

ANNEXE B – Argumentaire / Descriptif

CONSTAT

L'année 2022 a été marquée par une reprise forte de l'activité touristique et des rencontres professionnelles. Concernant le tourisme de loisirs, le retour des clientèles étrangères s'est confirmé, notamment américaines et britanniques. L'activité des événements professionnels a repris de manière très dense depuis mars, sur le 1er semestre 2022 pour lequel il n'y a eu que 3 mois sur 6 d'activité, plus de 1 400 événements ont été accueillis sur la métropole. La baisse est de seulement 30% comparée à 2019. A l'image du mois de juin où le taux d'occupation hôtelier était de 80% avec un bel équilibre entre la part des nuitées loisirs (45%) et affaires (55%), le mois de septembre affiche de belles performances avec un taux d'occupation de 85% revenant au niveau d'avant crise, avec une clientèle loisirs encore bien présente et une activité dense sur les rencontres professionnelles.

Si l'activité retrouve la dynamique des années ayant précédé la crise sanitaire, une évolution des attentes de la clientèle affaires et loisirs vers plus de responsabilité environnementale et sociétale se confirment. Dans une étude Kantar de 2021, 86% des personnes interrogées jugent qu'il est important de respecter les dimensions d'impact sociétal et environnemental dans le cadre de leurs activités touristiques. Ces attentes, déjà ancrées depuis plusieurs années chez les organisateurs d'événements, se sont renforcées en devenant l'un des critères de choix d'une destination pour un événement au même titre que les capacités et les accès. Une attention spécifique est portée aux engagements concrets des destinations qui les accueillent et des professionnels (certification des lieux, prestataires, etc.). Toujours dans cette dynamique, depuis septembre, nous observons de nombreuses demandes émanant de sociétés privées pour des activités de cohésion avec une dimension solidaire ou engagée.

Ces évolutions ont conduit à une réflexion nouvelle menée par l'Office de Tourisme et des Congrès de Bordeaux Métropole (OTCBM) et Bordeaux Métropole sur le devenir de l'activité touristique et événementielle, en concertation avec toutes ses parties prenantes. Il en résulte une nouvelle stratégie métropolitaine pour le tourisme à Bordeaux Métropole à horizon 2026 adoptée en mars 2022. Les premières actions sont en cours de déploiement afin de faire de Bordeaux une destination reconnue de tourisme responsable. L'année 2023 permettra de conforter ces actions et d'en développer de nouvelles afin de tenir les objectifs ambitieux de transition de l'offre.

La dimension inclusive de la nouvelle gouvernance pour le tourisme a valu à Bordeaux le prix de **European Capital of Smart Tourism**. Ce prix, octroyé par la Commission européenne pour l'année 2022, salue les initiatives exemplaires de la destination en matière d'accessibilité, d'environnement, d'innovation digitale et de créativité culturelle. Bordeaux détient également la 5^e place au baromètre mondial des destinations responsables, le Global Destination Sustainability Index, depuis novembre 2022 (score de 85,1%).

LES ACTIONS MENÉES OU EN COURS SUR L'EXERCICE 2022

En mars 2022, Bordeaux obtient une nouvelle reconnaissance de ses engagements avec le label Destination Innovante Durable décerné pour trois ans par Bureau Veritas. Ce label vise à partager, avec les professionnels du tourisme, les pratiques vertueuses intégrées à l'OTCBM par l'intermédiaire de sa certification **ISO 20121**. L'équipe Accueil a également passé avec succès l'audit de mi-parcours de reconduction de **Qualité de tourisme** et l'audit de renouvellement de la labélisation **Accueil Vélo**.

“Bâtir, ensemble, une destination reconnue de tourisme responsable”, la nouvelle feuille de route tourisme de Bordeaux Métropole a été adoptée en Conseil de métropole en mars 2022.

Elle résulte de la nouvelle gouvernance participative pour le tourisme entreprise depuis 2021. Habitants, associations, élus métropolitains, territoires voisins, professionnels du tourisme et de l'événementiel, représentants d'institutions publiques et privées... Au total, 195 participants ont travaillé conjointement à l'écriture de cette stratégie pendant 10 mois. Des 780 idées qui ont émergé lors du premier rendez-vous, les participants ont regroupé, synthétisé et choisi 32 dispositifs d'actions auxquels ont été attribués des pilotes, des moyens et des objectifs de résultat.

Cette stratégie métropolitaine a orienté les actions 2022 de l'Office de Tourisme et des Congrès de Bordeaux Métropole autour de quatre axes :

AXE 1 - Accompagner l'offre touristique bordelaise dans sa transition responsable

1. Animation et accompagnement des adhérents

Depuis le début de la crise, l'OTCBM, avec l'aide de la Métropole, a renforcé ses actions afin d'animer, de fédérer et d'engager sa communauté de plus de 500 sociétés adhérentes représentant tous les corps de métiers liés au tourisme et aux événements. En 2022, l'OTCBM a eu la volonté de garder et d'amplifier ce lien pour continuer d'être au plus proche des attentes de ses adhérents. La création d'un pôle adhérents identifié a permis le déploiement des actions suivantes :

- Proposer plus de synergies entre les adhérents « Loisirs » et « Affaires »
- Conserver des actions spécifiques pour les différentes filières
- Structurer, en interne, l'organisation de la relation adhérents et proposer des contacts personnalisés

Apport de contenus à travers plusieurs outils :

- Newsletter partenaires, tous les 15 jours
- Visites de ville, 1 par mois, entre de 10 et 20 participants
- Vidéo-formation sur la destination

Animation de temps d'échanges pour favoriser les synergies et la création de partenariats inter-réseau :

- Café-réseau, tous les 15 jours, entre 6 et 12 participants par session
- Soirée des membres qui s'est déroulée le 19 octobre, 160 participants, 2 associations invitées pour partager leurs bonnes pratiques RSE.

Des animations spécifiques pour les membres du Convention Bureau :

- 11 déjeuners par an avec entre 70 et 120 participants par édition.
- 1 soirée organisée le 5 juillet avec 190 participants et en première partie une conférence : « **Quelles innovations et solutions pour un événementiel responsable** » avec la venue de 5 initiatives locales qui proposent des solutions concrètes pour diminuer l'empreinte carbone des événements.

2. Accompagnement des adhérents vers des pratiques responsables

De plus en plus de voyageurs témoignent de l'attention portée aux engagements durables des prestataires touristiques auxquels ils font appel. Ces transitions prennent du temps. L'OTCBM s'attache donc à accompagner dès à présent les professionnels dans l'amélioration de leurs pratiques, afin de répondre à ces changements de consommation et ce dans toutes les filières touristiques (œnotourisme, fluvial, gastronomie et art de vivre, tourisme d'affaires, etc.).

Depuis cette année, une personne au sein de l'OTCBM est dédiée à sensibiliser les professionnels sur les démarches responsables, les informer et les accompagner vers des formations et des processus de certification. Des ateliers aidant les professionnels à construire leur charte RSE, un accompagnement financier et humain vers le label **Clef verte** et des webinaires de sensibilisation (gestion des déchets, labels et certifications, accessibilité et inclusion) ont ainsi été menés. En novembre 2022, ce sont ainsi 115 sociétés qui sont activement impliquées dans un programme d'accompagnement.

3. Transition responsable en interne

Ce travail d'animation et de sensibilisation au développement durable est également mené au sein de l'OTCBM, avec en 2022 **une formation de l'ensemble de l'équipe à la RSE**, dans le cadre de la **certification ISO 20121** détenue depuis juin 2021 pour le management de l'Office, et notamment son événement Bordeaux Fête le Vin. Cette certification a par ailleurs été renouvelée avec succès lors de l'édition 2022 de la manifestation. 18 points forts ont été soulignés par l'auditeur AFNOR et 5 pistes de progrès pour l'an prochain. Parmi ces points forts, l'engagement de la boutique dans la vente de produits faits en France a été souligné (87% des produits totaux).

Un soutien ponctuel a été apporté à des initiatives innovantes du territoire concernant l'alimentation en circuits courts, le don alimentaire, la mutualisation du matériel événementiel et l'empreinte carbone de la restauration.

Un travail a été enclenché sur l'évaluation et l'amélioration de notre performance en communication digitale responsable. L'objectif étant que notre écosystème digital pollue le moins possible tout en favorisant un tourisme responsable et soutenable. Sur les réseaux sociaux, l'outil **Progrès Score** analyse l'engagement des prises de parole, les interactions, les performances des vidéos et la pollution numérique générée.

Par ces actions, l'OTCBM participe aux enjeux de développement durable des Nations Unies 7, 9, 11, 12, 13, 14 et 17.

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

La période de crise sanitaire a révélé le rôle clé des résidents métropolitains dans la pratique d'un tourisme plus local. Si le dispositif **Un Air de Bordeaux** (site web, newsletter, social media) permet, depuis 2017, de promouvoir les activités nature et culture sur le territoire métropolitain auprès de ses résidents, il est devenu primordial d'aller plus loin en considérant les habitants comme un public à part entière et leur dédier une offre spécifique. Cette offre commence à se constituer, notamment dotée d'itinéraires en mobilité douce, afin d'offrir de nouvelles expériences immersives à vivre près de chez soi.

Des nouveaux produits à destination des locaux à Bordeaux et dans la métropole sont régulièrement lancés et l'opération **Bordeaux nous envoie Balader** a été reconduite et annualisée (91% de clientèle girondine en 2022). En partenariat avec TBM, des campagnes pour promouvoir le **CityPass** auprès des visiteurs mais également des habitants ont été menées pendant l'été. De nouvelles visites guidées ont été conçues pour faire découvrir le territoire métropolitain à cette clientèle locale à partir de juillet 2022. Quatre visites guidées dans la métropole (Lormont, Talence, Pessac, Gradignan) ont été proposées dans le cadre de l'Été métropolitain et du FAB (Festival des Arts de Bordeaux), afin d'établir un meilleur maillage entre les points d'intérêt métropolitains et l'offre événementielle. Un programme de visites dédié pour les Journées européennes du patrimoine et du patrimoine est venu aussi compléter la programmation classique dans les sites et monuments gérés par l'OTCBM. Ces actions complètent de nouvelles thématiques de visites guidées proposées à tous les publics : le pôle judiciaire, les bassins à flot, le bordeaux gallo-romain... Les guides-conférenciers travaillant avec l'OTCBM ont pu bénéficier d'une semaine de séminaire au programme riche afin d'étayer leurs visites.

Les travaux pour un projet structurant ont débuté avec la création d'une **Carte Ambassadeur**, permettant aux habitants de la métropole, lorsqu'ils reçoivent des amis ou de la famille, de bénéficier d'un accès gratuit aux lieux culturels et touristiques à condition qu'ils soient accompagnés de deux

adultes payants. Le projet a été présenté en septembre à l'ensemble des potentiels partenaires qui ont pour la plupart donné leur accord pour intégrer le dispositif dès son lancement prévu au premier trimestre 2023.

L'offre touristique doit s'adresser à toutes et tous, et sa conception comme sa communication ont été renforcées auprès des publics empêchés. Les équipes ont donc été mieux formées à l'accueil des personnes en situation de handicap et un travail avec l'**UNADEV** a été entrepris pour améliorer l'offre à destination des publics malvoyants. Le partenariat avec l'association **Vacances & Familles** est renforcé afin d'offrir des parcours de visite aux familles précaires accueillies en Gironde (100 bénéficiaires par an).

Une meilleure intégration des résidents dans la vie touristique et la prise en compte de leurs considérations est garant d'un vivre-ensemble harmonieux avec les visiteurs. Le site **Agora pour le tourisme à Bordeaux Métropole** (agora-tourisme-bordeaux.com) est ainsi animé afin d'informer les citoyens et prendre en compte leurs idées et opinions pour le tourisme sur notre territoire.

Par ces actions, l'OTCBM participe aux enjeux de développement durable des Nations Unies 1, 10, 11, 16 et 17.

AXE 3 - Développer les rencontres professionnelles et les grands événements à impact positif pour le territoire

En 2021, le tourisme d'affaires représentait 69% des nuitées dans l'hôtellerie et les résidences de tourisme. Les rencontres professionnelles participent donc activement au dynamisme économique local, notamment par l'animation des filières d'excellence du territoire. Leur valorisation à l'international permet d'accueillir des congrès de grande ampleur.

L'ambition est de faire de Bordeaux une destination **MICE** (Meeting Incentive Convention Exhibition) incontournable sur la scène nationale et internationale tout en conservant son échelle « à taille humaine » où les acteurs se connaissent et mutualisent leurs efforts au service d'un accueil de qualité et durable, dans le respect et au plus près des attentes des partenaires et des clients.

Toutes les actions sont motivées pour assurer une activité événementielle responsable et garantir l'héritage des rencontres professionnelles sur le territoire. Qu'il s'agisse de ces événements professionnels ou d'événements grand public, à l'instar de **Bordeaux Fête le Vin**, des actions ont donc été entreprises afin de réduire leur empreinte environnementale et assurer un impact économique et social positif en local.

L'équipe est donc en recherche permanente du juste équilibre afin que la destination Bordeaux soit à la fois attractive et exemplaire. Que ce soit dans le conseil apporté aux organisateurs d'événements pour leur permettre d'organiser plus facilement des événements éco-responsables ou dans la recherche de sens pour capter des événements en lien avec nos filières d'excellence :

- Décembre, sortie d'un guide pratique pour « Organiser un événement à impact positif » avec les grandes étapes clefs à ne pas oublier et une checklist avec les points à valider.
- 2 reportages filières d'excellence : neurosciences (sortie en octobre 2022) et oncologie (sortie en novembre 2022) afin de promouvoir les filières d'excellence du territoire pour attirer des congrès internationaux en lien.

Par ces actions, l'OTCBM participe aux enjeux de développement durable des Nations Unies 9, 10, 11, 12 et 17.

AXE 4 - Piloter le développement économique de manière soutenable

Le développement responsable de la destination Bordeaux se traduit par l'identification d'objectifs de croissance raisonnée et d'efficacité économique. Le soutien des filières et secteurs d'activité (notamment œnotourisme et HCR) permettra d'accompagner ces transitions.

Le retour de la clientèle internationale en 2022 a permis de progressivement relancer les produits œnotouristiques, représentant une part conséquente du chiffre d'affaires. L'objectif pour cette année est de réaliser 70% du chiffre d'affaires de 2019. L'OTCBM table sur le retour de cette clientèle mais aussi sur le développement du site de vente **visiter-bordeaux.com** avec l'arrivée d'une vingtaine de nouveaux prestataires d'activités touristiques et propriétés viticoles. Le **Bordeaux CityPass** poursuit de son côté son développement avec une forte croissance des ventes.

Le projet de mise en place d'un outil de gestion de la relation client a débuté, afin de mieux connaître les clientèles, communiquer de manière plus adaptée et développer la fidélisation avec un cahier des charges publié en septembre 2022 pour une mise en place de l'outil courant 2023.

L'équipe Accueil a réalisé un film « **Tout savoir sur Bordeaux en 12 minutes** ». Cette vidéo met à la disposition des personnels d'accueil des hôtels un véritable support d'apprentissage dédié aux nouveaux arrivants. En quelques minutes, ces derniers font le tour de la métropole à travers une visite commentée et imagée. Cette vidéo présente également l'Office de tourisme, certaines de ses missions et notamment l'offre de visites et d'activités disponibles pour leurs clients.

Le recrutement de 11 saisonniers a permis par ailleurs de maintenir la qualité d'accueil en haute saison. L'équipe participe alors à des actions d'accueil hors les murs notamment lors de la Fête du vélo, du Forum national des Infirmiers, de l'accueil des croisiéristes à l'arrivée des paquebots faisant escale dans le Port de Bordeaux. L'équipe est aussi présente sur le stand d'accueil de **Bordeaux Fête le Vin** pendant la durée de l'événement.

Après deux années d'actions de relance ciblées sur les clientèles locales puis nationales, la stratégie de communication 2022 a également renoué avec l'international : préparation de la **Coupe du monde**

de Rugby 2023, accueils presse internationale, médiateurs sur nos marchés cibles européens, campagnes avec publi-rédactionnels dans le cadre du contrat de destination Bordeaux. Focus également sur l'œnotourisme avec le lancement de la carte des **Parcours du vin dans la ville** et la participation à des événementiels professionnels (Destination Vignobles) ou grand public (fêtes du vin à Liverpool et Bruxelles).

L'obtention du titre de **European Capital of Smart Tourism 2022** a mis un coup de projecteur médiatique sur la destination et permis des opportunités de communication cofinancées par l'Union européenne (vidéo, publi-rédactionnels dans des media majeurs comme The Telegraph, National Geographic, accueil de journalistes et influenceurs, création de contenus pour les réseaux sociaux, présence lors de conférences internationales...).

La nouvelle stratégie éditoriale a permis à la destination d'être plus lisible sur les moteurs de recherches, de générer du trafic qualifié sur nos sites web en attirant l'internaute via des contenus adaptés.

2022 est également l'année du retour des actions de promotion en présentiel. Le **Service Promotion BtoB Loisirs** poursuit ses actions recentrées dès 2021 sur le marché national et les pays européens de proximité. Les États-Unis, marché mature à fort impact économique local, fait aussi partie des cibles prioritaires.

Bilan au 1^{er} semestre : 14 opérations de promotion (10 éducteurs, 2 webinaires, 2 salons), 175 professionnels en contact.

Marchés travaillés :

- France (éducteurs dont un autour de Bordeaux Fête le Vin 2022) ;
- Europe (éducteurs et/ou workshops sur les marchés Espagne, Allemagne et Royaume-Uni) ;
- Amérique du Nord (éducteur AGV TO États-Unis haut de gamme en avril) ;
- Multinationalités : Rendez-vous en France (mars) et Destination Vignobles (fin septembre à début octobre ; éducteur Europe avec les territoires du Contrat de Destination (automne).

Pour maintenir l'attractivité de Bordeaux dans un contexte très concurrentiel, le **Bordeaux Convention Bureau (BCB)** renforce ses actions de communication et de promotion et développe l'équipe commerciale

- 25 actions de promotions (workshop, éducteur, salon) dont 14 actions à l'international.
- 1 équivalent temps plein (ETP) a été embauché dans le cadre de la feuille de route du tourisme métropolitain 22-26 au Convention Bureau sur le développement commercial.

Bilan au 15 novembre 2022 :

- Au total, les actions de promotion, de communication et de prospection du BCB ont permis de qualifier à date 667 nouveaux contacts dans la base de données clients/prospects.
- Dossiers ouverts : 329 projets d'événements potentiels représentant 450 000 journées congrès.
- Dossiers confirmés : 129 événements confirmés à horizon 2026 représentant 115 000 journées congrès et des retombées économiques estimées à 31M€.
- Actuellement, le BCB gère un portefeuille de 114 candidatures à échéance 2027 représentant 350 000 journées congrès.

Par ces actions, l'OTCBM participe aux enjeux de développement durable des Nations Unies 8, 9 et 11.

ACTIONS 2023

L'OTCBM passera plusieurs audits de reconduction en 2023 : ceux de **l'ISO 20121**, de **Destination Innovante Durable** et de **Qualité Tourisme** (audit sur site de 2 à 3 jours avec évaluation de l'ensemble des services de l'Office selon les catégories suivantes : engagements avec la collectivité, les institutionnels et socio-professionnels du tourisme, avec les visiteurs, dans l'organisation interne, la gestion d'une boutique, d'un événement, la promotion et la commercialisation). Un audit documentaire sera également réalisé en vue de la reconduction du **classement de l'Office en catégorie 1**. Bordeaux remettra en jeu sa 5^e position mondiale des destinations responsables lors de l'analyse annuelle menée par le **GDS-Index** (Global Destination Sustainability Index).

Une formation sera suivie par le personnel d'accueil de l'Office afin d'être préparé à faire face à des situations conflictuelles ou comportements déplacés (des faits de discrimination commis par des clients envers le personnel d'accueil d'origine étrangère ont été observés). Il s'agira de savoir identifier et détecter des situations délicates à gérer à l'accueil, appréhender la notion de discrimination, se protéger face à de tels agissements et adapter sa posture.

Dans la continuité des actions entreprises en 2022, l'ambition s'élève en 2023 afin de tenir les objectifs portés par la stratégie métropolitaine pour le tourisme de Bordeaux Métropole. De nouvelles actions seront donc déployées ou renforcées dans les quatre axes prioritaires.

AXE 1 - Accompagner l'offre touristique bordelaise dans sa transition responsable

L'accompagnement des professionnels va continuer à se développer avec :

- Des webinaires de sensibilisation (communication responsable, alimentation locale, empreinte carbone)
- Des ateliers pour entamer une démarche durable (comment écrire sa charte RSE)
- Des formations (organisation d'événements responsables, écogestes pour les hébergeurs, réduction des coûts énergétiques). L'**ADEME** est partenaire de programmes de formation pouvant être proposés au réseau local.
- Des accompagnements à la certification (**Clef Verte, NF Environnement, Label Lucie et Ecotable**).
- La pérennisation de la journée d'échanges de bonnes pratiques responsables qui s'est déroulée pour la première fois en décembre 2022.
- L'animation d'un collectif d'adhérents solidaires pour développer des actions communes.

Cet accompagnement va également prendre une dimension logistique : gestion des déchets, mutualisation du matériel événementiel, circuits courts... Le besoin de solutions locales mutualisées et coordonnées sont nombreux et l'année 2022 aura permis de faire un premier diagnostic avant une mise en pratique. Pour cela, un **programme de soutien à l'innovation responsable** se structurera

afin d'accompagner la montée en puissance de solutions. Il comportera le rapprochement avec les services de la métropole alignés sur ces objectifs (résilience alimentaire, déchets, climat, mutualisation du matériel événementiel...), ainsi qu'un soutien à la montée en puissance d'associations et startups locales porteuses de solutions innovantes.

Une **distinction** va être créée afin de valoriser de façon unifiée l'ensemble des acteurs engagés dans une certification éco-responsable. Cette marque ombrelle permettra de coordonner les actions de communication et de promotion avec un message clair, identifiable par le visiteur. Au même titre, l'offre sur **visiter-bordeaux.com** et ses fonctionnalités vont être développées avec l'intégration du filtre "**Prestataire engagé dans une démarche responsable**" et l'identification des partenaires engagés sur toutes les fiches produits.

Un **bilan des émissions de gaz à effet de serre** de l'activité touristique et événementielle sur le territoire va être conduit, afin d'accompagner l'ambition métropolitaine vers une neutralité carbone en 2050. Ce type de bilan n'a à ce jour encore jamais été mené par une métropole française.

Cet accompagnement à la transition sera également animé en interne au sein de l'équipe de Bordeaux Tourisme et Congrès avec plusieurs temps forts de sensibilisation et de formation.

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

L'objectif est d'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 auprès des résidents. Son développement sera au cœur des priorités de l'OTCBM en 2023 avec l'arrivée d'une personne dédiée pour assurer son déploiement en trois étapes :

- Le recensement, la cartographie et le maillage des pôles d'attractivité de chaque commune de la métropole : création et animation d'un réseau de partenaires, mise en place d'outils de travail collaboratifs.
- La structuration de l'offre : mise en place ou optimisation de 6 nouveaux produits guidés dans la métropole avec des parcours patrimoine bâti et nature et des visites thématiques en partenariat avec les festivals. Pour l'offre en autonomie, la série "**Boucles faciles**" sera complétée par un nouvel axe handicap et une nouvelle carte "**20 escapades sans voiture dans la métropole**" verra le jour.
- La valorisation de l'offre en s'appuyant sur la communauté d'Un Air de Bordeaux et les réseaux de toutes les parties prenantes. L'objectif est une croissance de la communauté Un Air de Bordeaux de 30% par an, avec un enjeu de commercialisation de la carte Ambassadeur.

La **Carte Ambassadeur** pour les habitants de Bordeaux Métropole sera également lancée début 2023 en collaboration avec **Gironde Tourisme** et l'opération **Bordeaux vous envoie balader** sera renouvelée avec des visites insolites à tarif réduit pour la clientèle locale.

Côté itinérance, l'office anime les parcours **Terra Aventura** de la Métropole. L'objectif en 2023 est d'ouvrir deux nouveaux parcours et d'intensifier la communication auprès des habitants qui ne représentent aujourd'hui que 10% des joueurs.

Le site de la **Porte Cailhau** sera optimisé, notamment en vue de renforcer son identité patrimoniale.

Au-delà du séminaire annuel des guides-conférenciers qui sera reconduit, des ateliers de travail seront menés avec eux sur des sujets d'actualité et des problématiques rencontrés dans leur profession.

Le déploiement et la communication de l'offre à destination des publics empêchés se poursuivra. L'Office de tourisme passera ainsi en 2023 son audit de reconduction **Tourisme et Handicap** pour les 4 handicaps principaux (visuel, auditif, moteur, mental). La communication de l'offre accessible aux différents handicaps sera affinée à l'accueil et sur le site **bordeaux-tourisme.com** en lien avec les associations spécialisées. Un travail de sensibilisation sur la marque **Tourisme et Handicap** sera également mené auprès des professionnels du tourisme.

Un collectif de partenaires solidaires sera structuré afin de centrer les offres créées à destination des publics précaires. Bordeaux Tourisme et Congrès mène en parallèle un travail de rapprochement auprès des travailleurs sociaux afin d'identifier les besoins et faire connaître les offres de proximité existantes. Une journée d'éductour sera organisée à cette fin au printemps 2023. Des connexions seront établies entre ces deux types d'acteurs, par l'intermédiaire de l'OTCBM, afin de créer une offre de tourisme de proximité solidaire à destination d'un public local en situation de précarité.

Enfin, afin de continuer à suivre la perception du tourisme par les habitants, l'étude menée avec l'institut **TCI Research** sera renouvelée. Un nouveau rendez-vous **d'Agora pour le tourisme à Bordeaux Métropole** sera également organisé afin de présenter un bilan de la première année de la stratégie métropolitaine et continuer à échanger avec les acteurs du territoire impliqués dans la gouvernance participative. Le site **agora-tourisme-bordeaux.com**, pendant en ligne de cette gouvernance ouverte, sera animé afin de proposer aux résidents des informations à jour sur le tourisme à Bordeaux Métropole et des options de participation active.

AXE 3 - Développer les rencontres professionnelles et les grands événements à impact positif pour le territoire

Rencontres professionnelles, tourisme d'affaires

La stratégie d'accueil de qualité et durable des grands événements professionnels est le grand chantier structurant et transversal de 2023, avec les actions suivantes :

- Créer et animer un collectif regroupant les principaux acteurs publics et privés de la chaîne d'accueil.
- Structurer et développer les premiers avantages et les intégrer à un dispositif global qui sera étendu aux différents maillons de la chaîne d'accueil.

Pour fédérer les publics cibles et engager les acteurs locaux, un nom et une identité graphique ont été créés, ils seront étendus à l'ensemble du dispositif : **BORDEAUX BIENVENUE**.

Afin de développer un conseil et un accompagnement aux organisateurs d'événements vers des pratiques plus vertueuses tout en augmentant le nombre de dossiers de candidature déposés chaque année et le nombre de congrès confirmés, plusieurs actions sont prévues :

- Formation de l'équipe commerciale pour une meilleure connaissance dans l'organisation des événements responsables laissant un héritage positif à plus long terme pour le territoire.
- Programme pilote en partenariat avec l'**ADEME** pour la création d'une formation des organisateurs d'événements à la tenue d'un événement responsable à Bordeaux. Cette formation sera proposée en présentiel pour les acteurs bordelais et en micro-learning en français et en anglais pour les organisateurs qui planifient leur venue à Bordeaux.
- Dans le cadre de la feuille de route métropolitaine 22-26, un poste supplémentaire sera déployé sur l'évènementiel durable.

Un programme pilote de mesure de l'impact environnemental, économique et scientifique des événements professionnels est également à l'étude.

AXE 4 - Piloter le développement économique de manière soutenable

Le travail collaboratif réalisé en 2022 sur le positionnement de la destination Bordeaux « **La Douceur de vivre énergisante** » débouchera en 2023 à une campagne de communication dédiée (visuel, baseline et capsule-vidéo, reportage photos seront déclinés sur les bases de cette nouvelle identité). Pour coller aux engagements durables, l'équipe mettra en place une gestion plus responsable des supports d'information grand public. Un nouveau guide dédié à l'offre de visites verra le jour, équivalent papier du site de e-commerce visiter-bordeaux. Sur les autres supports, un ajustement des contenus en lien avec notre nouveau positionnement sera opéré ainsi que la valorisation des initiatives durables.

L'OTCBM a développé dès 2022 une communication autour de la **Coupe du Monde de Rugby 2023**. Un travail visant à véhiculer une image positive, accueillante et inclusive de Bordeaux ville hôte et de permettre aux porteurs de billets d'organiser leur séjour. En 2023, en amont et pendant la **Rugby World Cup**, l'accent sera mis sur l'accueil : l'Office collaborera à la création du livret d'accueil et autres initiatives d'accueil mises en place par Bordeaux Métropole. L'équipe d'accueil, qui se renforcera par le recrutement de saisonniers pour la nouvelle saison d'avril à octobre, participera activement à l'accueil de cette manifestation.

A l'international encore, des actions se poursuivront sur le marché européen dans le cadre du **Contrat de destination Bordeaux** (publirédactionnels Allemagne, éductour multinationnalités, fêtes du vin à l'étranger).

La communication presse à l'international se concentrera sur les marchés européens (UK, Pays Bas, Suisse, Italie...) ou marchés lointains matures identifiés pour générer accueils et retombées presse.

Sur les réseaux sociaux, les algorithmes évoluent, notamment celui d'**Instagram** pour favoriser le format vidéo court. Face à ces évolutions, une stratégie de création de contenus « terrain » va être mise en place pour mieux animer les comptes (captation et production de photos / stories / vidéos). Le travail de fond se poursuivra pour optimiser les contenus de nos sites, intensifier le maillage et mieux se positionner sur les moteurs de recherche. Bordeaux Tourisme accompagnera en 2023 avec son écosystème digital les temps forts et grands événements de Bordeaux, comme notamment l'étape du **Tour de France** du 7 juillet, tout en travaillant à réduire son impact environnemental grâce à un travail ciblé sur ses différents sites et dans sa communication digitale.

En marketing, un outil de gestion de relation client sera déployé en 2023 afin d'affiner la connaissance et la communication en direction de nos clientèles cibles. Dans la cadre de la feuille de route 22-26 un(e) chargé(e) de marketing direct sera recruté(e) une fois que l'outil sera opérationnel avec comme missions de gérer la base de contacts et les campagnes emailings.

Plusieurs actions sont enfin prévues en lien avec les professionnels du **tourisme de loisirs** :

- Actions (workshops et/ou éductours) sur certains marchés européens prioritaires : Belgique/Luxembourg, Pays-Bas, Suisse, Royaume-Uni.
- Actions (format digital ou éductour) sur les marchés lointains d'Amérique du Nord (États-Unis, Canada) à fort impact économique.
- Actions multinationales autour de grands rendez-vous : Rendez-vous en France ; Eductour Europe avec les territoires du Contrat de Destination (automne printemps).
- Une page sur **bordeaux-tourisme.com** sera dédiée aux professionnels du voyage avec mise en avant des adhérents Premium de l'OTCBM via un moteur de recherche.
- Insertion dans le Travel Planner d'expériences thématiques touristiques éco-responsables produites par les adhérents Premium de l'OTCBM.
- CRM : qualification d'une base de données d'entreprises du voyage françaises.

Tourisme d'affaires et rencontres professionnelles :

En 2023, le Bordeaux Convention Bureau prévoit de déployer une stratégie d'attractivité des congrès et événements professionnels ambitieuse et étroitement liée aux filières stratégiques du territoire avec les actions suivantes :

- Amplifier la force de frappe commerciale et déployer une prospection puissante et collaborative.
- 20 actions de promotion (workshop, salon, eductours), dont 10 à l'international.
- 6 démarchages ciblés sur des marchés porteurs ou des événements en lien avec les filières d'excellence, accompagnement des candidatures.

Ces actions sont opérées en lien avec les 180 partenaires du Convention Bureau.

Développement du Club des Ambassadeurs :

- 380 personnalités locales des sphères scientifique, universitaire, industrielle, etc.
- 30 filières et plus de 100 spécialités représentées

CONCLUSION

Cette année 2022 a permis à l'Office de Tourisme et des Congrès de Bordeaux Métropole d'assurer la mise en place opérationnelle de la stratégie métropolitaine et le déploiement des premières actions. L'année 2023 assurera une montée en puissance de ces dernières afin de tenir les objectifs ambitieux qui ont été fixés grâce aux moyens supplémentaires octroyés par Bordeaux Métropole. L'objectif est de faire de Bordeaux une destination touristique et événementielle pionnière responsable et engagée, avec une activité à l'impact environnemental réduit mais aux effets sociaux et économiques locaux décuplés.

Le plan d'action ci-dessus a présenté plusieurs de ces initiatives comme l'accompagnement des professionnels dans leurs transitions, la fidélisation des clientèles avec le projet de relation client digitale BtoC, la valorisation des atouts des communes de la métropole et l'animation du tourisme de proximité. Enfin, une ambition forte est portée sur le développement des rencontres professionnelles, avec une stratégie d'attractivité ambitieuse des événements à haute valeur ajoutée pour le territoire en lien avec nos filières d'excellence. Le déploiement du dispositif **Bordeaux Bienvenue** permettra, pour sa part, de garantir un accueil sans couture et favorisera un impact positif des rencontres professionnelles sur le territoire.

Pour mener à bien l'ensemble de ces projets qui s'inscrivent dans la nouvelle stratégie fixée par la métropole, nous sollicitons une subvention à hauteur de 3 780 000€ pour l'année 2023 comme mentionnée dans la feuille de route tourisme 22-26 de Bordeaux Métropole, votée en mars 2022.