

## ANNEXE

### DEMANDE DE SUBVENTION DE FONCTIONNEMENT 2025 POUR LE COMPTE DE L'OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE BORDEAUX METROPOLE (OTCBM)

#### Argumentaire/Descriptif

##### Constat

L'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole (OTCBM) a conduit des projets structurants pour son organisation en 2024, parmi lesquels une mise à jour de ses statuts ainsi que de son règlement intérieur et l'évolution de ses processus de travail transversaux internes. Ces deux exemples contribuent à aligner l'organisation avec ses ambitions responsables développées dans le cadre de la stratégie métropolitaine pour le tourisme et l'événementiel responsables et dans le contexte de la participation de l'office à la convention des entreprises pour le climat. Ces actions concrètes sont reconnues internationalement comme le montre l'obtention par notre destination de la 6<sup>ème</sup> place au Global Destination Sustainability Index, parmi 104 destinations auditées, et le renouvellement de sa certification ISO 20121.

Les engagements responsables de la destination ont été mis en valeur au mois de novembre avec l'accueil à Bordeaux de la 10<sup>ème</sup> édition des Universités du Tourisme Durable, organisé en partenariat avec le Comité régional du tourisme de Nouvelle-Aquitaine, Gironde tourisme et avec l'organisateur, l'association Acteurs du Tourisme Durable. L'activité événementielle de la destination a été aussi portée par la tenue de grands événements sportifs avec notamment l'accueil de matchs de football dans le cadre des Jeux Olympiques et Paralympiques Paris 2024.

Pour être aussi dans la cohérence graphique avec ces évolutions et avec les valeurs de la destination, l'OTCBM a adopté une identité visuelle plus moderne avec comme "base line" « Bordeaux, Inspirez, explorez ». Cette nouvelle identité est le produit d'un travail collaboratif en interne visant à exprimer le « supplément d'âme de Bordeaux » : une métropole à l'équilibre, marquée par une culture urbaine et de glisse, l'œno-bistronomie et l'influence du sud.

## Les actions menées ou à mener sur l'exercice en cours 2024

La feuille de route métropolitaine « Bâtir, ensemble, une destination reconnue de tourisme responsable » adoptée en 2022 est venue, avec ses 4 axes, donner un cadre stratégique aux actions de l'OTCBM. Les missions traditionnelles, parmi lesquelles le conseil aux visiteurs, la vente de produits touristiques, la promotion de la destination, la communication, la prospection d'événements professionnels, la fédération des entreprises touristiques et événementielles locales et l'organisation d'événements s'intègrent parfaitement à cette stratégie transversale.

Nous en faisons ici une présentation synthétique.

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

Depuis l'initiation de nos démarches responsables, il nous a semblé primordial d'œuvrer à la transition du fonctionnement de l'OTCBM, pour ensuite partager ces bonnes pratiques et engager notre réseau. Cette démarche a été poursuivie en 2024. L'OTCBM a ainsi validé son audit ISO 20121 pour un nouveau cycle de trois ans, avec un nouvel organisme certificateur, Bureau Veritas. Notre association a aussi rejoint la Convention des entreprises pour le climat Nouvelle-Aquitaine, afin de réfléchir à une activité touristique qui intégrerait les limites planétaires et les besoins sociaux.

Pour engager les salariés, des ateliers de fresque du climat ont été proposés à tous les collaborateurs entre la fin d'année 2023 et le début d'année 2024. Ils ont collectivement travaillé à la définition de nouvelles actions renforçant les engagements responsables de l'office, parmi lesquelles la réalisation d'un bilan carbone ou l'organisation d'un team-building ayant vocation à protéger le vivant. Des formations-métiers ont par ailleurs continué à faire monter en compétence les équipes sur les enjeux du développement durable, comme ce fut le cas de l'équipe du Bordeaux Convention Bureau (BCB).

Concernant la boutique, l'OTCBM poursuit son engagement en favorisant les circuits courts, en recrutant des partenaires locaux et européens partageant les mêmes valeurs, c'est-à-dire en s'assurant qu'ils soient eux-mêmes engagés dans des démarches RSE. Nous continuons également de mettre en avant le savoir-faire français et local. En fin d'année 2024, 95% des produits proposés par la boutique étaient produits en France, dont 55% en région Nouvelle-Aquitaine.

Le programme d'accompagnement à la transition des adhérents a été poursuivi pour sa troisième année consécutive avec une accélération, puisqu'il propose à présent plus

d'éco-certifications : Clef Verte pour les hébergeurs, Ecotable pour les restaurateurs et Lucie Progress pour les prestataires d'activités. Plus largement, le programme intègre des actions de sensibilisation (comme la journée d'échange de bonnes pratiques responsables avec 45 participants), de certification et de formation (comme celle concernant la réduction des coûts énergétiques pour les hôteliers, proposée avec l'ADEME), de fédération et de valorisation (notamment par l'enregistrement de témoignages audios). Un répertoire de plus de 100 solutions locales et responsables a été constitué afin de proposer des alternatives concrètes aux acteurs touristiques et événementiels locaux. L'OTCBM a établi des relations étroites avec ces structures par un conventionnement. En fin d'année 2024, 45% des adhérents sont écocertifiés.

Le programme d'accompagnement intègre des actions plus larges qui visent à animer, fédérer et engager une communauté de plus de 500 sociétés adhérentes. Toutes ces actions ont assuré un taux de fidélisation de 84% des adhérents et un renouvellement avec 76 nouveaux adhérents entre 2023 et 2024.

Ce programme se déploie avec :

- Des outils pour informer les adhérents de l'activité touristique et événementielle locale (22 newsletters, baromètres d'activité, calendrier des grands événements, etc.). Le site [www.pro-bordeaux-tourisme.com](http://www.pro-bordeaux-tourisme.com), dédié aux professionnels du tourisme et de l'événementiel, permet de présenter l'OTCBM et de relayer les informations sur nos métiers.
- Des temps de convivialité et des synergies à des fins commerciales organisés tout au long de l'année : 2<sup>ème</sup> édition du workshop inter-adhérents loisirs avec 22 exposants et 50 visiteurs, 11 déjeuners des membres BCB réunissant en moyenne 90 personnes, une soirée des membres BCB avec 230 personnes et 7 solutions durables présentes et une soirée des membres OTCBM en novembre avec 150 participants et 5 solutions durables. Les visites mensuelles et cafés-réseau réunissent en moyenne 10 participants.
- Dans le cadre de l'organisation de Bordeaux Fête le Vin a été également mis en place un temps d'échange annuel de bonnes pratiques RSE avec les différents organisateurs d'événements du territoire métropolitain.

Animés par la volonté d'engager le maximum de partenaires à ses côtés et d'intégrer tous ceux qui participent au développement touristique et événementiel, l'OTCBM a créé une adhésion solidaire, en cohérence avec ses engagements d'inclusion et de responsabilité. Elle permet aux entreprises et coopératives de l'ESS ou d'utilité publique à vocation

touristique et/ou événementielle de profiter des avantages d'une adhésion « loisirs » ou « affaires » à un tarif solidaire.

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

En corrélation avec les éléments présentés dans l'axe 1, la rencontre annuelle *d'Agora pour le tourisme à Bordeaux Métropole* en avril 2024 a permis de présenter le bilan de la feuille de route 2023 et de convier les 116 participants à réfléchir à une offre touristique qui se serait adaptée aux évolutions climatiques et sociétales à venir.

Les actions programmées cette année visant à valoriser le territoire auprès des habitants se poursuivent : l'édition d'une carte papier qui illustre la métropole comme terrain d'explorations, la création de visites accompagnées, 27 « escapades locales » dans 10 communes, qui ont réuni 389 participants sur ce vaste programme de visites guidées entre mai et octobre avec nos guides conférenciers ainsi que des animations dans le cadre des avant-premières de *Bordeaux Fête le Vin*. La mise en lumière des villes de la métropole se poursuit sur *Un Air de Bordeaux* avec la parution de nouveaux articles. A noter : des liens de plus en plus étroits avec les communes de la Métropole grâce à une newsletter créée cette année à destination des contacts locaux qui impulse une excellente dynamique.

Continuer à faire de l'accueil de l'OTCBM un lieu incontournable pour les visiteurs est essentiel pour promouvoir un tourisme qui soit à la fois humain et solidaire. La reconduction, notamment, de la marque « Qualité Tourisme » avec une note de 96,5 sur 100 atteste de la grande qualité de l'accueil. Il s'agit donc de continuer à aller dans ce sens en offrant une information personnalisée et de qualité, poursuivre notre volonté de garantir que les visiteurs reçoivent des informations adaptées à leurs besoins et intérêts spécifiques. Les renseignements des conseillers en séjour, qui connaissent parfaitement le territoire, sont en effet précieux.

Nous entendons mettre en évidence l'expertise de l'équipe d'accueil, notamment par le témoignage de visiteurs satisfaits (93% de satisfaction globale pour la haute saison 2024) et encourager encore plus les visiteurs à effectuer des retours (sur Google Avis par exemple) après avoir interagi avec les conseillers en séjour. L'objectif est d'atteindre la « très grande satisfaction client » en récoltant 80% d'avis 5 étoiles en fin d'année 2024 (76,25% en 2023).

Pour être mieux préparée à faire face à tout type de situation, l'équipe de l'accueil a été formée en 2024 à « se préserver face aux comportements inattendus », intégrant

notamment la prévention et la réponse à des situations de discrimination. Cette dimension inclusive s'est traduite également en interne par l'adoption d'une charte de bienveillance, travaillée en atelier de co-création avec des représentants de plusieurs services de l'OTCBM. Enfin, une attention est portée à l'inclusion dans les recrutements des saisonniers, en partenariat avec la maison de l'emploi de Bordeaux.

Un groupe de travail transversal sur l'accessibilité a été formé (équipes accueil, communication, visites guidées, développement durable), afin de mieux échanger sur les actions entreprises par chacun, joindre nos forces dans des projets mutualisés et aller à la rencontre des acteurs locaux qui travaillent dans ce domaine. Parmi les projets mis en œuvre en 2024, nous pouvons citer :

- La création d'une visite guidée sensorielle, notamment adaptée aux handicaps moteur et visuel, avec un kit d'aide à la visite favorisant le toucher, l'ouïe et l'odorat.
- La poursuite de notre campagne vidéo sur les réseaux sociaux afin de valoriser des lieux labellisés « tourisme & handicap » par l'intervention d'influenceurs spécialisés sur ce sujet. La piscine de Cenon, le Château Luchey-Halde et le musée des Beaux-Arts ont été retenus pour cette année.

Bordeaux Solid'air se poursuit, avec plus de 700 bénéficiaires depuis le lancement du programme, 24 entreprises et 60 structures sociales impliquées. L'OTCBM continue ainsi à développer l'offre de produits proposée aux travailleurs sociaux métropolitains pour leurs bénéficiaires, avec à présent des programmes à la demi-journée (une visite d'un lieu touristique, un dîner au restaurant et une nuit d'hôtel). L'eductour 2024 a réuni 25 travailleurs sociaux pour leur faire découvrir l'offre de loisirs touristiques sur la rive droite.

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

La stratégie d'accueil de qualité et durable des grands événements professionnels, Bordeaux Bienvenue, poursuit son développement. Son collectif, dont l'ambition est d'offrir un accueil sans coutures aux organisateurs et aux participants, initialement constitué d'une trentaine d'acteurs de la chaîne d'accueil des événements (institutionnels et professionnels) s'est élargi avec de nouveaux relais (CCI, préfecture, etc.). Les commissions techniques ont conduit à la mise en œuvre de nouvelles actions, parmi lesquelles la mise en place d'un accueil à la gare et d'un nouveau dispositif d'accueil touristique sur le site du congrès. Ce dernier offre maintenant plusieurs options. En sus de l'information touristique délivrée par un conseiller en séjour, les participants peuvent bénéficier de la vente de citypass/excursions/visites et/ou d'une

boutique de souvenirs. Des avantages ont été octroyés dans le cadre de cette stratégie d'accueil dont le pass transports gratuit à 26000 congressistes, le pavoisement (ville, tram, accueil gare et aéroport) de sept congrès et un accueil touristique sur site pour huit congrès.

En 2024, le collectif se fixe l'objectif d'améliorer significativement l'accueil des participants à ces événements en impliquant activement les commerçants et les restaurateurs en plus des autres acteurs mobilisés. Avec l'ambition d'assurer une très grande satisfaction client et, ainsi, offrir une expérience mémorable aux visiteurs, allant au-delà de leurs attentes. Après un travail de recensement des outils et des ressources existantes (formations, chartes, kit d'accueil, etc.), un groupe de travail s'est déjà réuni à deux reprises (Bordeaux Mon Commerce, CCI, UMIH, Galeries Lafayette, restaurateurs, Mairie, Métropole) pour structurer une démarche et la déployer.

Le dispositif Bordeaux Événements Impactants (Bordeaux Impactful Events) a pour objectif d'accompagner les organisateurs pour des événements à impact positif. Le Bordeaux Convention Bureau et le service développement durable de l'OTCBM sont en contact constant avec, d'une part, l'offre de lieux et prestataires événementiels et les solutions locales, et d'autre part, les organisateurs d'événements. Ensemble, ils ont élaboré une nouvelle approche pour le conseil et l'accompagnement offert aux organisateurs de rencontres professionnelles. Au-delà du conseil sur les aspects logistiques (recherche de lieux et prestataires) correspondant au cahier des charges de l'événement, l'équipe délivre un accompagnement personnalisé et gratuit pour réduire l'impact environnemental de l'événement et proposer un héritage local en lien avec les valeurs RSE de la structure organisatrice. Concrètement, lors de la réception du cahier des charges, elle identifie avec les organisateurs quels sont les leviers et les solutions du territoire les plus adaptés afin de faire de l'événement une manifestation plus durable et plus engagée.

L'équipe oriente les organisateurs vers des outils développés pour l'amélioration des pratiques événementielles :

- Le guide pratique en 10 étapes et ses deux checklists les aident à organiser leur événement à impact positif pas à pas (en français et en anglais)
- Le parcours de formation e-learning « Les clés pour organiser un événement à impact positif », créée en partenariat avec l'ADEME (également dans les deux langues). Un webinar de présentation est programmé en novembre pour inciter les agences événementielles au niveau national à suivre le parcours.
- Sur le site internet, le filtre avec l'icône « feuille » permet de sélectionner uniquement les lieux et prestataires éco-certifiés ou engagés dans une démarche durable



- Le répertoire d'initiatives référencées par thématique pour rechercher des solutions locales afin de réduire l'empreinte carbone de l'événement ou une association pour mettre en place une activité solidaire. Si besoin d'un accompagnement sur-mesure, le BCB conseille parmi le répertoire élargi de solutions et associations locales déjà mentionné dans l'axe 1.

Les impacts environnementaux, économiques et scientifiques de trois congrès sont en cours de calcul avec le cabinet Utopies pour améliorer la compréhension des enjeux et des impacts. Le BCB disposera ensuite d'une méthodologie de calcul pour proposer aux organisateurs des solutions anticipées.

La prospection des congrès en lien avec les filières d'excellence régionales se poursuit, via l'animation et le développement du club des ambassadeurs de Bordeaux :

- 380 membres, 30 personnalités en cours d'intégration
- 30 filières et plus de 100 spécialités représentées
- 19 candidatures de congrès impulsés par des ambassadeurs depuis début 2024
- 17 congrès impulsés par des ambassadeurs sont confirmés d'ici à 2027, représentant 86K journées congrès et 23M€ de retombées économiques estimées.

#### Axe 4 : Piloter le développement économique de manière soutenable

À l'issue d'un séminaire interne, un groupe de travail transversal de promotion et communication a été créé, dans le but d'échanger et de mutualiser moyens, référencement, veilles et retours d'expériences pour produire des plans d'action annuels concertés et réalisés en accord avec la stratégie définie dans la feuille de route de Bordeaux Métropole.

À la suite de la mise en place du nouveau **CRM BtoC**, une toute nouvelle stratégie e-mailing a été déployée en 2024 afin d'apporter une communication sur-mesure et pertinente en fonction de l'origine des contacts et de leurs centres d'intérêt, avec comme finalité de fidéliser les publics. La newsletter nationale, jusqu'alors unique, est désormais proposée en deux versions : une pour les régionaux et une pour les francophones hors région, où les informations délivrées sont différenciées. La newsletter en anglais envoyée aux contacts étrangers a été remplacée par plusieurs newsletters en anglais, espagnol, italien et allemand avec des fréquences plus ou moins élevées selon l'origine du contact (1x par an pour les pays lointains, 3x par an pour les pays européens).

Des courriels envoyés automatiquement ont également été mis en place : 48h avant la participation à une prestation touristique, les visiteurs reçoivent un mail de bienvenue mettant en avant les événements du moment, les informations pratiques comme les accès aux transports en commun, les horaires de l'office de tourisme et toutes autres informations pouvant faciliter leur séjour à Bordeaux. Des enquêtes post-séjour sont également envoyées à tous les contacts ayant acheté des prestations touristiques, ce qui nous permet de mieux connaître les clients et leurs comportements : comment sont-ils venus, comment se sont-ils déplacés dans la destination, combien de temps ont-ils séjourné à Bordeaux, etc.

Les campagnes de notoriété initiées dans le cadre du **contrat de destination Bordeaux** se poursuivent sur trois des marchés prioritaires européens : Allemagne, Royaume-Uni et Belgique. En Allemagne, *Welt am Sonntag* a été choisi pour 5 publi-rédactionnels en amont des vacances d'été et au Royaume-Uni, le magazine de voyages leader *Wanderlust* valorisera dans un dossier de 6 pages le charme de Bordeaux hors-saison. À Bruxelles, l'OTCBM poursuit sa présence avec un stand au Eat Festival aux côtés des vins de Bordeaux (événement grand public du 26 au 29 septembre). Une partie de ces actions sont cofinancées par Atout France et des partenaires privés (Ex. Deutsche Bahn pour la campagne Allemagne).

Un travail d'enrichissement et de mise à jour des contenus sur les versions étrangères du site bordeaux-tourisme.com a été initié et sera poursuivi en 2025. De nouveaux contenus vidéo ont été publiés sur les réseaux sociaux, notamment à l'occasion du lancement de la nouvelle identité visuelle. Les réseaux sociaux et les sites grand public de l'OTCBM, qui ont de nouveau franchi un palier en 2023, poursuivent leur progression en 2024.

Les Jeux Olympiques de Paris ont été aussi l'occasion de communiquer sur la clientèle espagnole en amont des matchs de football joué à Bordeaux avec une campagne digitale proposant une offre hôtelière attractive.

Tout au long de l'année, le service presse organise des **voyages de presse** à destination de journalistes français et étrangers, afin de les aider dans leur découverte de la métropole bordelaise. De nombreux articles et reportages qui présentent la destination sous ses différentes facettes ont été publiés grâce à l'accueil de voyages de presse organisés en 2024 : *Echappées Belles*, *Cuisine Actuelle*, *ELLE déco Belgique*, *Metro UK*, *Forbes*, *Der Feinschmecker* ou encore *Wanderlust*.

Les enjeux d'attractivité de Bordeaux sont également forts en **tourisme d'affaires** dans un contexte très concurrentiel mais les premiers résultats dépassent très largement les chiffres avant covid et ceux de 2023, année de vraie reprise. 20 actions de promotion



(workshop, eductour, salon), dont 10 à destination de cibles européennes sont programmées pour 2024. Depuis le début de l'année, les actions de promotion, de communication et de prospection du BCB ont permis de qualifier 553 nouveaux contacts dans la base de données clients/prospects. A date, 408 projets d'événements potentiels ont été ouverts, représentant 409 000 journées congrès, +5% en journées congrès comparé à 2023. 222 événements ont été confirmés à horizon 2027 représentant 115 000 journées congrès et des retombées économiques estimées à 44M€ (+2% en journées congrès comparé à 2023).

Bordeaux est maintenant bien identifié parmi les destinations incontournables nationales et européennes pour l'accueil de congrès et de conventions d'entreprises de grande ampleur, avec une hausse du nombre moyen de participants par dossier confirmé, actuellement à 200. Le BCB gère à ce jour un portefeuille de 136 candidatures à échéance 2030 représentant 395 000 journées congrès potentielles.

**Le service Promotion a programmé 10 actions en 2024** : des workshops, eductours ou démarchages auprès des voyageurs des marchés prioritaires des pays frontaliers (Allemagne, Belgique Flamande, Suisse) ou à fort apport économique (Etats-Unis), trois rendez-vous multinationaux dont un eductour à destination de professionnels européens lors de Bordeaux Fête le Vin réalisé dans le cadre du contrat de destination Bordeaux. Une action spécifique sera menée au second semestre sur le marché français en conviant les clients fidèles du bureau des visites guidées à venir découvrir les nouveautés de la métropole. De nombreux accueils de professionnels sont aussi organisés de façon opportune tout au long de l'année. À mi-juin 2024, 229 professionnels ont été rencontrés. Une page web sera déployée d'ici la fin de l'année sur bordeaux-tourisme.com pour offrir à ces professionnels une source unique d'information avec un référencement des offres par thématique.

## Actions prévues en 2025

L'OTCBM a conscience des efforts budgétaires demandés aux collectivités par le gouvernement dans le cadre de la prochaine loi de finance. Cet effort partagé par l'ensemble des acteurs entraîne une répercussion sur la subvention accordée à l'OTCBM. Ainsi, une réduction de 5% de la subvention initialement prévue (3 860 000 €) représente 193 000 €. Cette incidence impacte le budget consacré aux actions de promotion à hauteur de 10%. Parallèlement la réalisation des actions de transition responsable du territoire telles qu'établies dans la stratégie métropolitaine ne pourra pas être assurée

dans sa globalité. Les ajustements nécessaires seront donc effectués prochainement dans le plan d'action ci-dessous.

Les axes et les actions qui sont d'ores et déjà prévus pour 2025 reprennent le cadre global de la stratégie touristique de Bordeaux Métropole.

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

En 2025, les ambitions en matière de responsabilité environnementale seront relevées. En interne, il s'agira d'acculturer les salariés aux connaissances acquises dans le programme de la convention des entreprises pour le climat et d'envisager de nouvelles méthodes de travail et l'adaptation de nos activités à un modèle plus respectueux du vivant. Cette réflexion animera également nos instances (bureau, CA, AG, Agora Tourisme Bordeaux) dans une réflexion ouverte visant à préparer les axes stratégiques de la prochaine feuille de route. Les nouvelles moutures de l'ISO 20121 et du Global Destination Sustainability Index nous poussent également à renforcer les actions concrètes entreprises. L'année 2025 coïncidera également avec les résultats du bilan carbone et la mise en œuvre des actions environnementales faisant suite aux fresques du climat.

En externe, l'office de tourisme va participer à un programme de coopération territoriale, validé par la CEC, qui concerne un groupe pilote d'entreprises touristiques et événementielles. L'objectif est de développer un observatoire carbone local, basé sur une même méthodologie d'analyse et des données terrain poussées, afin de se fixer des objectifs communs vers la neutralité carbone et la participation conjointe à des projets de régénération du vivant.

Par ailleurs, la sensibilisation et l'accompagnement des entreprises dans toutes les étapes de leur transition se poursuivra avec le développement des programmes d'écocertification, en particulier des hébergeurs, des musées de la ville de Bordeaux et des prestataires d'activité. La valorisation des engagements concrets se traduira par le déploiement de la distinction « Bordeaux, partenaires écocertifiés », aboutie au second semestre 2024. Cette distinction ombrelle regroupera toutes les certifications actuellement développées par les opérateurs touristiques dans un seul visuel plus facilement identifiable et compréhensible par les visiteurs. Une campagne de communication à l'échelle nationale sera menée pour accompagner la promotion de cette offre labélisée.

L'animation globale du réseau des adhérents se poursuivra par l'apport d'outils et de temps d'échanges et d'information. La 3<sup>ème</sup> édition élargie du workshop inter-adhérents loisirs sera donc organisée au premier semestre, avec par ailleurs la volonté de créer un workshop inter-adhérents pour le tourisme d'affaires. La prospection de structures d'utilité publique ou de l'ESS dans le tourisme et l'événementiel permettra de développer les adhésions solidaires. Les contenus du site professionnel seront enrichis pour devenir une source d'information incontournable pour nos partenaires.

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

Huit ans après son lancement et un travail conséquent en matière d'inventaire et de valorisation des ressources touristiques de la métropole, *Un Air de Bordeaux*, dont la communauté est en constante augmentation, entame fin 2024 une réflexion pour imaginer de nouveaux leviers à mettre en place en 2025 afin de maintenir le succès de cet outil au service du tourisme de proximité. Parmi les pistes d'évolution, l'amélioration de l'offre d'itinérance sous forme de cartographie digitale, la mise à jour d'anciens articles dans un souci de durabilité, une réédition de la carte métropole parue en 2024 ainsi que le développement de l'offre des *Escapades locales* (visites guidées proposées au sein de la métropole depuis 2022) sont à l'étude.

Pour répondre encore plus précisément aux besoins de la clientèle, faire face à toutes les situations de manière raisonnée et adaptée, il s'agira de continuer à former l'équipe d'accueil aux différents types de handicap et à mieux connaître nos prestataires en continuant de favoriser des rencontres via les mini- réunions quotidiennes ou les eductours. Il conviendra également de poursuivre nos efforts pour favoriser l'inclusion lors des recrutements des renforts saisonniers.

Le groupe de travail accessibilité développera sa collaboration afin d'améliorer l'offre et sa communication à destination de tous les publics. La nouvelle visite sensorielle sera proposée au public, avec pour ambition la labellisation Tourisme et Handicap. Pour répondre aux nouvelles obligations légales, la priorité sera donnée à l'accessibilité des sites de l'écosystème digital de l'OTCBM. Cette mise en conformité de sites nécessitera l'accompagnement d'experts pour l'analyse de la structure actuelle et la préconisation d'adaptations et d'évolutions techniques qui seront confiées aux agences web.

Enfin, Bordeaux Solid'air continuera son déploiement à destination des personnes en situation de précarité financière afin de leur offrir des offres locales de loisirs touristiques qui permettront une meilleure intégration dans nos espaces de vie partagés.

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

Les actions du collectif Bordeaux Bienvenue, dont la volonté est de tendre vers la très grande satisfaction, continueront d'être améliorées et développées. Le projet d'intégration des commerçants et des restaurateurs dans l'amélioration continue de la qualité d'accueil et du parcours des participants sera en phase de déploiement et de développement. Une réunion du COPIL se déroulera en début d'année 2025 pour débattre de nouvelles orientations proposées par le collectif. L'OTCBM dressera un bilan du nouveau dispositif d'accueil mis en place sur le site de congrès (avec vente de visites et boutique souvenirs), afin de décider de son maintien et/ou développement.

Le dispositif Bordeaux Impactful Events, afin d'accompagner les organisateurs pour des événements à impact positif, sera systématiquement intégré dans la procédure de prise de brief. Un argumentaire et un accompagnement adaptés au profil du client seront proposés, en fonction de sa sensibilité à la RSE et du temps dont il dispose avant la réalisation de son événement. Les indicateurs de suivi mis en place dans la base de données du BCB seront analysés : taux de dossiers ouverts avec accompagnement au développement durable, dans quelle mesure les engagements responsables de la destination ont favorisé le choix de Bordeaux, dans quelle mesure les actions durables mises en place ont contribué au succès de l'événement, est-ce que l'offre de lieux et prestataires engagés ou éco-certifiés est adaptée, quels sont les impacts concrets réalisés par l'événement en termes de RSE. L'utilisation des nouveaux outils sera également mesurée. Des prix pourront être octroyés à deux organisateurs de congrès et d'événement d'entreprise parmi les plus engagés.

À la suite des conclusions de l'expérimentation sur l'impact des congrès intervenues en fin d'année 2024, l'équipe du BCB prendra en main la méthodologie de calcul d'impact pour proposer aux organisateurs des solutions permettant d'améliorer leur impact. L'objectif est d'accélérer la transition durable des événements en accompagnant les organisateurs pour que les événements organisés laissent une empreinte pérenne sur le territoire, réduisent leur impact environnemental et laissent un héritage local.

La prospection des congrès en lien avec les filières d'excellence régionales se poursuivra par l'animation et le développement du Club des Ambassadeurs. La propension d'une destination à remporter la candidature pour l'accueil de congrès et salons est intimement liée à l'écosystème du territoire et au porteur de projet local. Le BCB continuera ainsi le travail d'animation et de prospection de nouveaux ambassadeurs, experts dans leur

domaine et reconnus par leurs pairs pour identifier de nouveaux congrès ou salon à attirer. De nouveaux ambassadeurs issus de filières, spécialités encore non représentées au sein du club, seront intégrés.

#### Axe 4 : Piloter le développement économique de manière soutenable

Le CityPass, produit phare de l'OTCBM (36 750 pass vendus en 2023) présente des évolutions des ventes selon les formules : le CityPass 72h, qui représentait 25% en 2017, puis 30% en 2019, représente aujourd'hui 33% du total. Ces résultats démontrent l'allongement de la durée de séjour, que nous souhaitons appuyer en proposant une quatrième formule : le CityPass 96h. Cette offre incitera les visiteurs à séjourner plus longtemps encore dans la destination afin de découvrir la richesse de notre offre et de celles des territoires environnants, beaucoup de sites touristiques du département étant en effet inclus dans ce produit.

Afin de répondre aux attentes croissantes des visiteurs, un travail est mené afin de proposer la dématérialisation de ce pass : le visiteur pourrait ainsi l'acheter et l'utiliser directement depuis son smartphone. L'obligation jusqu'à présent de venir le récupérer à l'OTCBM pouvait être un frein à l'achat ou une source d'insatisfaction (file d'attente pour récupérer son pass, nécessité de payer le transport pour s'y rendre alors que celui-ci est intégré dans le produit).

Afin de renforcer notre présence et visibilité sur les réseaux sociaux, l'équipe communication augmentera la fréquence de production des vidéos de terrain pour mettre en avant les points d'intérêt métropolitains. Un travail éditorial sera également mené sur le site de tourisme d'affaires et sa page LinkedIn attenante afin de promouvoir la destination et prospecter de nouveaux organisateurs. La page web dédiée aux organisateurs de voyages sur bordeaux-tourisme.com sera enrichie.

En presse, l'OTCBM ciblera les médias dont la ligne éditoriale est centrée sur le voyage, les destinations et les initiatives durables, tels que Green Traveller Magazine, ou le podcast Azur Road, accueillis en 2024 à Bordeaux. La presse française sera particulièrement ciblée avec des accueils de presse dédiés.

L'OTCBM entamera en 2025 un nouveau cycle de 3 ans du Contrat de destination Bordeaux. Comme actuellement, les 12 partenaires concentreront un budget mutualisé sur des actions de notoriété dans 2 ou 3 marchés cibles européens. Les actions de communication BtoC seront privilégiées (publicité digitale et affichage digital, public-rédactionnel print et online), complétées sur les mêmes marchés par des actions BtoB

(presse et tour-opérateurs), et sur tous les marchés européens cibles par l'organisation d'un eductour coïncidant avec Bordeaux Fête le Vin. L'objectif est de présenter Bordeaux comme une destination plurielle entre ville, littoral, vignobles et patrimoine préservé et susciter, via des expériences concrètes et un carnet d'adresses, des séjours dans une destination nature, durable et accessible. Après l'Allemagne pendant deux ans le budget sera concentré sur le Royaume Uni et la Belgique en 2025.

Le Bordeaux Convention Bureau a pour ambition de renforcer l'attractivité de la destination pour accroître la part de congrès et conventions d'entreprises d'ampleur (plus de 500 participants). 20 actions de promotion sont programmées, dont 10 sur les marchés prioritaires européens, 5 accueils ou eductours, des démarchages ciblés, l'accompagnement des candidatures et des visites d'inspection.

Concernant les actions BtoB loisirs (workshops, éductours ou formations), le service promotion flèche pour 2025 les marchés prioritaires du Royaume-Uni, de la Belgique, des Pays-Bas, de l'Espagne, des États-Unis et du Canada. Une action spécifique sera de nouveau menée sur le marché français en conviant les clients fidèles du bureau des visites guidées à venir découvrir les nouveautés de la métropole. Des accueils de professionnels seront organisés de façon opportune tout au long de l'année. Le service ambitionne en outre d'accompagner des agences de voyages et tour-opérateurs engagés dans le tourisme responsable à programmer des voyages éco-responsables avec des séjours plus longs sur notre destination.

## Conclusion

Les innovations, développements et actions responsables engagées en 2024 ont vocation à se poursuivre en 2025 afin d'assurer la pérennité de l'activité touristique et événementielle du territoire. Les enjeux d'adaptation aux évolutions climatiques et sociétales sont importants pour tout l'écosystème et il convient à l'OTCBM d'accompagner ces transitions tel que nous le faisons depuis plusieurs années. Ces aspects seront primordiaux dans la prochaine stratégie touristique métropolitaine, dont il convient d'entamer la réflexion dès à présent, en maintenant les logiques de co-construction et de gouvernance participative qui nous sont chères. Le cadre de la gouvernance Agora pour le Tourisme à Bordeaux Métropole se prête à ces échanges et réflexions, comme l'a de nouveau confirmé l'édition 2024.



L'OTCBM a conscience des efforts nécessaires budgétaires à partager par tous les acteurs de la métropole, nous ferons le nécessaire pour contenir les impacts de la réduction de la subvention sur la réalisation des actions. L'OTCBM participe à des enjeux collectifs visant à pérenniser le tourisme et l'événementiel dans un écosystème changeant, à renforcer l'attractivité de notre territoire et stimuler les retombées économiques locales.