

# Atelier de coopération territoriale sur le tourisme en Gironde

## SYNTHÈSE

21 septembre 2021

**Cet atelier s'inscrit dans la démarche de coopérations territoriales de Bordeaux Métropole initiée par son Président Alain Anziani, et rejoint la grande consultation organisée par l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole.**

Il intervient à un stade intermédiaire au sein de la démarche participative entreprise par l'Office de tourisme et des congrès, avec pour objectifs de :

- Informer les territoires girondins sur cette démarche et les initiatives de tourisme durable entreprises à l'échelle métropolitaine
- Partager les bonnes pratiques autour des enjeux forts du projet
- Fédérer les territoires autour d'actions communes potentielles
- Alimenter le contenu de la stratégie

Aux côtés du département de la Gironde et de Gironde Tourisme, les entités suivantes ont participé aux échanges : Arcachon Expansion, Bourg Cubzaguais Tourisme, communauté de communes du Grand Saint-Emilionnais, communauté de communes Estuaire, Entre-deux-Mers Tourisme, Office de tourisme Médoc-Vignoble, Office de tourisme d'Arès, Office de tourisme du Bazadais, Office de tourisme de La Teste de Buch, Office de tourisme de Montesquieu, Office de tourisme Sauternes - Graves - Landes Girondines, Tourisme Fronsadais, Destination Garonne, communauté de communes du Réolais et Office de Tourisme Latitude Nord Gironde.

## Tour de table

Le tour de table d'introduction à l'atelier a permis à chaque participant de présenter son rôle et sa structure.

L'**enthousiasme et l'envie de collaborer** à cette dynamique ont été à l'unanimité partagés. Les participants ont exprimé des spécificités dues à leur action, leur vécu et leur territoire mais ils partagent l'intérêt d'une démarche conjointe et unie. Certains participants ont également évoqué leur curiosité à participer à cet atelier aussi bien pour connaître les bonnes pratiques des autres territoires que pour mettre en avant des sujets sur lesquels ils pourraient devenir acteurs.

*“Curiosité, intérêt, partage, engagement, collaboration”*

## Les grands constats

Les consignes pour animer cet atelier étaient, à travers des échanges rythmés, d'inviter les participants à **réagir, compléter, partager les bonnes pratiques** de leurs propres territoires ou leurs connaissances autour d'initiatives inspirantes pour chaque axe présenté.

### AXE 1 : Partage de connaissances et de bonnes pratiques sur le développement durable et l'accessibilité

#### Enjeu 1.1 : Acculturer les professionnels du tourisme sur le développement durable et l'accessibilité pour fédérer autour d'une stratégie territoriale commune

Le partage d'un tourisme plus durable, à impact réduit, doit être une **valeur partagée**. C'est l'**offre co-construite** avec les professionnels, les structures publiques, parapubliques, notamment sur des thématiques comme la mobilité douce, la piétonnisation de l'espace et la relation avec la nature, qui va donner une identité forte à cette offre.

L'importance de partir d'une **stratégie de territoire** et de raisonner par **bassin de consommation touristique** plutôt que de faire du coup par coup, permet d'avancer, de fédérer et d'éviter de travailler de façon individuelle.

Suivant les structures, il peut y avoir une volonté politique forte de répondre à ces questions autour du développement durable et de l'accessibilité. L'intérêt est là, l'envie aussi mais une fois dans le concret la mise en œuvre est plus compliquée.

La **formation** peut servir de base commune et d'objectif que l'on se fixe en rapport avec la stratégie vue précédemment. Cette formation peut être mutualisée sur plusieurs territoires.

Le territoire doit s'engager en parallèle à **promouvoir les efforts** fournis par les professionnels du tourisme pour **assurer leur adhésion** à cette stratégie.

Une intervention autour de la base line de la formation a été partagée, "**Acculturation au durable**". Pour comprendre de façon collective les enjeux, il faut avoir la même définition et avoir une perspective plutôt positive que d'évoquer les contraintes. Cette acculturation se veut ouverte au plus grand nombre et non pas uniquement au bénéfice des référents tourisme durable ou qualité des collectivités.

*Stratégie de territoire > Valeur ajoutée des offres > Acculturation pour tous > Exemplarité*

## **Enjeu 1.2 : Partager et mutualiser les initiatives et outils qui présentent un intérêt positif et qui s'intègrent à la démarche**

Plusieurs initiatives existent pour sensibiliser les collectivités à plusieurs échelles. Pour passer à l'action, des **démarches** comme la marque Qualité tourisme permettent d'avoir une base de bonnes pratiques. Sans s'enfermer dans un dispositif lourd, des alternatives existent comme l'initiative Générosité de l'Accueil de Gironde tourisme.

Ces outils existent déjà pour simplifier et guider le travail qui est à produire. Un exemple de travail d'équipe a été donné, qui a permis des ponts entre démarches durables et démarches de qualité sur la mise en conformité. Cela peut prendre la forme de partage de documents, de protocoles, d'informations et de conseils autour d'une organisation interne.

Des initiatives peuvent également prendre forme à travers des **appels à projet** à destination des territoires comme les CAT (convention d'action touristique du CD33) ou le NOTT (nouvelle organisation touristique des territoires par le CR Nouvelle-Aquitaine) et grâce à des accompagnements financiers existants. Ces initiatives se traduisent en prestations et services adressés aux visiteurs dans le cadre d'une meilleure accessibilité à ces dispositifs.

Plusieurs **sujets transversaux** ont été évoqués, la mise en place de fontaines à eau et de gourdes gratuites, offrir des vélos sur Arcachon aux habitants, mettre des consignes proches des gares, développer le transport à la demande, etc. Ces actions nécessitent néanmoins des **partenariats** avec les municipalités et collectivités compétentes sur les sujets de la mobilité et des transports en particulier.

Des **outils existent** et sont encore en phase de test. L'exemple de l'application AnCodéa proposée par la MONA, qui propose un formulaire d'auto-diagnostic sur le sujet du développement durable, pour mettre en avant un état des lieux, ce qui est à compléter, travailler davantage pour gagner en performance.

Enfin, des enjeux forts identifiés autour de l'**accompagnement des porteurs de projets** qui nécessite des connaissances particulières mais qui peut être mutualisé à l'échelle de plusieurs territoires.

*Démarches qualité > Ingénierie financière > Partenariats institutionnels sur les sujets transversaux > Partir des outils existants d'état des lieux > Cas des porteurs de projet*

## **Axe 2 : Accompagnement des professionnels du tourisme vers des pratiques durables**

### **Enjeu 2.1 : Formation et accompagnement des professionnels du tourisme**

La formation des professionnels du tourisme doit avant tout leur **donner envie de s'engager** dans cette démarche durable et devenir un prérequis.

La **question du coût** est plus une question de préjugés, des aides et subventions existent, il s'agit davantage de faciliter le passage à l'action. S'inscrire dans une démarche durable permet en effet d'augmenter la **satisfaction** des clients par des offres qualifiées ainsi que la satisfaction des salariés à travailler dans des entreprises vertueuses, facteur de cohésion d'équipe.

Il est important de **mettre en avant les offres éco labellisées et les prestataires engagés** comme ambassadeurs, décider de la visibilité pour les valoriser.

Beaucoup d'acteurs travaillent autour du tourisme et la question de **l'échelle et du périmètre d'intervention** demeure présente. L'échelon doit en effet **avoir du sens** et non s'enfermer dans un périmètre administratif. Qui doit aider, accompagner, outiller ?

*Donner envie > Satisfaction > Visibilité des offres > Échelon d'intervention*

### **Enjeu 2.2 : Outils et labels, existants ou à créer**

L'accompagnement des professionnels et la qualification des offres est à renforcer grâce à des **outils ou l'obtention de certains labels**.

Beaucoup d'hébergeurs font des efforts pour se faire labelliser mais sans retour sur investissement visible ou rapide, l'effort peut parfois être chronophage.

**Sans s'enfermer dans un dispositif complexe** de label ou certification, la priorité est d'**identifier les attentes des pros et leurs motivations** à s'engager pour pointer la démarche la plus pertinente pour eux. Il est important de rassurer les pros désireux de s'engager sur la procédure à suivre qui peut se traduire par un **argumentaire** sur les avantages et inconvénients des labels pour les professionnels.

Les attentes sont très importantes autour des labels. Il est important d' avoir une idée des retours concrets, pas uniquement financiers. Une meilleure qualité de l'offre ne doit pas spécialement avoir un impact sur l'augmentation du coût de la prestation. Ces démarches sont chronophages mais cela risque d'évoluer avec la **prise de conscience** des visiteurs à privilégier des offres écoresponsables (du moins dans l'intention d'achat).

Il s'agit d'informer et d'accompagner sur des **dispositifs verts existants** (outils et labels).

Exemples:

- Étendre la démarche d'éco-hébergement au-delà du territoire métropolitain, pour que la labellisation se fasse progressivement ;
- En matière d'outils, le guide des hébergeurs à l'échelle du pôle territorial du Grand Libournais.

*Démarches existantes > Argumentaire aux pros > Transparence attentes clients > Prise de conscience > Exemplarité territoriale nécessaire*

## **AXE 3 : Valorisation des produits locaux et mise en relation des producteurs avec les restaurateurs et traiteurs**

### **Enjeu 3.1 : Aide à l'organisation et aux partenariats entre les producteurs et les métiers de bouche**

Une forte attente des participants autour d'une organisation à créer pour **simplifier la mise en relation** des différents acteurs.

Bien définir les attentes, les partenariats, les bénéfices autour d'un outil qui pourrait permettre de **positionner sur du long terme** le circuit court sur l'ensemble de la destination.

Les démarches de programmes alimentaires territoriaux (PAT) existent déjà et sont très transversales. Beaucoup de travail a été fait sur le foncier agricole, sur la restauration collective mais la **valorisation touristique du terroir** n'est pas abordée au niveau des agriculteurs, restaurateurs.

*Simplifier > Visée à long terme > Valorisation touristique du terroir*

### Enjeu 3.2 : Bien définir les besoins du terrain pour travailler sur un outil de mise en relation

Beaucoup d'énergie a été mise dans des éventuels partenariats autour de cette idée mais la mise en œuvre reste complexe voire problématique. On peut citer l'initiative des Assiettes de Pays en suspens pour le moment. **Recenser les productions** agricoles de manière exhaustive sur un territoire et sa proximité tout en répondant à la problématique de **logistique** des produits certifiés ou biologiques, notamment la difficulté d'**acheminement sur le dernier kilomètre**.

Exemple : il manque des passerelles pour que certaines productions viticoles trouvent leur place dans les restaurants du territoire.

Il existe des plateformes qui répondent à ce besoin mais le **segment touristique reste à créer**. Il y a pourtant une demande par les professionnels des métiers de bouche de proposer des offres de qualité pour se positionner sur le Bio mais cela reste un sujet très compliqué dans la mise en œuvre.

Des passerelles et rapprochements possibles sont à faire avec les **chambres consulaires**, particulièrement actives dans ses dispositifs.

*Recensement > Quantité disponible > Logistique / acheminement > Segmentation touristique > Partenariats consulaires*

### Enjeu 3.3 : Mettre en avant l'offre culinaire du territoire

Aujourd'hui, les produits culinaires emblématiques du territoire font partie de l'offre touristique. Des **parcours ou circuits gourmands** sur des produits emblématiques comme les huîtres ou le vin restent à conforter et développer.

Certaines initiatives locales sont des succès, comme "Camping car park" ou des petits vigneronns ouvrent leur propriété pour aller à la rencontre des visiteurs et gagner ainsi en **notoriété**.

*Tourisme gourmand > Quantité > Diffusion prestataires touristiques > Parcours / circuits > Mise en tourisme > Notoriété*

## Axe 4 : Stratégie de flux et mobilité douce

### Enjeu 4.1 : Développement des infrastructures sur le terrain

La métropole de Bordeaux travaille actuellement sur son **nouveau schéma des mobilités** sur la métropole : travailler aussi bien autour de la balade de loisir que la “marche utilitaire”, augmenter le périmètre piéton du centre-ville avec des propositions d’intermodalité, renforcer l’offre cyclable, l’usage du fleuve qui traverse la ville de Bordeaux...

La **piétonnisation** des espaces demande le développement de **solutions d’inter mobilité et des infrastructures spécifiques** pour proposer des parkings relais, des navettes douces pour tous types de territoires, les petits comme les grands et simplifier ainsi la question du dernier kilomètre.

**Sécurisation** de la voirie sur les territoires ruraux qui présente aujourd'hui un coût trop important pour les élus et les acteurs locaux. Élaborer un schéma vélo demande un travail long qui nécessite une projection des décideurs à **long terme** et un budget important sans **aide ni financement** de l’État.

Il est important de travailler sur un meilleur aménagement de la **gare routière** de Bordeaux.

*Schéma des mobilités > Infrastructures > Solution intermodales > Long terme*

### Enjeu 4.2 : Acceptation de l’usage des mobilités douces par l'utilisateur

Le développement de **transports fluides et moins polluants** est un enjeu présent depuis beaucoup d’années sans réponse satisfaisante.

La fluidité des transports doux ou en commun permet en effet une **meilleure circulation et moins d’embouteillages**, frein souvent identifié dans les études clientèles. Il est plus facile de se déplacer de façon durable en ville plutôt qu’en milieu rural, grâce aux services et infrastructures et au maillage des transports en commun présents sur le territoire.

Rendre piéton certains espaces publics et **inciter les usagers** à utiliser les parkings relais et les transports en commun dans la **pratique quotidienne** n’est pas toujours facile.

Cependant, cette pratique est en progression et la mise en œuvre pousse souvent à l’usage sur le terrain. Il faut garantir un accompagnement et un accès à des **moyens de transports** faciles et fiables alternatifs à l’usage de la voiture personnelle.

**L’accessibilité** pour tous les publics aux mobilités douces est importante et ne pas cibler uniquement les adeptes du vélo. L’inclusion peut être traitée dans cet axe.

*Fluidité > Incitation > Usage quotidien > Alternatives > Inclusion*