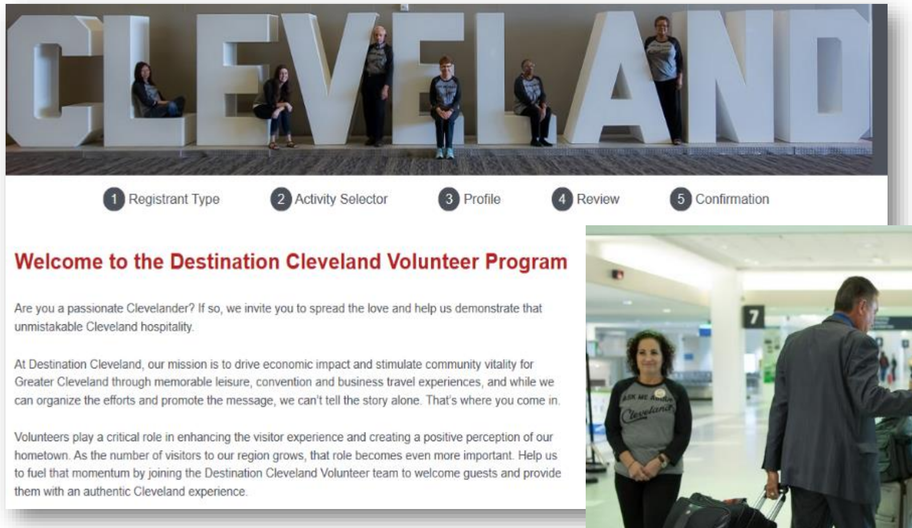


Il est aussi possible de durcir les **règles de délivrance** des autorisations dans certains quartiers où l’offre semble suffisante (c’est ce que font Lisbonne et Barcelone) ; cette dernière a même mis à disposition une plateforme de « collaboration » où les voisins peuvent vérifier si un logement dispose d’une autorisation, le cas échéant le dénoncer ! Berlin a aussi opté pour une **plateforme de signalement** des appartements loués constamment à des touristes.

Quelques axes de réflexion …

2 Impliquer les résidents bordelais dans l'accueil des visiteurs ou organiser la manière de s'y investir…

- Il conviendrait de **canaliser** et **faire fructifier cette envie** d'une partie non négligeable des résidents de la métropole : 70% d'entre eux déclarent **aimer partager des conseils** avec des touristes qu'ils rencontrent et 48% ont **envie de s'impliquer davantage**. Cela suppose **d'organiser les actions possibles et les faire connaitre** : jouer le rôle de guide (ou d'Insider Guide) ; l'attente porte aussi sur la **création d'occasions d'échanges avec les visiteurs** pour valoriser une facette positive du tourisme : les **rencontres interculturelles**.



https://destinationclevols.my-trs.com/

- L'OTC **Destination Cleveland**, dans l'Ohio, a mis en place une **plateforme de bénévolat en ligne destinée aux résidents désirant s'impliquer dans les activités d'accueil** des visiteurs.
- Ils peuvent y **consulter les « missions » d'accueil disponibles** ; il peut s'agir par exemple de répondre aux demandes des voyageurs à l'aéroport, dans des hôtels (conciergerie) ou lors d'événements (congrès…).
- Les **organisations touristiques peuvent solliciter ponctuellement ces bénévoles** (par exemple lors du rassemblement annuel de l'American Bus Association qui réunit 3.500 participants, les bénévoles participent à l'orientation et au renseignement des visiteurs).

Quelques axes de réflexion pour la métropole Bordelaise …

3 Apporter des éléments de réassurance aux résidents quant aux bateaux de croisière…

- Avec la crise sanitaire, **l'image des bateaux de croisière a été fortement ternie**. Une observation visible dans l'étude : 16% des résidents considèrent les bateaux de croisière comme une nuisance, soit une proportion multipliée par deux par rapport à 2018. Il paraît donc pertinent de pouvoir **rassurer les résidents quant à la sécurité sanitaire liée à l'arrivée de bateaux**.
- Il peut s'agir de **communiquer sur les mesures sanitaires** prises par les **compagnies elles-mêmes** (par exemple le croisiériste PONANT qui a rendu obligatoire la vaccination de son équipage et de ses passagers)…
- … et « en miroir », communiquer les **exigences demandées par la métropole de Bordeaux** pour accueillir des bateaux de croisières pour afficher la bonne prise en compte du sujet par la métropole.
- Par exemple, la ville de *Bruges* a pris deux types de disposition pour limiter l'impact des flux et réduire les craintes / réticences des résidents : **limiter désormais le nombre de bateaux amarrés** en même temps à 2 au lieu de 4 ou 5 et **privilégier les autorisations d'accoster en semaine** plutôt que le weekend pour mieux répartir les flux dans le temps.

Port de Bruges-Zeebruges, hôte du plus grand navire de croisière jamais accueilli en Belgique (Royal Carribean, 5.680 passagers).

Quelques axes de réflexion …

4 Surveiller la thématique sécuritaire ?

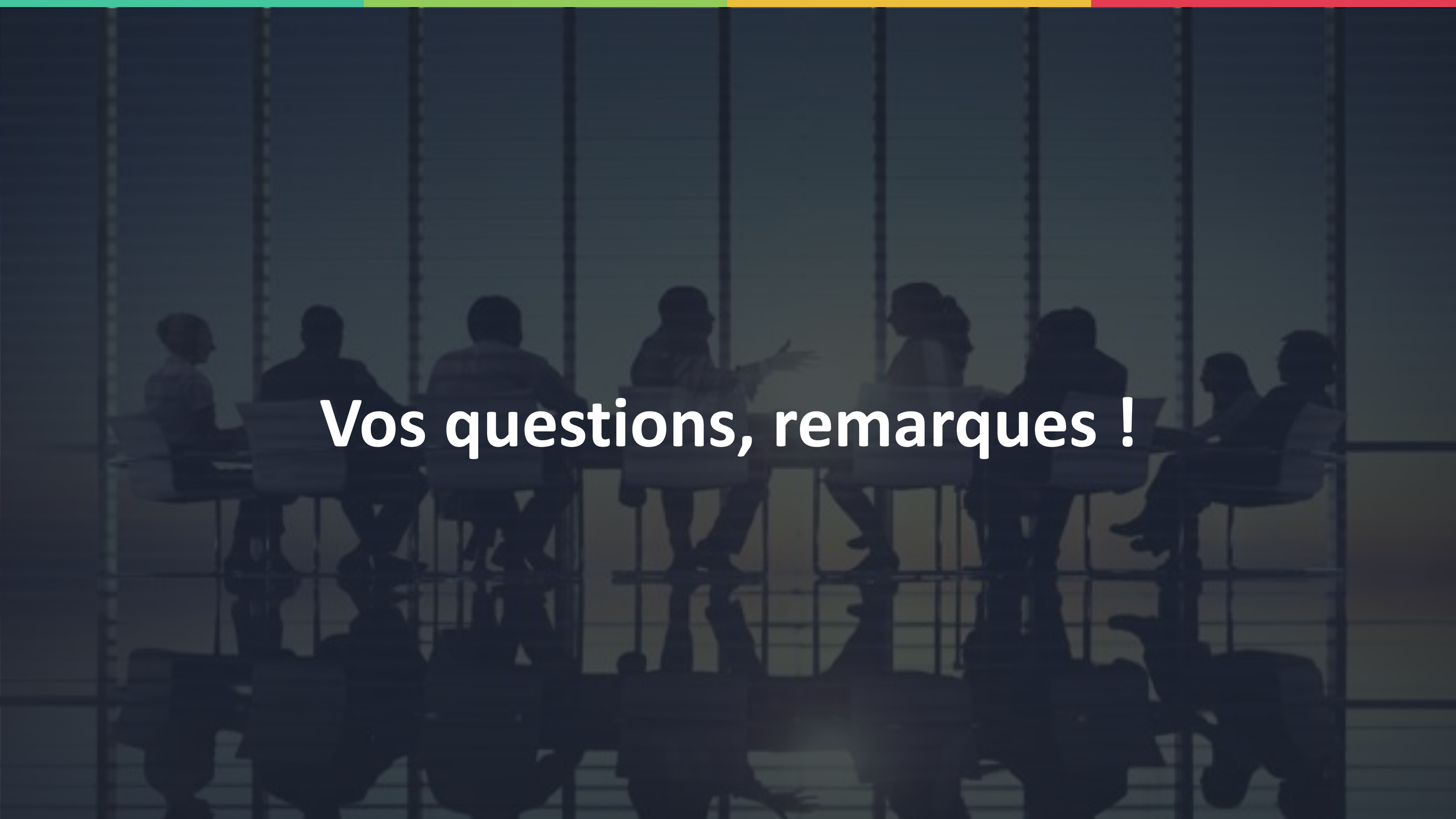
- **L'insécurité / l'incivilité est une nuisance plus fortement perçue** par les habitants. En effet, même si le score reste en ligne avec la norme (33% de mentions vs une norme a 30%), il **augmente de 10 points par rapport à 2018**. On retrouve ce point également dans les faiblesses spontanément citées par les résidents alors qu'elle était absente en 2018. Or, cet aspect fait partie des critères essentiels, aussi bien pour les visiteurs que les habitants. Bien que le sujet aille au-delà du spectre touristique, il est à considérer aussi de ce point de vue.
- Au-delà du renforcement des effectifs des forces de l'ordre ou de la police municipale, la **surveillance citoyenne »** qui associe les habitants d'une zone à la **protection solidaire** de leur lieux de vie, tout en étant encadrée par la gendarmerie ou la police municipale est une solution largement répandue.
- *Rome* a par exemple décidé d'**impliquer la population locale**, des retraités volontaires en l'occurrence dans la **surveillance de sites en coordination avec la Police Municipale** pour veiller à la propreté des lieux et au **respect des interdictions** (nourriture aux abords de la Fontaine de Trévise…).

Volontaires qui surveillent la fontaine de Trevi

Quelques axes de réflexion …

5 Faire profiter les résidents des bénéfices liés au tourisme… pour mieux faire accepter les potentielles nuisances !

- Les habitants de la métropole de Bordeaux reconnaissent volontiers les bénéfices liés au tourisme : préservation et mise en valeur du patrimoine historique, le dynamisme de l'offre d'activités culturelles et de loisirs ou encore l'ambiance. Mais, **ils reconnaissent aussi certaines nuisances qu'ils attribuent, à tort ou à raison, au tourisme.**
- De fait, les résidents - en zone tendue notamment - attendent « **une contrepartie** » à cette forte attractivité de la métropole pour en bénéficier ; cela peut passer par des **avantages, des réductions, des entrées gratuites**…
- Beaucoup de destinations mettent en place des clubs ambassadeurs pour en faire de véritables promoteurs de leurs territoires et en leur **accordant un certain nombre d'avantages**.
- Un exemple : l'OTC de Dunkerque Flandre Côte d'Opale a créé son « **Club ambassadeurs tourisme** » pour ceux qui souhaitent partager leur passion pour leur ville. Les adhérents reçoivent des bulletins d'information et de la documentation, sont conviés à des **rendez-vous surprises,** obtiennent des **invitations privilégiées**, des **offres spéciales** et des **réductions sur des sites**. Le club compte aujourd'hui 900 ambassadeurs qui, en contrepartie, font connaître l'offre touristique autour d'eux et relaient de l'information positive. C'est aussi un moyen de mieux faire accepter certaines nuisances.



Vos questions, remarques !

A propos de TCI Research…

N’HESITEZ PAS A NOUS CONTACTER !

Nous sommes leader dans la mesure de la compétitivité des destinations et 100% dédié au secteur du tourisme.

Notre point de vue est résolument international.

Nos méthodologies sont endossées et primées par les organisations majeures du tourisme international.

Nous associons les enquêtes traditionnelles avec une analyse maîtrisée de la Big Data pour des études plus riches.

Des tableaux de bord en temps réel à l’analyse des tendances de long terme, le périmètre et les données dont votre destination a besoin !

travelsat

- SATISFACTION DES CLIENTELES
- E-REPUTATION DES DESTINATIONS
- SENTIMENT DES RESIDENTS
- ANALYSE DES DEPENSES
- TENDANCES SECTORIELLES