

## BORDEAUX MÉTROPOLE : FACE À UN CONTEXTE INÉDIT, LES INDICATEURS TOURISTIQUES 2020 NE RÉSISTENT PAS À UNE BAISSÉ GÉNÉRALE

**Bien loin des performances enregistrées ces dernières années, les chiffres de fréquentation touristique obtenus en 2020 sur la métropole bordelaise sont bas, malmenés par une crise sanitaire qui n'a laissé que peu de place aux opportunités de voyage nationaux mais surtout internationaux, et d'accueil d'événements. A l'échelle nationale, le segment du tourisme urbain a été l'un des plus impactés.**

**Dépourvus de touristes d'agrément mais aussi d'affaires, les indicateurs touristiques de la métropole bordelaise affichent une baisse globale, à l'image du nombre de nuitées qui enregistre - 41%, avec néanmoins quelques éclaircies sur la période estivale.**

**Le tourisme participe activement à la dynamique du territoire et représente un poids important dans l'économie locale. Un vaste plan de soutien a été développé en 2020 par Bordeaux Métropole et la Mairie de Bordeaux, permettant notamment à l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole de monter des opérations de relance destinées à dynamiser le tourisme et les rencontres d'affaires au niveau local et national. Des engagements stratégiques et financiers ont été pris pour l'accueil d'événements porteurs tels que les Jeux Olympiques 2024 (football) ou la Coupe du Monde de Rugby 2023.**

**Avec une capacité à la résilience et à l'adaptabilité, l'écosystème touristique bordelais imagine déjà la reprise, et anticipe le tourisme et les rencontres professionnelles de demain. Face à des visiteurs qui repensent leurs habitudes et attentes en matière de voyage et des organisateurs d'événements qui revoient leurs priorités, les acteurs adaptent voire réinventent leur offre, et l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole fait le choix de s'engager encore plus franchement pour faire de Bordeaux une destination reconnue de tourisme durable.**

## Bilan 2020

### - La fréquentation dans les lieux touristiques

#### A l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole (OTCBM)

Sur l'année pleine, l'office de tourisme enregistre une **baisse de 73% de fréquentation** avec 172.000 visiteurs contre 642.000 en 2019. Si elle représente habituellement plus de la moitié des visiteurs accueillis à l'OT, la clientèle internationale a fait défaut et tombe à 26% de la fréquentation en 2020. Les visiteurs français étaient de 51% tandis que les Girondins représentent 23% (contre 13,5% en 2019).

Quelques performances sont néanmoins à noter : le début d'année 2020 laissait présager de jolis résultats, avec une **hausse de fréquentation des visiteurs à l'office de tourisme de 11% pour les mois de janvier et février**. Mis en perspective avec le reste de l'année, les **chiffres de fréquentation enregistrés pendant la période estivale ont permis de limiter la baisse**, avec -40% en juillet & août, portés par une clientèle française bien présente.

Côté fréquentation digitale, le webzine dédié aux habitants de la Métropole **unairdebordeaux.fr enregistre 313.000 visiteurs uniques** (-11%), un trafic très satisfaisant en 2020, confortant l'office de tourisme dans sa stratégie en faveur du développement du tourisme de proximité, initiée dès 2017 avec la mise en ligne du webzine. La plateforme e-commerce **visiterbordeaux.com cumule 143.000 visiteurs uniques** (-32%), tandis que le site amiral **bordeaux-tourisme.com**, qui a connu une refonte globale en juin, **affiche 930.000 visiteurs uniques** (-52%). Citons aussi le dernier né dans l'écosystème numérique de l'OTCBM : **bordeaux-cadeaux.com**, site e-commerce lancé fin 2020 où l'on retrouve les produits de la Boutique.

Les **réseaux sociaux de l'OT gagnent en visibilité**, avec 138.000 abonnés sur Facebook (+5%) et plus de 60.000 sur Instagram (+31%). Surfant sur cette vague, l'OT poste chaque semaine sur sa page Facebook une vidéo commentée par un guide-conférencier, mettant en lumière un lieu méconnu de la Métropole. Depuis le lancement mi-novembre, près de 400.000 personnes ont été touchées par ces vidéos.

#### Dans les musées et lieux d'exposition

Impactés par une baisse des visiteurs et par des périodes de fermeture, les musées et lieux d'exposition\* de la ville affichent une **fréquentation en baisse de 57%** avec 638.000 entrées contre 1,49 million en 2020.

*\*musées municipaux, Musée du Vin et du Négoce, Musée des Douanes, la Cité du Vin, le FRAC, Cap Sciences.*

La gratuité des musées municipaux pendant l'été et l'application d'un tarif spécial pour les habitants de la Métropole à la Cité du Vin ont permis **d'attirer une clientèle de proximité mais aussi nationale** et limiter cette baisse. Le Musée des Arts Décoratifs et du Design est l'établissement enregistrant la plus faible diminution grâce au succès de l'exposition *Playground – Le design des sneakers*. Le FRAC Nouvelle-Aquitaine et le Muséum de Bordeaux, qui ont tous les deux ouvert au premier semestre 2019, accusent naturellement une baisse moins importante que les autres établissements.

A noter : le **vif succès des Bassins de Lumières**. Ouvert en juin 2020, le site a enregistré près de 430.000 entrées, ce qui en fait le site culturel le plus fréquenté de l'agglomération pour cette année. En incluant ces statistiques, l'ensemble des sites culturels bordelais a reçu plus d'un million de visiteurs.

### Dans les monuments

Soumis à des fermetures au même titre que les musées, la **fréquentation des monuments de la ville a diminué de 74%** (37.000 entrées). La Tour Pey Berland, monument le plus fréquenté, n'a pas rouvert ses portes depuis le 17 mars 2020, date du premier confinement. Il devrait prochainement accueillir du public avec un système de réservation obligatoire afin de respecter les mesures sanitaires en vigueur. De ce fait, la Flèche Saint Michel a été le monument le plus fréquenté en 2020 avec 14.000 visiteurs (-46%). Repoussés d'un an, d'importants travaux sont prévus à compter de septembre/octobre 2021, et engendreront une fermeture du monument pour 5 ans.

### Des visites de ville

Les **opérateurs de circuits touristiques** dans la ville comme le petit train, le tuk-tuk, ou le bus ont accueilli **70% de visiteurs en moins**.

Du côté de l'OTCBM, le **programme de visites guidées a été adapté**. Alors que la demande habituelle porte majoritairement sur les visites du Bordeaux du 18<sup>e</sup> siècle, une toute nouvelle offre a été créée afin de séduire la clientèle locale : des thématiques originales (parfois même inédites) ont été proposées, suivant des formats plus courts, le tout répondant davantage aux attentes des locaux. Parmi les grands succès : la mini-visite des soubassements du Monument aux Girondins, la découverte des dessous du Miroir d'Eau et l'insolite « Petits Secrets et Grandes Histoires ». Le **chiffre d'affaires a été moins impacté avec -30% sur l'année**, enregistrant même une progression pendant la période estivale, qui a permis de maintenir une certaine activité pour les guides-conférenciers.

### Dans les châteaux viticoles

D'ordinaire porté par des visiteurs étrangers, et principalement anglo-saxons, le **secteur oenotouristique a affiché une importante baisse en 2020**. Sur un panel de 40 châteaux viticoles adhérents à l'OTCBM proposant des visites-dégustations, une baisse de 70% du nombre de visiteurs a été enregistrée. En revanche, les **ventes de vin à la propriété ont progressé** avec un panier moyen en hausse.

Par ailleurs, l'OTCBM a proposé dès l'été un système de réservation en ligne de visites de châteaux directement à la propriété, pour s'adapter à la clientèle dotée d'une voiture. Cette offre, composée d'une vingtaine de châteaux, a montré des résultats très encourageants.

L'OTCBM propose aussi toute l'année des excursions clés en main dans le vignoble au départ de Bordeaux, **seuls 38 départs ont été assurés en 2020** contre 470 en 2019. Une baisse également très marquée chez les **opérateurs privés d'excursions**, dont la clientèle est essentiellement internationale.

## - Le tourisme fluvial et maritime

### Les croisières maritimes

**Toutes les croisières ont été annulées en 2020 à l'exception de celles proposées par la compagnie du Ponant** avec son navire le Bougainville qui a réalisé 11 escales pour un total de 790 passagers. A titre comparatif, en 2019, 53 escales dont 43 à Bordeaux centre avaient été enregistrées pour 42.000 passagers. Fin 2020, 67 escales étaient prévues pour la saison 2021 mais une vingtaine a déjà été annulée.

### Les croisières fluviales

Alors qu'en 2019, six compagnies proposaient des croisières au départ de Bordeaux, seule **CroisiEurope** (avec le navire Cyrano de Bergerac) **a navigué dans le port de Bordeaux en 2020**, comptabilisant 7 croisières au départ de la ville (contre 185 départs en 2019).

### Les balades fluviales

Les grands opérateurs de croisières à la journée ou à la demi-journée (Bordeaux River Cruise, Burdigala, Marco Polo, Yacht de Bordeaux) voient leur **fréquentation baisser de 80%**, avec 24.200 passagers transportés. A contrario, les petits opérateurs qui disposent de bateaux de faible capacité (12 personnes) des compagnies comme Bordeaux Be Boat et Bordeaux sur l'eau ont plutôt tiré leur épingle du jeu.

## - Le transport

### L'Aéroport

L'Aéroport de Bordeaux comptabilise **2,3 millions de passagers, soit une baisse de 70,6%** par rapport à 2019. Le trafic international chute lourdement (-76%) et représente 48% des vols, les 52% restant portant sur le trafic domestique. Une répartition bien différente de l'année 2019 qui était de 60% pour le premier et 40% pour le second.

### La gare

**Le trafic ferroviaire a été bien moins impacté que l'aérien** avec -24% sur les lignes à grande vitesse (Ile de France, Toulouse, Strasbourg/Lille, Hendaye/Tarbes) et Intercités (Nantes, Marseille).

## - Les rencontres professionnelles

Alors que l'année 2020 s'annonçait comme une année record pour l'accueil des événements professionnels d'ampleur avec 20 congrès de plus de 2 000 participants programmés, le tourisme d'affaires a été coupé dans son élan et particulièrement impacté par la crise sanitaire, qui a entraîné un effondrement de l'activité et du nombre d'événements organisés.

En 2020, le Bordeaux Convention Bureau a identifié **277 nouveaux organisateurs d'événements potentiels** (vs 516 en 2019). L'équipe a travaillé sur 133 projets d'événements représentant 230 000 journées congrès (JC) contre 293 projets en 2019. **33 réunions ont été confirmées** représentant près de 30 000 JC d'ici à 2022 sur le territoire alors **qu'en 2019 le bureau avait confirmé 127 événements** représentant 150 000 JC d'ici à 2023. Au-delà d'une baisse de plus de 70% de l'activité, les appels d'offres habituellement lancés pour candidater à moins 3, 4 ou 5 ans sont en standby. Côté digital, le site **congres.bordeaux-tourisme.com** cumule 23.500 visiteurs uniques (-20%). En revanche, la page **LinkedIn a gagné +120% d'abonnés** et engage significativement sa cible. Pour exemple, le témoignage de Richard Niddman diffusé en septembre sur la tenue du congrès JIRP au Palais de congrès a totalisé 10 410 vues et 46 130 impressions. Grâce à ces outils et à **l'organisation de 10 webinaires thématiques depuis juin (254 inscriptions)**, le BCB a pu maintenir le contact avec les organisateurs d'événements au niveau national.

L'ensemble de la chaîne d'accueil des événements professionnels, traiteurs, centres de congrès et d'expositions, lieux événementiels, prestataires techniques, transporteurs, hébergeurs et restaurateurs, se sont mobilisés pour permettre une reprise de l'activité dès que possible avec la **mise en place de protocoles sanitaires adaptés**, ce qui a permis d'accueillir des congrès en juin et septembre. Les **hébergements** se sont entendus pour **partager leurs disponibilités** avec les centres de congrès afin de **faciliter le report des événements**.

## - Le secteur CHR (Café-Hôtellerie-Restauration)

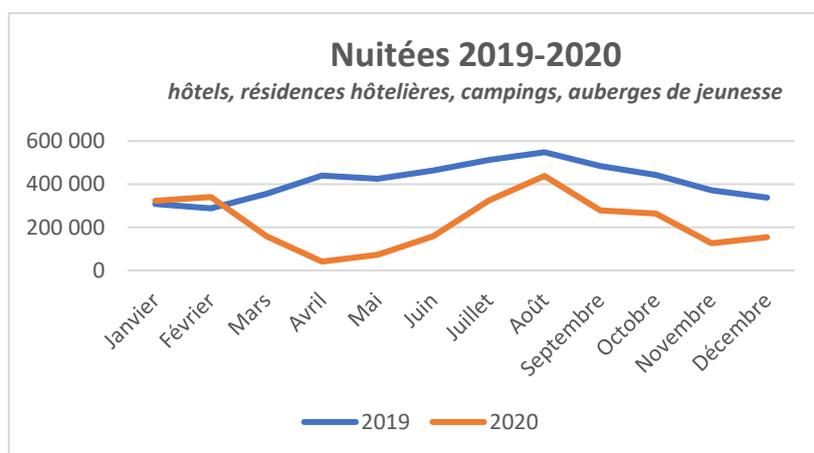
Particulièrement concerné et touché, le **secteur de l'hôtellerie-restauration fait face à des difficultés de taille** depuis le début de la crise en mars, entre longue période de fermeture et absence de visiteurs. Si des **aides substantielles** permettent à une grande partie des restaurants de traverser cette crise, certains ne cochent aucune case du dispositif et subissent de plein fouet la perte d'activité, comme c'est le cas des établissements n'ayant pas de chiffre d'affaires de référence ou les entreprises holding de plus de 49 salariés. Dépourvus de visibilité sur une possible réouverture, la plupart des établissements sont **bloqués dans leurs perspectives d'investissement** (travaux, communication ou encore recrutement).

La profession a su montrer qu'elle savait faire preuve d'**adaptabilité**, et reste **motivée et mobilisée pour la reprise**, qui se fera à des rythmes différents, certainement plus lent pour les établissements haut-de-gamme, prisés de la clientèle étrangère. L'attractivité de la destination Bordeaux pousse la filière à croire en une relance de l'activité dynamique. Un objectif reste de mise : rassurer la clientèle sur les protocoles sanitaires appliqués, alors que ce type d'établissement a souvent été perçu comme lieu de contamination. Autre enjeu de taille dans la reprise : le **recrutement**, certains salariés ayant préféré se tourner vers d'autres corps de métier.

## - L'hébergement

### Les nuitées sur la Métropole bordelaise

**3,74 millions de nuitées ont été enregistrées en 2020 soit 41% de moins** qu'en 2019 (6,35 millions). On constate une baisse des **nuitées dans les hôtels (51% du total) de l'ordre de 50%**. Les **résidences hôtelières**, qui font pour certaines de la location longue durée, enregistrent une **diminution moins marquée avec -32%** (24% des nuitées totales).



Le nombre de **logements Airbnb** actifs dans la Métropole en 2020 **passé de 10.000 à 8.000 (-20%)**, sur la base des annonces ayant enregistré au moins une réservation dans l'année.

### Performances hôtelières de la Métropole bordelaise

#### - Le parc hôtelier

La Métropole de Bordeaux compte **198 hôtels et résidences de tourisme**, soit 9.532 chambres et 3.610 appartements dont :

- 19% d'établissements économiques et super économiques,
- 23% d'hôtels de moyenne gamme,
- 17% de haut de gamme,
- 16% de résidences de tourisme.

Un quart du parc hôtelier n'est pas classé.

#### - Les résultats pour l'hôtellerie et les résidences hôtelières

Depuis 2011, la CCI Bordeaux-Gironde suit au travers de son baromètre, les performances de l'hôtellerie sur la Métropole, en collaboration avec IN Extenso TCH/ STR, nouveau prestataire depuis janvier 2020.

Sans surprise, les **performances de l'hôtellerie** sont fortement en baisse en 2020. **Au cumul, le Taux d'Occupation (TO) 2020 atteint à peine les 31%, soit une diminution de 55%**. Le prix moyen est de 75€ et le RevPAR (*Revenue Per Available Room*) est en baisse de 36€ avec 23€. Après des mois d'avril et mai quasiment à zéro, l'occupation est repartie doucement en juin, juillet et août avec l'arrivée des vacanciers. Avec la rentrée de septembre et l'absence du tourisme d'affaires, le taux d'occupation est de nouveau en recul. On note une légère reprise en décembre avec les fêtes de fin d'année.

Les **résidences hôtelières** ont été moins impactées que l'hôtellerie classique et affichent un TO cumulé de 52,2%, un prix moyen de 45€ et un RevPAR de 23€, soit une baisse de 19€ par rapport à 2019.

Si l'on étudie l'évolution du TO par gamme, on note que le **segment haut de gamme a été plus réceptif aux effets de la crise** que les autres segments de l'hôtellerie avec une forte baisse lors des confinements et inversement, une saison estivale plus favorable que le moyen de gamme ou l'économique, pour un TO moyen à 28%. Le **super économique a lui mieux amorti les restrictions sanitaires**, avec un TO de 34% et une activité légèrement maintenue pendant le premier confinement, une reprise plus rapide au printemps que les autres segments, un été et un automne plutôt stables avant un deuxième confinement mieux amorti que les autres gammes.

#### - Origine de la clientèle

La Métropole a accueilli en 2020 **62% de clientèle affaires et 38% de clientèle de loisirs**. On constate logiquement une dominance de la clientèle française (83% contre 71% en 2019) au détriment de la clientèle européenne (-7 pts) et surtout mondiale, quasi inexistante l'année dernière (1%).

#### - Et la reprise ?

Les premiers scénarios de reprise de l'activité hôtelière sont liés au déploiement massif du vaccin. En 2021-2022, les taux d'occupation et les prix moyens devraient repartir à la hausse, notamment boostés par les segments des loisirs et de la famille. Il est envisagé un retour à la normale pour le moyen de gamme, l'économique et les résidences hôtelières en 2022-2023. Pour le haut de gamme et le MICE, le retour à la normale sera plus progressif et ne devrait intervenir que vers 2023-2024. Quelques catalyseurs pourront permettre une reprise plus rapide de l'activité hôtelière en France comme la Coupe du Monde de Rugby et les JO 2024.

## Les perspectives 2021

Si l'année 2020 est à marquer d'une pierre noire, nous espérons que l'année entamée permettra au tourisme de retrouver des couleurs. Et c'est en ce sens que toute l'équipe de l'OTCBM travaille.

### Une relance locale et nationale

Bordeaux Métropole et la Mairie de Bordeaux ont déployé un **vaste plan d'aide au tourisme** avec la création d'un fonds d'aide aux loyers, fonds d'aide à la trésorerie, fonds d'aide digital, la mise en place d'un différé de reversement de la taxe de séjour, mais aussi des mesures en lien avec la redevance du Casino, la gratuité des terrasses élargies, la suspension des loyers pendant la fermeture des restaurants hébergés par la ville. Une subvention d'aide et de relance à l'OTCBM de 1,4 million d'euros a permis le lancement d'opérations d'envergure destinées à doper le tourisme de proximité et national (semaine de visites guidées « Bordeaux nous envoie balader », jeux-concours City Pass, campagne nationale « Avec un Grand Air », partenariats avec Oui-Sncf...). **Ce plan de relance se poursuivra en 2021**, dès la reprise, avec de nouvelles actions. Prévue dès la réouverture des restaurants, **l'opération « Restez dormir à Bordeaux, nos hôtels vous font les prix doux »** vise à redynamiser les nuitées hôtelières en proposant aux habitants de la région des tarifs exceptionnels.

Proposée pour encourager les entreprises néo-aquitaines à organiser leur événement à Bordeaux, l'opération « **Bordeaux nous réunit** » sera porteuse du message suivant : *Organisez votre réunion à Bordeaux ou dans le vignoble, nous vous offrons le moment de convivialité.* Pause gourmande, animation ou activité team-building : l'OTCBM leur offrira le moment de convivialité.

Fort d'une première édition réussie, « **Bordeaux nous envoie balader** » revient pour un acte II au printemps : pendant une semaine, l'OTCBM organise une semaine de visites et parcours pour faire découvrir le patrimoine bordelais et métropolitain dans le but de soutenir et relancer les acteurs locaux de la visite. Parmi les grandes thématiques de 2021 : tourisme durable et responsable avec des visites d'espaces naturels sensibles, de parcs et jardins, tourisme culturel avec des découvertes de quartiers, sites et lieux patrimoniaux, tourisme gourmand avec des dégustations de vins et de produits locaux...

### Capitaliser sur la marque UADB pour travailler le tourisme de proximité

Créé en 2017 pour valoriser la diversité paysagère et culturelle ainsi que le potentiel créatif de Bordeaux Métropole, le webzine Un air de Bordeaux promeut un **tourisme de proximité à visage humain et à faible empreinte carbone** et fédère la communauté des métropolitains. Identifié en tant qu'acteur local auprès des habitants, **il positionne Bordeaux comme modèle sur le plan du tourisme de proximité.**

Plus qu'un outil, cette marque sera plus que jamais à entretenir et à développer dans les prochaines années. Cap sur 2021 : Un air de Bordeaux va connaître une **série d'optimisations** afin d'aller encore plus loin dans la promotion d'un tourisme équilibré et positif : maintien d'un flux de publications dynamique, évolutions techniques pour une meilleure expérience utilisateur, développement de nouvelles rubriques et nouveaux axes éditoriaux (en lien avec les aspirations des fidèles lecteurs du site qui ont eu la possibilité de s'exprimer via un sondage lancé en tout début d'année), nouveau format de diffusion des informations avec des vidéos voir des interviews- podcasts. Et peut-être même la création de micro-aventures !

### Des atouts en faveur de la reprise des événements

Parmi ses nombreux atouts pour l'accueil d'événements, Bordeaux compte 3 points forts pour la sortie de crise :

- Des **espaces de congrès et d'expositions vastes et modulables** qui permettront de mettre en place les mesures sanitaires pour l'accueil d'événements d'ampleurs. Parmi eux, le Palais 2 l'Atlantique, inauguré en 2019 et pouvant accueillir 3 000 personnes en plénière en format COVID,
- Une **destination idéale pour les incentives** : territoire de jeu pour d'innombrables expériences à vivre. Patrimoine architectural historique et contemporain, gastronomie, fleuve, vignoble et océan,
- Des **filières d'excellence** : aéronautique, optique & laser, géosciences, éco-habitat, économie numérique, TIC Santé, cardiologie, cancérologie, neurosciences, etc. Bordeaux est une terre d'innovation et le BCB, à travers des reportages thématiques mettra en lumière ces filières. La première vidéo portera sur la filière bois, les deux autres thématiques envisagées sont la robotique et l'oncologie.

Par ailleurs, le Bordeaux Convention Bureau lancera prochainement une offre de service packagée visant à **favoriser l'organisation d'événements à impact positif et accompagner les organisateurs dans cette démarche** :

- Sur le plan environnemental avec le calcul de l'empreinte carbone et propositions concrètes de solutions pour la réduire ou la compenser,
- Sur le plan social avec la mise en place des partenariats avec des associations locales afin de proposer des projets communs avec les organisateurs d'événements,
- Sur le plan économique via un travail avec les membres du Club des Ambassadeurs pour attirer des événements en lien avec nos filières d'excellence.

## Bordeaux engagée dans une démarche durable

C'est l'un des objectifs de ces prochaines années : **faire de la métropole bordelaise une destination exemplaire, reconnue et engagée pour un tourisme et un événementiel durable**. Un objectif valorisé et encouragé par le résultat obtenu au *Global Destination Sustainability (GDS) Index 2020*, le principal programme d'analyse comparative des destinations sur leurs stratégies durables, avec près de 70 destinations participantes à travers le monde. Le score global de la destination passe de 54% à 72% en une année, ce qui la place **parmi les destinations les plus dynamiques à l'échelle mondiale**. L'évolution s'est observée sur sa performance environnementale (+14% par rapport à 2019) mais surtout sur les engagements des partenaires sur le territoire (+70%) et la mise en œuvre d'une stratégie durable pour le tourisme et l'événementiel sur la destination (+97%).

Désireux de montrer la voie, l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole est **en cours de certification ISO 20121** « *système de management responsable appliqué à l'activité événementielle* » et participe à un groupe de réflexion pilote de destinations françaises aux côtés de Biarritz, Metz, Cannes, Deauville, Nantes, Rennes, Marseille et Nancy.

L'année 2021 sera marquée par la mise en place par l'OTCBM d'une **gouvernance partagée** en 2021 avec tous les acteurs de la filière touristique. Les grandes étapes à venir : l'organisation du 1<sup>er</sup> Forum participatif sur le Tourisme Durable à Bordeaux Métropole, la réflexion et élaboration du plan d'actions par groupe de travail et la création d'une feuille de route à 5 ans mettant en forme la stratégie touristique métropolitaine.

Par ailleurs, Bordeaux Métropole prévoit **l'élaboration d'une charte métropolitaine en faveur des éco-hébergements touristiques** et cofinance le coût de la certification par les hébergeurs, ainsi que la prise en charge de la **certification « NF sites de visites » pour les grands sites touristiques** avec l'Afnor.

Contact presse :

**Office de tourisme et des congrès de Bordeaux métropole**

Alaïs Perret - a.perret@bordeaux-tourisme.com - 05 56 00 66 15