

Bâtir, ensemble, une destination reconnue de tourisme responsable

Rapport 2025 sur les résultats des actions 2024





SOVIET MARI PRE

| | |
|-------|---|
| Édito | 5 |
|-------|---|

Bilan des actions par axe et perspectives

| | |
|---|-----|
| Axe 1 : Accompagner l'offre touristique bordelaise dans sa transition responsable | 6-7 |
|---|-----|

| | |
|--|-----|
| Axe 2 : Placer l'habitant au cœur de la vie touristique d'une destination humaine et solidaire | 8-9 |
|--|-----|

| | |
|---|-------|
| Axe 3 : Développer les rencontres professionnelles et les grands événements à impact positif pour le territoire | 10-11 |
|---|-------|

| | |
|---|-------|
| Axe 4 : Piloter le développement économique du tourisme de manière soutenable | 12-13 |
|---|-------|

| | |
|--|----|
| Contribution aux 17 Objectifs de développement durable des Nations Unies | 15 |
|--|----|

| | |
|--|-------|
| Annexe : Récapitulatif des objectifs de l'année 2024 | 16-19 |
|--|-------|



2024, une année d'équilibre

En 2024, le tourisme et l'événementiel dans la métropole bordelaise ont connu une année d'équilibre entre qualité d'accueil et bien-être des résidents. La présence touristique a été stable tout au long de l'année et en progression concernant le tourisme d'affaires.

Fidèles à notre souhait de maintenir ouverte la fenêtre de dialogue qui nous unit, nous avons partagé, lors de la rencontre *Agora pour le tourisme à Bordeaux Métropole* au mois d'avril, un temps de réflexion concernant l'adaptation de notre activité aux évolutions climatiques et sociétales. Les idées ressorties de ce moment de partage sont librement consultables sur le site internet de la démarche (www.agora-tourisme-bordeaux.com).

Cette cohésion des acteurs publics et privés autour d'une stratégie co-construite continue d'être regardée en Europe et dans le monde, comme en atteste le résultat de 6^e place au Global Destination Sustainability Index en 2024, baromètre de référence de tourisme responsable auditant 104 destinations (1^{ère} destination Europe du Sud, dans le top 10 depuis 2020). Nous remercions chaleureusement les partenaires fidèles aux côtés desquels nous menons ces projets, parmi lesquels Gironde Tourisme, le Comité régional du tourisme de Nouvelle-Aquitaine, l'ADEME et, bien sûr, l'ensemble des entreprises présentes dans notre écosystème local.

Les actions menées dans le cadre de la stratégie ont abouti à de nouveaux résultats positifs (75% des objectifs atteints). 47% des adhérents de l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole (OTCBM) étaient écocertifiés en fin d'année. Quatre musées de la ville et le jardin botanique participent ainsi à une démarche collective visant l'obtention de la norme NF Environnement pour les sites de visite en 2025. 2024 fut également l'année de la 1^{ère} édition de la Nordic Walkin', une randonnée urbaine dans la métropole, qui symbolise les nombreuses actions en faveur d'un tourisme de proximité. Un programme d'accompagnement des organisateurs d'événements à l'optimisation de leurs impacts a été lancé avec de premiers résultats concrets. Enfin, une grande étude concernant les retombées économiques du tourisme a été initiée, pour laquelle nous connaissons les résultats l'an prochain.

L'année 2025 inaugure une période plus instable pour notre activité. Les tensions internationales et le contexte économique ont une influence majeure sur le tourisme et l'événementiel, ce qui nous invite à maintenir notre agilité et nos coopérations afin de nous adapter aux évolutions d'un monde fluctuant.

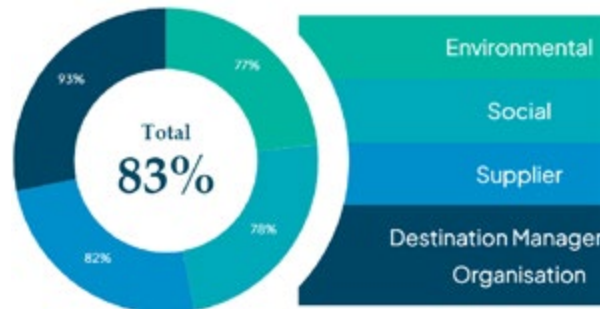


Axe 1 : Accompagner l'offre touristique bordelaise dans sa transition responsable

Bilan des actions 2024

6^e place

Avec un **score global de 83%**, Bordeaux intègre la **6^e place mondiale au GDS-Index sur 104 destinations évaluées**. Le GDS-Index rassemble plus de **77 critères** précis en lien avec l'engagement des professionnels du tourisme et de l'événementiel (82%), la stratégie durable de l'OTCBM (93%) ainsi que la performance sociale (78%) et environnementale (79%) de la destination. La participation de l'OTCBM à la **Convention des entreprises pour le climat** a contribué à ce résultat.



✓ Objectif action 1.9 en cours¹

68%

des entreprises adhérentes à l'OTCBM sont entrées dans une démarche responsable, 47% d'entre elles sont éco-certifiées (soit 250 entreprises). 70 entreprises ont participé à la **journée d'échanges de bonnes pratiques responsables** organisée le 8 février 2024 ([consulter les bonnes pratiques](#)).

8 témoignages audios d'adhérents engagés [sont disponibles](#).

✓ Objectif action 1.1 atteint¹



L'OTCBM fait partie du consortium Recol'terra, piloté par la Direction de la nature de Bordeaux Métropole, afin de partager les besoins de la restauration commerciale concernant un approvisionnement en circuit court de proximité.

✓ Objectifs actions 1.4 et 1.8 atteints



Communication responsable

- 34 % des publications sur les réseaux sociaux loisirs ont intégré un message éco-responsable (112 publications au total)
- 32 nouveaux articles loisirs, proximité et affaires encouragent un séjour responsable
- -9% de consultations de ces articles sur la page Bordeaux-tourisme.com par rapport à 2023

✓ Objectifs actions 1.7 atteints

80%

des produits vendus à la boutique de l'OTCBM sont faits en France et 14% en Europe.

✓ Objectifs actions 1.8 atteints

+7%

d'augmentation des ventes des produits de partenaires écoresponsables par rapport à 2023 sur [visiter-bordeaux.com](#).

✓ Objectifs actions 1.5 atteints

1. Tous les objectifs sont rappelés pages 16 à 19



Des avancées pour le transport maritime et fluvial

Transport fluvial : Après l'inauguration du ponton à passagers du Port de Bègles, la nouvelle ligne BATO entre Bordeaux Benauges et Bègles a été mise en service. Un nouvel arrêt a également été ouvert sur le ponton Bastide-Darwin.

Transport maritime : Les quais de Bordeaux rive gauche attirent chaque année entre 40 et 50 paquebots de croisière maritime (49 escales en 2024), d'une capacité de 80 à 950 passagers, pour des escales de 1 à 2 jours. La signature de la charte environnementale du port est obligatoire avant toute escale sur le port de la Lune.

Programmes d'accompagnement aux éco-certifications

En 2024, 197 entreprises du tourisme et de l'événementiel ont été accompagnées dans leur transition responsable.

18 hébergeurs ont obtenu le label Clef Verte, 13 entreprises le label LUCIE Progress (ISO 26000), 5 restaurateurs le label Ecotable et 10 ont suivi le programme FIG.

Ces programmes allient une aide financière, des ateliers et des formations : construction de sa charte RSE, événementiel responsable, management environnemental, réduction des coûts énergétiques dans son établissement, journée d'échanges de bonnes pratiques responsables.

Labellisation NF Environnement des musées de la ville

Fin 2024, quatre musées de la ville de Bordeaux et le jardin botanique ont débuté la démarche de certification NF Environnement – Site de visite (AFNOR) pour une durée d'un an avec formation, diagnostic, coaching, suivi des engagements.

Objectif : programme complet qui touche tous les professionnels en 2026 Objectifs action 1.1 atteints

→ Action reportée : Accompagnement des professionnels dans la mutualisation de solutions concernant les déchets (action 1.3)

Perspectives 2025

Des actions ont débuté en 2024 pour prendre toute leur envergure en 2025.

Le transport fluvial s'étoffe

La livraison du nouveau ponton Belvédère, à Bordeaux rive droite, permettra la mise en exploitation d'un neuvième arrêt BATO.

La rénovation complète du port de plaisance de Bègles est également de bon augure pour le développement du transport fluvial.

Partenaire écocertifié

La distinction «partenaire éco-certifié», reportée à début 2025, réunira toutes les entreprises adhérentes de l'OTCBM détenant un éco-label indépendant. Assortie d'une campagne de communication, elle apportera plus de lisibilité à l'offre auprès de la clientèle et valorisera les accomplissements des entreprises partenaires.

Créer des synergies avec les structures de l'ESS

L'OTCBM a référencé plus de 130 structures de l'Économie Sociale et Solidaire pouvant proposer des solutions locales responsables aux acteurs du tourisme et de l'événementiel (alimentation, énergie, biodiversité, inclusion, etc.) :

pro-bordeaux-tourisme.com





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

Bilan des actions 2024

Séduire et fidéliser la clientèle locale en réinventant la visite guidée

Les Escapades locales sont des balades curieuses, bucoliques, instructives et étonnantes. Elles invitent à porter un regard attentif sur les sites et paysages souvent méconnus qui nous entourent et s'inscrivent dans un objectif de voyage bas-carbone et de sensibilisation. Ces visites proposées tout au long de l'année mêlent découverte patrimoniale et immersion dans les paysages métropolitains par le biais de la marche. Les Escapades locales placent l'humain au cœur de l'expérience et créent de nouvelles synergies entre tourisme, culture, artisanat et écologie.

- 26 Escapades locales proposées dans 10 communes de la métropole : Bruges, Lormont, Bassens, Eysines, Bègles, Gradignan, Cenon, Floirac, Talence et Bordeaux
- 437 participants (contre 224 en 2023)
- 26 communes de Bordeaux Métropole rencontrées depuis 2023 afin de créer une base de données évolutive et opérationnelle des principaux lieux à valoriser ainsi qu'un réseau de connaisseurs du territoire de chaque commune

✓ Objectifs actions 2.1 atteints



Visite guidée street art à Bègles ©Céline Faure



58 750 joueurs estimés sur les 7 circuits Terra Aventura en 2024



Public local

- 97% des participants à *Bordeaux nous envoie balader*, semaine promotionnelle de visites originales, sont Girondins : 680 places proposées avec 25 thématiques
- 32% des Métropolitains ayant réservé une visite en 2024 sur visiter-bordeaux.com en avaient déjà réservé une antérieurement, ce qui montre une certaine fidélité des participants.
- +14% de places vendues à des Girondins sur ce site par rapport à 2023 ✓ Objectif action 2.1 atteint



Inclusion

- +18% de dons effectués sur visiter-bordeaux.com à destination de Vacances & Familles, permettant de financer le départ en vacances de deux familles.
- 1 331 interactions sur les deux vidéos valorisant des lieux labellisés Tourisme et Handicap : le musée des Beaux-Arts de Bordeaux et la piscine de Cenon
- Création d'un groupe de travail interservices à l'OTCBM afin de développer les offres accessibles et la communication à destination des personnes en situation de handicap. ✓ Objectifs actions 2.4 et 2.5 atteints. Objectifs action 2.3 en cours.

Bordeaux Solid'air : un programme en pleine expansion

785 participants ont pu bénéficier d'une activité de répit proposée par leur travailleur-euse social-e en 2024 (450 en 2023 et 1 600 depuis le lancement du programme), dans le cadre de Bordeaux Solid'air et de son réseau de 60 structures sociales et 25 entreprises touristiques partenaires.

Parmi ces activités, une soirée sur un voilier lors de Bordeaux Fête le Vin, une dégustation dans un château viticole, une visite de Bordeaux, une nuit dans un hôtel, la visite d'un musée ou d'un festival...

✔ Objectifs action 2.5 atteints



Goûter de Noël ©Moxy Bordeaux

Agora Tourisme Bordeaux : réfléchir ensemble au tourisme et à l'évènementiel de demain

106 participants se sont réunis en avril 2024 afin de connaître les résultats des actions menées à ce jour et réfléchir ensemble à une offre touristique et événementielle qui s'adapte aux évolutions climatiques et sociétales. Le compte-rendu est disponible sur agora-tourisme.com.

✔ Objectifs action 2.6 atteints

→ Action suspendue : développement du programme ambassadeurs pour les habitants (action 2.2)

Perspectives 2025

Bordeaux SENS dessus dessous

L'OTCBM commercialisera une nouvelle visite afin de découvrir le Bordeaux XVIII^e par les sens. Pensée pour plaire à tous, notamment au public en situation de handicap moteur ou visuel, cette visite permet d'explorer le cœur de Bordeaux de manière insolite.

Bordeaux Fête le Vin pour tous les publics

Un plan d'actions ambitieux est mis en place pour faciliter l'accès à Bordeaux Fête le Vin pour les publics en situation de handicap : gratuité pour les accompagnants, guide en FALC (facile à lire et à comprendre), mise à disposition de fauteuils roulants et gilets vibrants, dégustations adaptées à l'École du Vin, etc.

Découvrir le territoire en marchant

Le développement d'itinéraires de découverte en mode doux se poursuit, avec **deux nouvelles offres de randonnée** : *La boucle des quatre châteaux* à Artigues-près-Bordeaux et *Les sentes discrètes* à Carbon-Blanc. Ces balades, connectées au GR[®] de Bordeaux Métropole, sont accessibles en transport en commun. Cette offre en autonomie, ainsi que guidée, continuera à être valorisée sur [Un Air de Bordeaux](#) et ses canaux.

Les **Escapades locales** se déploieront avec la mise en place d'un partenariat avec la Carte Jeune, le renouvellement du partenariat avec l'Été métropolitain et le Festival international des arts de Bordeaux Métropole (FAB), et la création d'un panel d'étudiants ambassadeurs. Les coopérations avec les partenaires se poursuivront, notamment par la participation à la mise en tourisme de la Presqu'île d'Ambès.



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

Bilan des actions 2024

Bordeaux Fête le Vin



Scènes musicales à Bordeaux Fête le Vin
©Vincent Bengold

- **Résultats environnementaux** : -15% de déchets par rapport à 2023, -8% de tonnes équivalent CO2 émises, premier test sur le réemploi de bouteilles de verre à l'École du Vin et au Pavillon Médoc, 36,6% de pass récupérés en fin de manifestation pour recyclage, 82% des bardages issus du réemploi ;
- **6 concerts-dégustations ont eu lieu dans la métropole** lors des Avant-Premières de Bordeaux Fête le Vin à Cenon, Saint-Médard-en-Jalles, Artigues, Pessac, Bègles et Bouliac (Lormont annulé en raison d'intempéries) ;
- Organisation en janvier 2024 d'un petit déjeuner entre organisateurs d'événements grand public, afin d'**échanger sur les bonnes pratiques liées à l'alimentation locale et responsable**, avec 13 participants.



Objectifs actions 3.9, 3.10 et 3.11 atteints



Filières d'excellence et ambassadeurs

- 11 congrès ont été accueillis à Bordeaux en 2024 grâce au travail d'un ambassadeur local de la discipline.
- 32 événements ont été accueillis en lien avec les filières d'excellence du territoire.
- 4 filières stratégiques en Nouvelle-Aquitaine ont été valorisées : néphrologie, robotique, vitiviniculture, arthroscopie.



Objectifs actions 3.1 atteints



39 propositions de partenariat autour d'événements professionnels ont été envoyées à des associations locales et structures de l'ESS.



Objectifs actions 3.3 et 3.4 atteints

Formation à l'évènementiel responsable

En partenariat avec l'ADEME, l'OTCBM a déployé une formation afin de fournir les clés de compréhension et les solutions locales d'un événement professionnel responsable.

20 agences ont été formées en présentiel en 2024, avec la possibilité de poursuivre leur démarche vers le label Lucie Progress (ISO 26000).

Près de 140 contacts actifs se sont connectés à la plateforme de micro-learning qui propose un format de 2 heures en français et en anglais.



Objectifs actions 3.5 atteints



Accueil Bordeaux Bienvenue ©OTCBM

Bordeaux Bienvenue

Depuis 2022, l'OTCBM anime un collectif de 40 acteurs clés de la chaîne d'accueil (transporteurs, hôteliers, restaurateurs, etc.) pour viser la satisfaction des participants aux événements professionnels.

En 2024, 24 000 participants ont bénéficié de transports gratuits, 5 congrès ont eu un affichage dans la ville et 11 accueils ont été organisés en gare, à l'aéroport ou sur site.

Le taux de satisfaction global des organisateurs est de 82%.

✓ Objectifs actions 3.2 et 3.7 atteints

Optimiser l'impact des événements accueillis

Le Bordeaux Convention Bureau (BCB) propose un accompagnement personnalisé et gratuit pour réduire l'empreinte environnementale des événements et valoriser un héritage local aligné avec les valeurs RSE des organisateurs. Grâce à une subvention de la région Nouvelle-Aquitaine (projet TINA), l'OTCBM et le cabinet Utopies ont calculé l'impact de trois congrès d'envergure différents accueillis à Bordeaux en 2023 et 2024 (RoboCup, Woodrise, Réunion annuelle du CNOF). Ces résultats aident le BCB à conseiller les organisateurs pour optimiser leurs impacts avec des données chiffrées.

- **14% des dossiers ouverts dans l'année** ont bénéficié de l'accompagnement de l'équipe du BCB concernant les enjeux de responsabilité sociétale des entreprises/organisations (contre 4,7% en 2023).
- **3 dossiers ont bénéficié d'un programme d'héritage portant sur des actions environnementales et sociales** : les Universités du Tourisme Durable, le Congrès des Notaires et le congrès de la Ligue des droits de l'Homme.

✓ Objectifs actions 3.3 et 3.4 atteints

→ Action en veille : mutualisation du matériel événementiel (aujourd'hui en phase de test pour la culture avec la Ressourcerie culturelle municipale de Bordeaux), action 3.8

Perspectives 2025

Actualisation des formations

Héritage, empreinte carbone, inclusion... Ces enjeux appliqués à l'événementiel avancent à grand pas. Afin de maintenir des outils et formations à jour, une grande actualisation des supports est prévue en 2025.

Concertation relative à l'avenir du Parc des Expositions

Bordeaux Métropole, en partenariat avec les communes de Bordeaux et Bruges, engage une réflexion ouverte d'avril à juillet 2025 concernant l'avenir du Parc des Expositions. Le projet vise à moderniser le hall 1, construit en 1969, en proposant un espace plus fonctionnel, plus durable et intégré à un quartier en pleine transformation, dans le cadre du développement du secteur de la Jallère (objectif action 3.6).



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

Bilan des actions 2024



IBTM 2024 ©OTCBM

6 pays cibles en promotion loisirs et affaires pour privilégier les marchés européens proches et consolider les marchés matures : France, Suisse, Belgique, Allemagne, Royaume-Uni, États-Unis (et des opérations multi marchés Europe et Amérique du nord)



Objectifs action 4.1 atteints



Près de 5 millions de visiteurs uniques sur l'écosystème numérique de l'OTCBM, soit une augmentation de +113% par rapport à 2022

Deux projet innovants subventionnés portés par l'OTCBM :

- calcul de l'impact carbone, économique et scientifique de l'accueil de trois congrès avec le cabinet Utopies grâce à un soutien de la Région Nouvelle-Aquitaine (TINA).
- création d'un programme de formation à l'événementiel d'affaires responsable en micro-learning et en présentiel avec le soutien de l'ADEME.

Soutien à deux projets innovants de partenaires :

- don du surplus alimentaire généré par l'activité événementielle avec le Chañon Manquant.
- calcul de l'empreinte carbone de restaurants avec FiG.



Objectifs action 4.4 atteint

Un nouveau logiciel de gestion de la relation client

Ce nouvel outil centralise et qualifie les contacts clients de l'OTCBM pour des communications plus ciblées. Clients, inscrits aux newsletters, participants aux visites guidées et autres contacts web, tous sont désormais regroupés dans la base de données. Ces données permettent de segmenter les visiteurs pour des communications adaptées géographiquement, afin de les encourager à revenir. L'outil génère des tableaux de bord utiles pour suivre la fréquentation et la consommation touristique. Un questionnaire automatique, envoyé 10 jours après le séjour, recueille des informations sur le profil des visiteurs (âge, transport, hébergement, durée de séjour, etc.).



Objectifs action 4.3 atteints

Bordeaux, Inspirez, Explorez : une nouvelle identité visuelle

Une nouvelle identité visuelle a été déployée pour mieux illustrer notre destination d'aujourd'hui, plus ouverte, plus vivante, plus engagée vers un tourisme et un événementiel durables. Elle incarne nos quatre piliers : culture urbaine et glisse, équilibre ville/nature, esprit du Sud-Ouest et œno-bistronomie.



Perspectives 2025

Prospection auprès de la clientèle française

À partir de 2025, l'OTCBM souhaite intensifier ses actions BtoB et BtoC sur le marché français, plus captif et facile à fidéliser, avec notamment « Prochain arrêt : Bordeaux », une campagne digitale performante sur SNCF Connect, en collaboration avec La Cité du Vin. Autre projet collaboratif, la présence aux côtés des Vins de Bordeaux au festival Rock en Seine, pour rajeunir les publics et les visiteurs de la destination.

Une offre d'hébergements touristiques plus accessible et équilibrée

Dans le cadre du Schéma directeur de l'hébergement touristique de Bordeaux Métropole, lancé en 2022, plusieurs actions concrètes sont à l'étude, notamment pour favoriser l'installation ou le maintien d'hôtels de catégorie 2 et 3 étoiles et pour mieux encadrer les nouveaux projets hôteliers.

→ Action reportée à 2025 : Soutien à l'emploi (action 4.5)





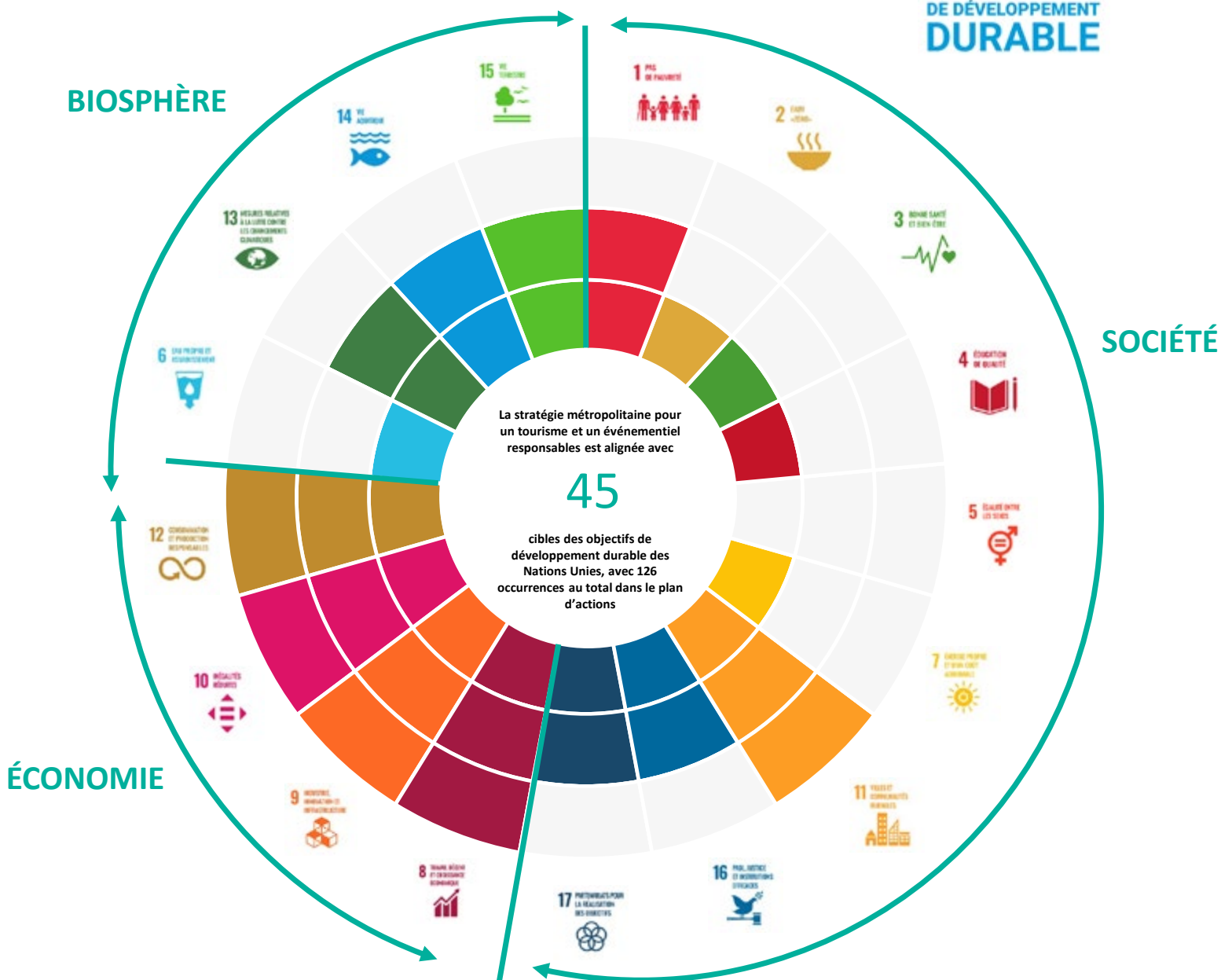
Contribution aux 17 Objectifs de développement durable des Nations Unies

La stratégie métropolitaine pour un tourisme et un événementiel responsables est alignée sur les Objectifs de développement durable des Nations Unies (ODD), leurs cibles et leurs indicateurs.

Les actions mises en œuvre en 2024 viennent répondre à **45 cibles**, particulièrement sur les **objectifs 11 « villes et communautés durables »** et **12 « consommation et production responsable »**. La progression en 2024, comparée à 2023, est ainsi particulièrement importante pour ces objectifs, ainsi que pour l'objectif 8 « travail décent et croissance économique ».

Les actions entreprises en 2024 ont permis d'atteindre le nombre suivant de cibles :

- 1^{er} niveau : 1 à 2 occurrences de cibles
- 2^e niveau : de 3 à 5 occurrences de cibles
- 3^e niveau : plus de 6 occurrences de cibles



ANNEXE

Récapitulatif des objectifs de l'année 2024

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

| N° fiche action | Actions | Objectifs jusqu'à fin 2024 |
|-----------------|--|--|
| 1 | Accompagner les professionnels du tourisme et de l'événementiel dans l'amélioration de leurs pratiques vers plus de durabilité | <ul style="list-style-type: none">- Un nouvel accompagnement financier et humain d'une filière par an jusqu'à ce que tous les métiers soient couverts- 4 actions de sensibilisation et de formation- 50% de professionnels adhérents à l'OTCBM à intégrer une démarche durable |
| 2 | Promouvoir les offres au travers d'une distinction tourisme responsable identifiable par les visiteurs | <ul style="list-style-type: none">- Mettre en place une distinction et définir le plan de communication.- 50% de professionnels adhérents à l'OTCBM à bénéficier de la distinction |
| 3 | Accompagner les professionnels du tourisme dans une meilleure gestion de leurs déchets et de l'énergie | Mise en place de solutions mutualisées et d'objectifs de résultats |
| 4 | Travailler autour des circuits courts dans les métiers de l'HCR (hôtellerie, café et restauration) | <ul style="list-style-type: none">- Trouver le réseau de partenaires pour mener à bien cette action- Mise en place opérationnelle et définition d'objectifs de participation |
| 5 | Accompagner la filière œnotouristique dans la valorisation des pratiques viticoles durables et dans son développement économique | <ul style="list-style-type: none">- Un accroissement de 10% par an de ces offres sur visiterbordeaux.com- Annualisation de Bordeaux Fête le Vin à partir de 2022, fête étendue aux communes de la métropole- Offre disponible sur les différentes appellations sur visiterbordeaux.com et accroissement de l'offre durable |
| 6 | Œuvrer pour une croisière plus responsable | <ul style="list-style-type: none">- Premiers indicateurs de performance environnementale du port de Bordeaux disponibles en 2022 avec une stratégie de progression régulière- 100% des navires accueillis à Bordeaux signataires de la charte environnementale évolutive- Maîtrise du nombre et du type de bateaux dans le port de la lune en fonction des critères environnementaux développés dans la charte évolutive |
| 7 | Communiquer de façon positive sur un comportement responsable | <ul style="list-style-type: none">- Intégrer un message éco-responsable dans ¼ des parutions sur les réseaux sociaux de l'OTCBM. Sponsoriser les posts éco-responsables à plus fort impact- Alimenter annuellement les contenus éco-responsables des sites de l'OTCBM (4 articles par an sur le site loisirs et 2 sur le site affaires) |

8

Proposer et valoriser les produits locaux

- Au moins 2 parcours guidés par an sur le patrimoine gastronomique et/ou viticole
 - Partenariat avec un programme de communication locavore à destination des restaurateurs
 - Au moins 80% de produits faits en France proposés à la boutique de l'OTCBM et 40% de produits fabriqués en Nouvelle-Aquitaine
-

9

Accompagner la stratégie du plan climat métropolitain dans son objectif d'atteindre la neutralité carbone d'ici 2050

- Suite à la réalisation du bilan de gaz à effet de serre (BEGES), mise en place d'actions afin d'accompagner l'ambition de réduction métropolitaine
-

10

Développer les coopérations territoriales autour du tourisme

- Au moins 2 démarches de coopération par an
 - Contacts actifs avec au moins 10 destinations
-

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

1

Animer le tourisme de proximité en fédérant les initiatives des communes de la métropole afin d'identifier un maillage d'activités à structurer et promouvoir

- 4 nouveaux produits guidés et 4 nouveaux produits en autonomie en 2022 à l'OTCBM. Lancement des parcours On Piste en 2022
 - Augmentation régulière de la fréquentation sur le GR métropolitain
 - Taux de remplissage de 50% sur les produits dédiés sur visiter-bordeaux.com avec au moins 80% de clientèle locale
 - Augmenter de 10% le nombre de Girondins ayant suivi plus d'une visite
 - Croissance de la communauté Un Air de Bordeaux de 30% par an
-

2

Mieux valoriser la place de l'habitant dans l'accueil touristique (ambassadeur)

- Une action emblématique de rencontre par an
 - Mettre en place des objectifs de participation concernant le programme de fidélisation pour le résident-ambassadeur
-

3

Travailler les offres touristiques en fonction des différents handicaps

- Au moins 10 itinéraires accessibles aux personnes en situation de handicap
 - Formation du personnel d'accueil de l'OTCBM et action de sensibilisation à destination des professionnels
-

4

Mettre en place une communication adaptée afin de toucher les publics en situation de handicap

- Travailler à l'accessibilité du mini-site sur l'offre pour les personnes en situation de handicap et former le personnel d'accueil
 - Une action de communication par an
-

5

Proposer des offres accessibles aux publics en situation de précarité

- Deux nouvelles offres ou offres améliorées par an
 - Progression annuelle des bénéficiaires (au moins +20% par rapport à l'année 1)
-

6

Poursuivre la gouvernance participative dans le cadre du développement d'un tourisme à impact positif

- Une mise à jour constante du site Agora avec des informations sur la mise en œuvre de la stratégie
 - Organisation d'un rendez-vous annuel avec les parties prenantes. Publication des résultats annuels.
-

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

| | | |
|----|---|---|
| 1 | S'appuyer sur les filières d'excellence du territoire pour s'assurer d'un impact économique et scientifique positif des événements et faire venir plus de rencontres professionnelles dans la métropole | <ul style="list-style-type: none">- Intégrer régulièrement des ambassadeurs sur de nouvelles filières- Développer 15 à 20 projets actifs sur l'année avec un ambassadeur- Accueillir entre 5 et 15 événements sur l'année dont la source de prospection est un ambassadeur- Valoriser 3 secteurs de nos filières stratégiques en Nouvelle-Aquitaine (communication, événements) dans l'année |
| 2 | Mettre en place une stratégie d'accueil responsable de qualité | <ul style="list-style-type: none">- Structuration et animation du collectif- 4 ou 5 congrès prioritaires par an bénéficiant de tout le dispositif ; 21000 participants bénéficiant de titres de transports gratuits |
| 3 | Travailler avec l'organisateur sur un aspect logistique de son événement afin d'en améliorer la performance environnementale et proposer un bilan en fin d'événement | Étendre le dispositif d'accompagnement des organisateurs d'événements |
| 4 | Accompagner des partenariats entre associations locales et organisateurs d'événements afin d'assurer un impact social positif de l'événement | Un panel d'au moins 20 associations locales actives proposé, dont l'activité est en lien avec les principaux événements accueillis sur le territoire |
| 5 | Mettre en place un dispositif de formation à destination des organisateurs d'événements pour améliorer leurs pratiques responsables | <ul style="list-style-type: none">- Création du guide de bonnes pratiques durables pour l'organisation d'une rencontre professionnelle et création d'un dispositif de formation- Au moins 30 organisateurs d'événements formés par an |
| 6 | Accompagner le Parc des Expositions de Bordeaux dans sa transition environnementale et une meilleure intégration dans son écosystème | <ul style="list-style-type: none">- Étude de faisabilité et de programmation disponible en 2022- Début des travaux en 2024 |
| 7 | Développer des offres de mobilités durables pour les participants aux événements | <ul style="list-style-type: none">- Lancement opérationnel d'offres de mobilité douce à destination des participants aux événements professionnels- Amélioration du dispositif de communication sur les trajets intermodaux |
| 8 | Favoriser la mutualisation du matériel utilisé pour les événements | <ul style="list-style-type: none">- Organiser une table ronde avec des standistes, centres de congrès, agences pour préciser les besoins- Relai des outils et moyens auprès d'incubateurs |
| 9 | Proposer des micro-événements en écho aux grandes manifestations dans les communes de la métropole et les quartiers de Bordeaux | Augmentation annuelle des événements ayant une programmation sur au moins deux villes de la métropole |
| 10 | Pendant les grands événements, créer des solutions simples et intuitives pour réduire les déchets et encourager la mobilité douce | <ul style="list-style-type: none">- Au moins 3 actions par an mises en œuvre sur Bordeaux Fête le Vin- Des engagements significatifs sur la réduction des déchets et le tri dans toutes les grandes manifestations |
| 11 | Partager les bonnes pratiques entre organisateurs d'événements culturels et sportifs à l'échelle de la métropole | Une rencontre par an organisée avec au moins 15 participants |

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

-
- 1** Dans les actions de promotion loisirs et affaires, privilégier les marchés proches et consolider les marchés matures lointains à fort apport économique

 - 10 pays loisirs et affaires (UE, US, Canada) avec au moins une opération ciblant la clientèle française
 - Environ 500 contacts actifs par an (loisirs)
 - Environ 20 actions de promotion par an (affaires) et augmentation des dossiers confirmés par rapport à N-1
 - 2** Élaborer un schéma directeur de l'hébergement touristique pluriannuel pour accompagner l'évolution de l'offre dans le temps et l'espace

Analyser l'existant et les projets en cours, étudier les besoins éventuels en fonction des territoires métropolitains et fixer les grands axes de modernisation de l'hébergement touristique, permettant une offre équilibrée et qualitative sur le territoire de Bordeaux Métropole jusqu'en 2026, en phase avec l'évolution de la demande
 - 3** Faire converger les relations clients physiques et digitales et optimiser l'observation

 - Observation annuelle concernant le tourisme d'affaires et de loisirs
 - Mise en place du logiciel de relation client
 - Conduite d'une étude sur l'impact économique du tourisme
 - 4** Soutenir l'innovation dans le tourisme et l'événementiel en accompagnant les porteurs de projets comme prévu dans la feuille de route développement économique de Bordeaux Métropole

 - Un concept proposé à un incubateur/lab en lien avec l'action 3.8
 - Mise en place d'un partenariat pour un prix
 - Être territoire d'expérimentation
 - 5** Accompagner l'emploi dans les métiers du tourisme

 - Fluidifier les relations entre l'offre et la demande afin d'identifier les meilleurs candidats pour les professionnels de la destination.
 - Servir de relai de communication pour favoriser l'utilisation de ces plateformes auprès du grand public et des professionnels.
-



