



Ateliers de co-construction

SYNTHÈSE COMPLÈTE

Février 2023



Bordeaux Métropole et l'Office de tourisme et des congrès initiaient en 2021 une gouvernance participative en vue de définir collectivement le futur de son activité touristique et événementielle. 10 mois de co-construction ont impliqué habitants, associations, mairies de la métropole, professionnels du tourisme, organisateurs d'événements et représentants d'institutions publiques et privées. Ils ont conduit à l'adoption de la nouvelle stratégie touristique responsable à horizon 2026 en Conseil de Métropole le 25 mars 2022.

Après près d'un an de mise en œuvre, l'heure du premier bilan est venue. Plus de 120 participants se sont ainsi réunis à La Cité du Vin le 24 février 2023 afin de connaître l'avancée des actions décidées collectivement.

Trois nouveaux ateliers ont permis de continuer à affiner des actions entamées et sur lesquelles une nouvelle étape d'idéation était nécessaire. **Cette synthèse présente le fruit de ces ateliers, qui reprenaient les trois publics cibles (loisirs, affaires et événementiel, proximité) autour des challenges suivants :**

- **Comment valoriser les produits et savoir-faire locaux ? Page 3**
- **Comment nourrir l'offre de parcours guidés sur la métropole ? Page 5**
- **Comment sensibiliser et accompagner les organisateurs d'événements pour améliorer la performance environnementale des manifestations ? Page 8**



Chiffres clés de la démarche participative en 2023



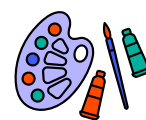
120 participants en plénière
87 participants aux ateliers



3 ateliers thématiques d'1h30



21 idées d'expériences guidées sur la métropole



4 propositions pour valoriser les produits et savoir-faire locaux



12 solutions concrètes pour réduire l'empreinte environnementale d'un événement à chaque étape de son organisation

Comment valoriser les produits et savoir-faire locaux ?

Les participants de l'atelier dédié à la valorisation des produits et savoir-faire locaux de la métropole ont pu laisser libre court à leur imagination.

Munis d'une édition factice du journal Sud-Ouest titrée "**Bordeaux permet la rencontre entre producteurs, artisans et visiteurs**" datée de 2026, les participants ont imaginé les scénarios pour parvenir à ce futur.

Répartis en sous-groupes, ils ont répertorié les actions mises en place, les difficultés surmontées, les moyens et outils ainsi que les partenaires et ressources.

Afin de fluidifier les échanges, chaque groupe était composé d'une facilitatrice pour animer la table, d'un scribe pour noter les idées exprimées et d'un rapporteur. A la fin de l'atelier, chaque rapporteur a présenté son scénario au reste du groupe.



Bordeaux permet la rencontre entre producteurs, artisans et visiteurs : quel scénario pour y parvenir ?

Résumé

Bordeaux met en lumière les talents et produits locaux de la métropole **en rendant accessible les pépites du territoire et en les mettant en relation avec les communautés locales et les visiteurs.**

"Créez votre expérience locale unique et sur-mesure en fonction de vos affinités et des caractéristiques des acteurs locaux !"

Actions retenues

- Inventorier et cartographier les producteurs et artisans locaux prêts à s'engager, selon leur type d'offre (commercialisation, visite des lieux, BtoB et/ou BtoC), en s'appuyant sur les réseaux et institutions déjà actifs sur ces sujets
- Créer une application et/ou un site internet multilingue pour mettre en relation visiteurs, communautés locales, producteurs et artisans, permettant à l'utilisateur de créer son itinéraire personnalisé
- Organiser un événement de lancement couplé aux Avant-Premières de Bordeaux Fête le Vin dans plusieurs communes de la métropole pour mettre en avant les acteurs locaux, puis sur Bordeaux Fête le Vin pour apporter une visibilité au dispositif
- Nommer et former des guides conférenciers, ambassadeurs de l'artisanat local, pour animer ce réseau de producteurs et artisans locaux

Autres idées

- **Accompagner la création d'activités autour des savoir-faire locaux** en organisant des sessions de formation avec les producteurs et artisans
- **Créer un circuit des savoir-faire** dans la ville et commercialiser un "passeport gastronomique"
- Créer un **dispositif pour les scolaires**

Difficultés surmontées

- Mobiliser et faire monter en compétence les artisans et producteurs
- Différencier les types d'expériences et offres proposées par les acteurs des savoir-faire locaux
- Diversité des interlocuteurs et solutions déjà disponibles

Autres obstacles

- **Palier la saisonnalité de l'activité**
- **Moyens humains et financiers importants** : cartographie des acteurs et création d'une nouvelle plateforme

Moyens et outils

- Nouvelle plateforme dédiée : site internet, application ?
- Guide papier, passeport

Autre idée

- Recrutement d'une personne pour le recensement et la coordination

Partenaires et ressources

- Associations locales, réseaux professionnels locaux : Bordeaux Food Club
- Institutions : offices de tourisme, métropole, mairies, CCI, CMA, chambres d'agriculture
- Autres réseaux et événements spécifiques : AANA, Bordeaux Fête le Vin

Comment nourrir l'offre de parcours guidés sur la métropole ?

Les participants de l'atelier, répartis en sous-groupes, ont eu pour mission d'identifier les besoins et attentes spécifiques des personnages types qui leurs étaient attribués. Les personas identifiés étaient une famille avec deux enfants, une nouvelle arrivante à Bordeaux, un groupe d'amis seniors et deux amis étudiants. Ils ont pris le temps de se connecter à leurs modes de vie, leurs codes sociaux et leurs défis du quotidien. Les participants ont ensuite imaginé les expériences rêvées de découverte sur le territoire métropolitain, puis ont sélectionné deux expériences au regard de critères de faisabilité et d'attractivité.



La famille Martinez

Un couple avec deux enfants de 4 et 8 ans

Ses besoins et contraintes

- Disparité des profils (âge, intérêt)
- Activités pluri-intérêt, ludiques et interactives (thématiques variées et transversales)
- Activités à faire dans la durée, avec plusieurs chapitres
- Besoin d'une médiation adaptée au jeune public
- Météo
- Une cible qui pense bien connaître l'offre classique du territoire
- Enjeux d'une communication qui ne touche pas tout le monde et d'une cible qui n'a pas le réflexe de s'adresser à l'office de tourisme
- Réflexe de se tourner vers l'offre payante (comme par exemple les parcs d'attraction)
- Besoin d'occuper les enfants pendant les vacances scolaires
- Horaires, distances et mobilité
- Vélo : distance, équipement, sécurité

Ses attentes

- Attentes du "comment ça marche ?" (les coulisses, savoir-faire, secrets)
- Lieux insolites et peu fréquentés (friches, maisons de particuliers)
- Visites thématiques (découvrir les nouveaux aménagements comme les ponts par exemple)
- Expositions, déambulations
- Faire une pause des écrans
- Un lâcher-prise encadré
- Rendre le temps de transport agréable

Ses expériences rêvées

1. Un double programme avec une médiation encadrée pour les enfants et une autre activité, sur le même thème, pour les parents
2. Une activité à faire ensemble, à la découverte des métiers de la métropole : "comment ça marche ?", métiers théâtralisés avec par exemple l'aéroport, l'opéra, la pêche ou la sécherie de morue Sar'Océan à Bègles. Activités qui mêlent culture et nature, urbain et rural, à la fois participatives et instructives.

Autres idées

- **Être acteur de la création de l'activité** : les enfants moteurs d'activités variées et pas trop longues, chasses au trésor "à l'ancienne" ou à fabriquer
- **Bus** des vacances (gratuit, beau, animé, qui atterrit sur un endroit de balade)
- Prendre un **bateau** pour rejoindre Pauillac ou Royan, découverte de bateaux
- **Enotourisme** accessible à tous, plus axé nature (vignes, land art)
- **Visites théâtralisées** et animées



Jean, Gabriel, Adam & Sofia

Les amis seniors

Leurs besoins et contraintes

- Saisonnalité
- Amplitude horaire des lieux de visite
- Rythme à adapter et ralentir au besoin

Leurs attentes

- Un accueil personnalisé avec un contact humain (logement, bons plans)
- Lier les incontournables et des découvertes insolites
- Gastronomie et restauration de qualité

Leurs expériences rêvées à la journée

1. Une visite guidée classique, puis prendre le batcub pour aller déjeuner à Lormont, faire une balade dans Lormont avec vue sur la métropole, suivie d'une visite de La Cité du Vin et d'un dîner dans un restaurant bistrannique.
2. Une matinée à la brocante de Saint-Michel suivie d'un brunch au marché des Capucins. Une visite d'un musée bordelais puis une soirée sur un carrelet avec le pêcheur de Bordeaux.

Autres idées à la journée

- Une visite guidée de Bordeaux à pied, un déjeuner léger avec vue sur la Garonne, prendre le tramway pour une expérience culturelle aux Bassins des Lumières ou à La Cité du Vin, un apéro dans un bar à vin suivi d'un dîner gastronomique.
- Un circuit autour du vin et de la Garonne : La Cité du Vin le matin, puis la balade des deux ponts à pied, une pause-café à Darwin, une visite du jardin botanique et une sortie culturelle le soir (théâtre, concert).
- Prendre le batcub pour rejoindre la rive droite, faire une balade sur le GR ou le fil vert, déjeuner à Bordeaux puis visiter un musée.



Elena Melnik

Nouvelle arrivante

Ses besoins et contraintes

- Cercle social restreint (elle vient d'arriver à Bordeaux et n'a pas de famille sur place)
- Budget limité
- Besoins spécifiques d'accessibilité
- Méconnaissance des sources d'information possibles (mairie ? office de tourisme ? sites d'infos ?)
- Disponible le soir et le week-end

Ses attentes

- Bons plans
- Double démarche de sociabilisation et d'activités loisirs
- Kit du nouvel arrivant en papier et digital, distribué dans les mairies et à l'office de tourisme

Ses expériences rêvées

1. Une visite guidée (ou en autonomie) dédiée aux néo-bordelais (le B.A.-BA de Bordeaux en 2h)
2. Des itinéraires "slow visit" avec un guide, sur plusieurs thèmes et adaptés aux personnes en situation de handicap

Autres idées

- Un parcours sur **le cinéma/les séries/les lieux de tournages à Bordeaux** et en métropole, guidée ou en autonomie
- Une **"journée-type" de découverte avec un événement**, en lien avec Un Air de Bordeaux
- Une **Balade enchantée** sur le GR métropolitain, qui a pour atout d'être intergénérationnelle



Fred et Sacha

Étudiants

Leurs besoins et contraintes

- Budget limité
- Pas de voiture, utilisation des transports en commun et du vélo
- Méconnaissance de la ville, de l'offre culturelle et des avantages pour les étudiants
- Temps disponible limité en semaine

Leurs attentes

- Activités le soir et le week-end avec une flexibilité dans les réservations et annulations (max 10€)
- Activités écoresponsables et ludiques
- Rencontres et visites pour découvrir la ville
- Information disponible à l'université (affichage)

Leurs expériences rêvées

1. Parcours en autonomie à thème avec une carte (papier recyclé ou contenant des graines à planter), de la mobilité douce pour le point de départ et le parcours.
2. Un rallye collecte de déchets (les trier et les peser) en compétition par équipe avant un concert.

Autres idées

- **Parcours en roller pour découvrir les lieux associatifs** sur un après-midi (cafés, tiers-lieux, etc.)
- Parcours ludique sur le GR métropolitain sous forme de **géocaching**
- **Parcours street art** avec une initiation à l'art urbain

Comment sensibiliser et accompagner les organisateurs d'événements pour améliorer la performance environnementale des manifestations ?

Sur la base du cahier des charges d'un congrès fictif, les participants à l'atelier, divisés en sous-groupes, ont eu pour mission de trouver des solutions afin de réduire l'empreinte environnementale de cet événement. Chaque sous-groupe travaillait sur un aspect spécifique, une étape du congrès.

Comment inciter l'équipe organisatrice à s'engager dans une démarche environnementale avant son choix de la destination Bordeaux ?

Le premier groupe a travaillé sur les enjeux d'argumentaires conjoints de séduction et de sensibilisation. L'objectif des participants était de trouver des solutions pour faire venir l'événement grâce à l'engagement éco-responsable de la destination.

Solutions retenues

1. Mettre en avant l'aspect sociétal de Bordeaux qui est une "petite grande ville". Cela passe par la coopération des acteurs locaux et la facilité de rencontrer les personnes du territoire.
2. Encourager les organisateurs à confirmer les événements avec anticipation et éviter l'effet de "dernière minute" où la capacité d'action est limitée et génère des pratiques non vertueuses.
3. Aider à l'identification et à la coopération des acteurs locaux engagés. Marquer les participants par l'engagement de la destination et des acteurs du territoire.

Autres idées

- Comprendre les critères de satisfaction des participants.
- Identifier une personne responsable RSE, développement durable chez l'organisateur.
- Un slogan est ressorti : "Prenons le temps de commencer ensemble".



Comment communiquer sur les engagements responsables de l'événement auprès des participants et les encourager à agir pendant leur séjour ?

Le deuxième groupe a travaillé à trouver des moyens concrets pour valoriser auprès des participants, les engagements environnementaux de l'équipe organisatrice et de trouver des méthodes pour les rendre acteurs sans les culpabiliser.

Solutions retenues

1. Mettre en place un jeu tout au long de l'événement où les participants sont acteurs, sous la forme d'un questionnaire avec des QR code par exemple. Ce jeu est un outil d'engagement.
2. À chaque point d'organisation de l'événement, proposer une communication dédiée qui met en avant les solutions existantes pour agir et valorise les actions mises en place. Exemple : communication sur les solutions alimentaires dans la salle de restauration.
3. Proposer des visites techniques et culturelles avec des actions responsables. Exemple : visite d'un centre de tri. Expliquer également le choix de ces visites.

Autres idées

- Faire une **conférence d'ouverture** lors de laquelle l'annonce des engagements responsables et le lancement du jeu sont faits.
- Remettre un prix pour le gagnant du jeu lors du dîner final.

Comment faciliter la mise en place de solutions locales éco-responsables pour l'équipe organisatrice ?

L'objectif du troisième groupe était de définir l'accompagnement logistique de Bodeaux Tourisme & Congrès et de ses partenaires pour réduire l'impact environnemental de l'événement.

Solutions retenues

1. Créer un outil de référencement des solutions locales en présentant les acteurs engagés (sensibilisation, ateliers) par impact environnemental (eau, anti-gaspillage, zéro plastique, mobilité).
2. Proposer des animations participatives avec un angle environnemental.
3. Laisser un héritage en visitant des sites ateliers présentés dans l'outil de référencement.

Autres idées

- Mettre en place un cahier des charges pour les traiteurs locaux présents : consigne, vaisselle réutilisable, commander la nourriture en amont pour évaluer les justes quantités et les régimes adéquats, utilisation de produits locaux uniquement.
- Animer un atelier antigaspi (parcours thématique).
- Tenir un discours clair et transparent auprès des clients.
- S'équiper de matériaux modulables et réversibles pour éviter la fabrication de matériel éphémère.

Comment faire le suivi des engagements de l'équipe organisatrice pendant et après l'événement ?

Le quatrième groupe avait pour mission de trouver des solutions pour s'assurer que les engagements environnementaux de l'équipe organisatrice sont tenus tout en maintenant une grande qualité relationnelle.

Solutions retenues

1. Mettre en place une équipe référente/ressource pour s'assurer que chaque engagement est respecté et réalisé pendant l'événement.
2. Publier une communication unifiée post-événement : utilisation du même format et des mêmes données pour chaque acteur.
3. Réaliser une action concrète après l'événement grâce à une levée de fonds réalisée pendant ou après l'événement. Cette levée de fonds peut venir de la revalorisation des déchets par exemple. Cette revalorisation permettrait le financement de projets environnementaux.

Autres idées

- Faire auditer le bilan de l'événement par un cabinet extérieur pour savoir si les engagements ont bien été respectés.
- Demander à chaque participant comment ils sont venus à Bordeaux et sur l'événement pour évaluer le pourcentage de personnes utilisant les mobilités douces.

