

PLAN D'ACTION



Bordeaux destination responsable



UN PLAN D'ACTION POUR FAIRE DE BORDEAUX UNE

La Cité du Vin et le quartier des bassins à flot ©Nicolas Duffaure

DESTINATION RESPONSABLE RECONNUE

Cette présentation détaille l'ensemble des actions mises en œuvre à l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole en matière de développement durable. **Huit grands enjeux** ont été mis en lumière. Ils répondent aux besoins exprimés par nos parties prenantes, qu'ils soient habitants, visiteurs ou professionnels du tourisme, suite à la démarche participative menée depuis l'année 2021. **Les 50 actions** sont également alignées aux objectifs de développement durable des Nations Unies et à nos exigences normatives (ISO 20121, GDS Index, label Destination Innovante Durable). Elles sont mesurées par des indicateurs et des objectifs annuels.

Les 4 axes de la stratégie touristique métropolitaine 2022-2026

Dix mois d'une démarche participative impliquant une grande diversité de publics métropolitains ont permis la co-construction de la stratégie touristique métropolitaine 2022-2026 : *Bâtir, ensemble, une destination reconnue de tourisme responsable*. Portée par Bordeaux Métropole et son office de tourisme et des congrès, cette gouvernance a permis la participation d'habitants, d'associations, de territoires voisins, de représentants d'institutions, d'élus des villes métropolitaines et de professionnels du tourisme et de l'événementiel.

4 axes stratégiques sont ressortis des échanges :

1. Accompagner l'offre touristique bordelaise dans sa transition responsable
2. Placer l'habitant au cœur de la vie touristique d'une destination humaine et solidaire
3. Développer les rencontres professionnelles et les grands événements à impact positif pour le territoire
4. Piloter le développement économique du tourisme de manière soutenable

Le plan d'action de l'OTCBM est aligné sur ces axes stratégiques.

8 engagements de l'OTCBM

ENVIRONNEMENT

1. Réduire la production de déchets
2. Réduire l'empreinte carbone sur la destination et préserver nos ressources naturelles
3. Aller plus loin dans la valorisation d'une offre culture et nature alternative sur la métropole, sensibiliser à la préservation de notre environnement

SOCIAL

4. Favoriser l'insertion et l'intégration de tous·tes
5. Être vecteur d'une relation paisible entre acteurs touristiques, habitants et visiteurs et être garant du vivre-ensemble

ÉCONOMIQUE

6. Favoriser la consommation de produits locaux. Valoriser nos filières d'excellence

LES TROIS

7. Améliorer la performance de l'OTCBM sur les normes durables
8. Accroître les compétences durables des acteurs touristiques locaux

Comment lire le document ?

Les 3 symboles utilisés page précédente pour repérer les actions en faveur de l'environnement, du social ou de l'économie.



Le lien avec la feuille de route métropolitaine 2022-2026 co-construite avec nos parties prenantes.



L'objectif de développement durable des Nations Unies concerné par cet enjeu.



Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2021

Objectifs

Pendant les grands événements, créer des solutions simples et intuitives pour réduire les déchets et encourager la mobilité douce



- Appel d'offre avec l'AANA exigeant des restaurateurs l'utilisation de vaisselle recyclage et le moins de supports possibles
- Tonnage global de déchets produits
- % déchets recyclés, compostés, incinérés (indicateur ODD 11.6.1 et 12.5.1)
- % de bouchons et bouteilles recyclés ou donnés

NEW
Cette action avait été suspendue en 2021 du fait de la situation sanitaire.

- Appel d'offre publié
- Baisse du tonnage de déchets produits par rapport à 2019 de 5%
- Augmentation du % de déchets recyclés et compostés par rapport à 2019 de 10%
- 0% de bouteilles et de bouchons non recyclés ou donnés

Favoriser la mutualisation du matériel utilisé pour les événements



- % du matériel recyclé utilisé pour la conception de Bordeaux Fête le Vin (indicateurs ODD 12.5.1)
- % du matériel réutilisable de Bordeaux Fête le Vin
- Nombre d'initiatives visant à la mise en place d'un système mutualisé sur la destination

NEW

- Augmentation de 10% du matériel recyclé utilisé pour la conception et du matériel réutilisable à la fin de Bordeaux Fête le Vin
- Organiser une table ronde avec des standistes, centres de congrès, agences pour préciser les besoins

Un gouvernail pour symboliser les actions menées en autonomie au sein de l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole (OTCBM) et une poignée de mains pour les actions menées en partenariat.

3 symboles pour indiquer si l'action a été une réussite ou un échec en 2022, ou s'il s'agit d'une nouvelle action. Les résultats correspondent aux indicateurs de l'an dernier, l'objectif peut être plus élevé cette année.



RÉDUIRE LA PRODUCTION DE DÉCHETS

5 actions



Axes 1 et 3 de la feuille de route métropolitaine



Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2022

Objectifs 2023

Créer des solutions simples et intuitives pour réduire les déchets et encourager la mobilité douce pendant les grands événements



- Appel d'offre avec l'AANA exigeant des restaurateurs l'utilisation de vaisselle recyclage et le moins de supports possibles
- Tonnage global de déchets produits
- % déchets recyclés, compostés, incinérés (indicateurs ODD 11.6.1 et 12.5.1)



- Critères sur la vaisselle compostable et le tri des déchets dans AO
- Engagement zéro bouteille plastique vendue, partenariat avec Eau de la Métropole, 6 fontaines à eau installées
- Collecte de déchets compostables et tri 3 flux sur la fête avec une brigade verte de sensibilisation des visiteurs
- Recyclage du pass dégustation
- Baisse du tonnage de déchets de 41% par rapport à 2016
- Augmentation de 7% des déchets recyclés et de 100% des déchets compostés par rapport à 2016

- Appel d'offre AANA publié
- Baisse du tonnage de déchets produits par rapport à 2022 de 5%
- Augmentation du % de déchets recyclés et compostés par rapport à 2022 de 10%
- Tri et recyclage de toutes les bouteilles et bouchons
- Tri des déchets 3 flux sur la fête
- 0 vente de bouteille plastique, partenariat avec Eau de la métropole avec un travail de communication et de sensibilisation

Utiliser la règle des 5R pour la gestion du matériel lors de nos événements



- % du matériel réutilisable stocké ou loué
- Nombre d'actions visant à une économie circulaire



100% matériel loué ou stocké

- Optimiser au maximum le matériel loué ou stocké
- Travailler avec un réseau d'assos locales pour redistribuer le matériel restant

Mettre en place des partenariats avec des associations ou structures dédiées pour le recyclage des déchets à l'OTCBM



- Nombre de partenariats mis en place
- Quantité de matériel envoyé en recyclage (indicateur ODD 12.5.1)



- Intégration du recyclage du matériel informatique avec l'association "Avoir un PC gratuit" à Mérignac. 1 carton de matériel collecté.
- Recyclage de la bâche des travaux avec Recup'R
- Mise en place du tri 2 flux dans la salle de pause

1 nouvelle opération par an

Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2022

Objectifs 2023

Eco-concevoir nos supports de communication imprimés. Limiter et contrôler les impressions



- Certification des imprimeurs sur le papier utilisé
- % des éditions distribuées, recyclées ou données



- Refonte complète des éditions
- Choix de papiers labellisés et encres végétales au maximum
- +10 points d'augmentation du volume envoyé en recyclage

- Impression des éditions à 100% par des imprimeurs certifiés sur du papier issu de forêts durablement gérées
- Baisse du tonnage parti en recyclage de 25% par rapport à N-1

Accompagner les professionnels du tourisme dans une meilleure gestion de leurs déchets et de l'énergie



- Nombre de dispositifs mutualisés mis en place et leurs résultats (indicateurs 11.6.1 et 12.5.1)
- Nombre de professionnels bénéficiaires



Identifier les problématiques liées à la collecte et au retraitement des déchets et mener les études pouvant accompagner la mise en place de solutions mutualisées



RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE SUR LA DESTINATION ET PRÉSERVER NOS RESSOURCES NATURELLES

5 actions



Axes 1 et 3 de la feuille de route métropolitaine



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



- Empreinte carbone de Bordeaux Fête le Vin (indicateurs ODD 9.4.1 & 13.2.2)
- Réalisation d'un bilan carbone de la destination
- Émissions de gaz à effet de serre de l'activité touristique et événementielle de Bordeaux Métropole (indicateurs ODD 9.4.1 & 13.2.2)



- 5,5kg eqCO2/visiteur en 2022
- Meilleure collecte de donnée qu'en 2018
- L'unique feu d'artifice et la non-présence de la patrouille de France réduit le bilan
- Compensation du feu d'artifice avec une plantation d'arbres en local avec Reforest'Actions

- Baisse de l'empreinte carbone de Bordeaux Fête le Vin par rapport à 2022
- Réalisation du bilan des émissions de gaz à effet de serre en 2023

Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2022

Objectifs 2023

Encourager les visiteurs et les salariés à utiliser les mobilités douces (vélo, transports en commun, train, marche)



- Attestation certifiant de l'obtention du label Accueil Vélo à l'OTCBM
- Nombre de ventes de City-Pass (indicateurs ODD 9.1.2, 11.2.1)
- Nombre de dossiers et de participants à des événements d'affaires bénéficiant du pass transport gratuit (indicateur ODD 9.1.2)
- Nombre de dispositifs de communication et/ou d'accompagnement sur les trajets intermodaux, les mobilités douces et le cyclotourisme
- Nombre de salariés bénéficiant de l'aide au vélo et de celle aux transports en commun sur le nombre total de salariés



- Label Accueil Vélo OK
- Augmentation de +100% des ventes de City-Pass
- 35 événements ont bénéficié du dispositif Bordeaux Bienvenue incluant la mise à disposition des titres de transports - 25 150 pax

- Détention du label Accueil Vélo à l'OTCBM
- Maintenir l'objectif de Pass vendus en 2022
- 1 action de communication cyclotourisme et 1 action de communication intermodalité pour les événements d'affaires
- Maintenir au moins 25 000 congressistes bénéficiant du pass transport
- 100% de salariés bénéficiaires

Travailler avec l'organisateur sur un aspect logistique de son événement afin d'améliorer la performance environnementale



- Nombre d'événements accompagnés
- Bilans obtenus



2 événements test réalisés pour 1 365 tonnes équivalent CO2 au total (un congrès de 800 participants et un événement d'entreprise de 39 participants)

Formaliser un dispositif d'accompagnement des organisateurs d'événements

Réduire la pollution numérique de l'OTCBM



- Nombre d'actions mises en œuvre
- Mesure de la pollution numérique des posts en équivalent CO2 et note de Progrès Score (indicateurs ODD 9.4.1 & 13.2.2)



- Data Day réalisé afin de nettoyer les boîtes mails et les ordis : 85 300 mails supprimés ; -131Go stockés sur des serveurs (mails et commun), soit 52 Kg eqCO2 ce qui revient à 30 000km en TGV ou 270km en voiture ; -216Go supprimés dans les ordinateurs
- Le choix a été fait de ne pas aller sur TikTok en raison de la pollution numérique engendrée

- 2 projets par an
- Améliorer la note sur le Progrès Score

Réduire la consommation énergétique de l'OTCBM



Consommation énergétique par an



Établir un premier relevé de la consommation énergétique et définir l'année standard sur laquelle la diminution sera effective, dans le respect du décret tertiaire



VALORISER UNE OFFRE CULTURE ET NATURE ALTERNATIVE SUR LA MÉTROPOLE

7 actions



Axes 1, 2 et 3 de la feuille de route métropolitaine



Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2022

Objectifs 2023

Animer les sites internet, les réseaux sociaux et les éditions de l'OTCBM (Travel Planner, Meeting Guide, etc.) avec des contenus d'inspiration proposant une offre alternative de séjour et d'événement. Promouvoir les offres au travers d'une distinction tourisme responsable identifiable par les visiteurs



- Nombre de dispositifs de communication mis en place
- Audience
- Nombre d'offres responsables proposées sur visiter-bordeaux.com
- Nombre de ventes sur ces prestations



- Intégration d'un filtre permettant de valoriser les offres responsables sur le site en 2022
- 10 produits ciblés tourisme responsable sur visiter-bordeaux.com

- Mise en place de la distinction en 2023 avec son plan de communication
- Intégrer un message éco-responsable dans ¼ des parutions sur les réseaux sociaux de l'OTCBM. Sponsoriser les posts éco-responsables à plus fort impact.
- Alimenter annuellement les contenus éco-responsables des sites de l'OTCBM (4 articles par an sur le site loisirs et 2 sur le site affaires).
- +10% d'audience par an sur la landing page durable de bordeaux-tourisme.com
- Augmentation des ventes sur les produits écoresponsables de 5% par rapport à N-1 sur visiter-bordeaux.com

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



- Nombre d'offres ciblées public de proximité créées par an
- Sur le GR métropolitain, nombre de participants sur les balades enchantées et nombre de passages annuels sur les tronçons équipés d'éco-compteurs
- Nombre de kms sur les différentes pratiques lorsque quantifiables
- Nombre de clients locaux sur les produits dédiés (ventes de produits en autonomie et expériences guidées)
- Pourcentage de clients achetant plusieurs produits par an
- Nombre de personnes dans la communauté Un Air de Bordeaux



- 6 nouvelles visites guidées dans la métropole
- En autonomie : Parcours du vin dans la ville, 6 articles sur le GR par The Wild Crou, Terra Aventura à Pessac
- 91% de Girondins lors de *Bordeaux Nous Envoie Balader 2022* avec un taux de remplissage de 81%
- 24% de Girondins ont suivi plus d'une visite
- UADB : +14% visiteurs uniques en 2022, 1000 nouveaux abonnés à la newsletter

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

Sensibiliser les guides pour intégrer la durabilité à leurs offres



- Nombre d'actions de sensibilisation
- Nombre de visites guidées intégrant de la durabilité



- Intervention de Terre & Océan lors du séminaire annuel des guides
- 1 visite de ville intègre à présent la biodiversité locale

- 1 action de sensibilisation par an
- 1 nouvelle visite créée par an

Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2022

Objectifs 2023

Accompagner la filière œnologique dans la valorisation des pratiques viticoles durables et dans son développement économique



- Nombre et variété des produits œnotouristiques proposés sur visiter-bordeaux.com, intégrant la quantité d'offre avec un engagement responsable
- Présentation de la viticulture durable pendant Bordeaux Fête le Vin

- Annualisation de Bordeaux Fête le Vin
- Bordeaux Wine Week avec un symposium sur la RSE et un salon d'affaires sur la viticulture engagée
- 2 soirées avec le syndicat des vignerons bio de Nouvelle-Aquitaine
- Exposition de sensibilisation à la biodiversité et sur les engagements RSE de Bordeaux Fête le Vin
- 74% des prestataires œnotourisme de visiter-bordeaux.com dans une démarche durable et représentation de toutes les appellations viticoles

- Offre disponible sur les différentes appellations sur visiter-bordeaux.com et accroissement de l'offre durable de 10% par an
- Deux animations dédiées à la viticulture durable à chaque édition de Bordeaux Fête le Vin

Sensibiliser les journalistes et influenceurs sur les engagements de la destination



Nombre de journalistes ou influenceurs sensibilisés via de l'envoi d'information ou un programme de visite adapté

- Information approfondie dans le dossier de presse 2022
- Accueil influenceur autrichien orienté "durable - slow tourisme" en juin 2022
- Accueil presse Smart Tourism avec 7 médias internationaux

Tous les journalistes sensibilisés par l'action durable de la destination

Avoir un conseil clientèle orienté développement durable



- Actions de sensibilisation/formation avec le personnel d'accueil par an
- Nombre d'outils disponibles pour le personnel d'accueil

- 1 atelier de co-création réalisé avec le personnel d'accueil, 13 actions développées sur l'année
- Formation de l'accueil à l'accompagnement des personnes en situation de handicap
- Mise à jour des fiches accueil avec un contenu éco-responsable

- 1 action de sensibilisation/formation par an
- 3 actions mises en place par an

Partager les bonnes pratiques entre organisateurs d'événements culturels et sportifs de la métropole



- Nombre de rencontres organisées
- Nombre de participants

- 15 participants au petit-déjeuner du 5 janvier 2023
- Compte-rendu regroupant toutes les idées

Une rencontre par an organisée avec au moins 15 participants



FAVORISER L'INSERTION ET L'INTÉGRATION DE TOUS·TES

4 actions



Axe 2 de la feuille de route métropolitaine



Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2022

Objectifs 2023

Travailler les offres touristiques en fonction des différents handicaps et sensibiliser au label Tourisme & Handicap



- Nombre d'offres mises en place ou améliorées, incluant Bordeaux Fête le Vin
- Nombre d'actions de sensibilisation et nombre de participants
- Attestation de l'obtention du label Tourisme & handicap



- Le site de BFV est accessible aux PMR
- Travail avec l'UNADEV sur l'accessibilité du parcours UNESCO pour les mal-voyants et non-voyants
- Mise à jour des plans par Bordeaux Métropole avec 9 itinéraires accessibles
- Formation de l'accueil à l'accompagnement des personnes en situation de handicap

- Au moins 10 itinéraires accessibles aux personnes en situation de handicap
- Formation du personnel de l'OTCBM
- Renouvellement du label Tourisme & handicap en 2023
- Fête accessible aux personnes à mobilité réduite, et progressivement aux autres handicaps
- Au moins 2 actions de sensibilisation
- Augmentation de 3% du nombre de sites labellisés par rapport à N-1

Avoir une communication dédiée aux personnes en situation de handicap



- Nombre de visiteurs uniques sur le mini-site dédié
- Guide disponible
- Nombre de partenariats avec des médiateurs



- Formation de l'équipe communication à la méthode FALC
- Collaboration avec Martin Petit, un influenceur en situation de handicap, avec une série d'articles sur Bordeaux en fauteuil roulant
- Refonte du guide handicap
- Nouveaux filtres sur le site pour les différents handicaps
- Intégration des itinéraires accessibles en ligne

- +10% de visiteurs uniques
- Guide mis à jour tous les ans
- Travailler à l'accessibilité du mini-site sur l'offre pour les personnes en situation de handicap
- Un partenariat par an

Proposer des offres accessibles aux publics en situation de précarité



- Nombre de nouvelles offres mises en place ou améliorées
- Nombre de bénéficiaires
- Montant des dons depuis la plateforme visiter-bordeaux.com par rapport à l'année N-1 (indicateur ODD 1.b.1)



- 116 personnes accompagnées en 2022 en partenariat avec l'association Vacances et Familles
- Nouveaux partenariats avec Gironde Tourisme, la CAF Gironde, 5 CCAS et 15 associations
- Soirée solidaire pendant BFV pour Ukraine Amitiés (environ 50 participants)

- Développement d'un programme solidaire complet
- Renforcer le partenariat avec Vacances & Familles
- Progression annuelle des bénéficiaires (au moins +20% par rapport à N1)
- Augmentation des dons de 10% pour Vacances & Familles

Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2022

Objectifs 2023

Avoir une politique interne en matière de diversité, d'égalité et d'inclusion



- Nombre de dispositifs mis en place pour assurer une inclusion de tous·tes lors de Bordeaux Fête le Vin
- Nombre de dysfonctionnements relevés par les festivaliers
- Nombre de saisonniers recrutés via des programmes d'accompagnement, comme la Maison de l'Emploi (indicateur ODD 4.5)
- Résultat de l'index d'égalité homme-femme (indicateur ODD 5.5.2)
- Nombre de formations internes sur ces questions
- Nombre de sensibilisation des adhérents sur ces questions
- Nombre d'actions solidaires menées par des salariés de l'office et impact final



- La Maison de l'emploi a été sollicitée pour le recrutement du personnel saisonnier de BFV 2022. 37 recrutements dont 2 en accompagnement approfondi
- Accueil non-genré sur BFV
- 100% sur l'index d'égalité homme-femme
- 2 sensibilisations des adhérents avec la Maison de l'Emploi

- Au moins 2 dispositifs actifs lors de Bordeaux Fête le Vin
- Aucun dysfonctionnement signalé ou prise en compte par l'équipe organisatrice pour amélioration continue et action préventive
- Assurer des recrutements annuels qui favorisent l'insertion des jeunes, les seniors et des personnes éloignées de l'emploi pour les emplois saisonniers.
- Maintenir un résultat de 100% sur l'index égalité homme-femme
- Au moins une formation interne par an et une action de sensibilisation des adhérents
- Au moins 3 actions solidaires par an



ÊTRE VECTEUR D'UNE RELATION PAISIBLE ENTRE ACTEURS TOURISTIQUES, HABITANTS ET VISITEURS

10 actions



Axe 2 de la feuille de route métropolitaine



Maintenir le label Qualité Tourisme



Attestation de l'obtention du label

Pas d'action en 2022

2023 : reconduction du label

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



- Nombre d'initiatives de rencontres habitants-visiteurs
- Offre dédiée à l'habitant-ambassadeur disponible et nombre de bénéficiaires



- Conception du programme Ambassadeur en 2022 pour une sortie début 2023
- 2 participants à l'animation entre habitants et visiteur

- Une action emblématique de rencontre par an (au moins 50 participants)
- Sortie de la carte ambassadeur avec objectif de ventes 2000 cartes

Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2022

Objectifs 2023

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



- Nombre d'actions par an à destination des parties prenantes et nombre de participants
- Amélioration de la perception du tourisme par les habitants sur tous les indicateurs clefs lors des enquêtes de satisfaction (Agora, TCI Research) (indicateur ODD 16.6.2)



- 8 février 2022 : présentation de la feuille de route tourisme aux parties prenantes (74 participants)
- Projet DMOcracy
- Suivi perception sur Agora Tourisme Bordeaux et mise à jour des contenus

- Une mise à jour constante du site Agora avec des informations sur la mise en œuvre de la stratégie
- Organisation d'un rendez-vous annuel avec les parties prenantes. Publication des résultats annuels à partir de 2023
- Maintenir un taux de soutien à l'activité touristique par les habitants égal ou supérieur à la moyenne européenne (TCI Research)

Evaluer la qualité d'accueil de l'OTCBM



Taux de satisfaction (visiter-bordeaux, TripAdvisor, Google, billetterie événements)



Moyenne 2022 : 90% et 4,5/5 pour le pass dégustation Bordeaux Fête le Vin

90% de satisfaction

Encourager la consommation responsable pendant Bordeaux Fête le Vin



Nombre d'actions mises en place



Trait sur le verre, ticket tram dans pass dégustation, stand prévention alcoolémie, bars à jus, espace vélo agrandi, panneaux de consommation légale sur les stands

Au moins 5 actions incitant une consommation responsable par édition

Accompagner des partenariats entre associations locales et organisateurs d'événements afin d'assurer un impact social positif de l'événement



- Nombre d'associations partenaires proposées par le BCB
- Nombre de partenariats réalisés
- Résultats des actions solidaires (indicateur ODD 10.4.2)



Panel d'assos mis en place mais difficulté à mobiliser les organisateurs d'événements

- Un panel d'au moins 20 associations locales actives proposé
- 2 à 3 événements accompagnés avec des retombées sociales locales et mesure des retombées en question

Proposer des micro-événements en écho aux grandes manifestations dans les communes de la métropole et les quartiers de Bordeaux



Nombre de grandes manifestations adaptant leur programmation



Trois concerts-dégustations ont eu lieu en 2022 (Rock School Barbey, concerts-dégustations à Lormont et Saint-Médard-en-Jalles) et quatre ont dû être annulés du fait de la canicule

Augmentation du nombre de participants et/ou du nombre d'événements sur la métropole (3 en 2022)

Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2022

Objectifs 2023

Proposer des visites guidées à tarif réduit pour les habitants (campagne "Bordeaux nous envoie balader")



- Nombre de visites guidées gratuites ou à tarif réduit proposées
- Nombre de bénéficiaires



91% de réservations de Girondins pendant *Bordeaux nous envoie balader* du 16 au 24 avril (35 guides, 70 départs et 1 000 visites à 5€). Taux de remplissage 81%

Au moins 1000 bénéficiaires et 20 visites proposées

Assurer une cohésion interne de l'équipe de l'OTCBM, être garant d'une bonne intégration des nouveaux arrivants



- Nombre d'outils à disposition du personnel pour faciliter la communication
- Taux de satisfaction du personnel lors de l'enquête annuelle



- Nouveau livret de la vie à l'office
- Soirée d'équipe au Château Bardins, soirée de présentation des axes stratégiques, soirée de Noël à Cap Sciences
- Canaux Teams et newsletter interne
- 80% de satisfaction interne

- Mise à jour annuelle du livret d'accueil
- Au moins 3 canaux de communication périodiques + au moins 1 événement
- Taux de satisfaction de 80% lors de l'enquête annuelle et 50% de participation

Informier sur les dispositifs de sécurité et sanitaires en place sur la destination



- Disposer d'une page d'information à jour
- Dispositif de prévention sur BFV
- Dispositifs additionnels mis en place à l'OTCBM



- Page mise à jour en mars 2022 sur le site de l'OTCBM (français et anglais)
- Participation au dispositif "Demandez Angela"
- Plan de prévention de BFV

- Disposer d'une information à jour en français et en anglais
- Dispositif de prévention sur BFV finalisé



FAVORISER LA CONSOMMATION DE PRODUITS LOCAUX. VALORISER NOS FILIÈRES D'EXCELLENCE

8 actions



Axes 1, 3 et 4 de la feuille de route métropolitaine



Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2022

Objectifs 2023

Proposer et valoriser les produits locaux



- Nombre d'offres touristiques, intégrant cette dimension, disponibles par an
- Nombre de dispositifs de communication valorisant les produits locaux
- Pourcentage de produits locaux à la boutique de l'OTCBM
- % offre food régionale pendant Bordeaux Fête le Vin



- Lancement du parcours du vin dans la ville en autonomie
- Visites guidées sur le vignoble dans la métropole
- 86% de produits français à la boutique de l'OTCBM et 38% faits en Nouvelle-Aquitaine
- Offre food de BFV gérée par l'Agence de l'alimentation de la Nouvelle-Aquitaine avec des producteurs régionaux

- Au moins 2 parcours guidés par an sur le patrimoine gastronomique et/ou viticole
- Partenariat avec un programme de communication locavore à destination des restaurateurs
- Au moins 80% de produits faits en France proposés à la boutique de l'OTCBM et 40% de produits fabriqués en Nouvelle-Aquitaine
- 100% offre food régionale pendant BFV

Tenir une politique d'achats responsables



- Document de politique d'achat disponible
- Pourcentage d'appels d'offre ou consultation contenant un critère de sélection durable



- Document disponible
- 6 consultations ont intégré un critère durable en 2022

- Document disponible
- 50% des appels d'offre ou consultation contiennent un critère de sélection durable

Attirer des événements en lien avec nos filières d'excellence, grâce au Club des Ambassadeurs de Bordeaux



- Nombre de membres du Club des ambassadeurs et leurs filières (indicateur ODD 9.5.2)
- Nombre de projets de candidature actifs sur l'année avec les ambassadeurs, journées congrès et retombées économiques potentielles
- Nombre d'événements accueillis sur l'année dont la source de prospection est un ambassadeur, journées congrès et retombées économiques estimées
- Nombre de filières valorisées dans l'année



- 22 ambassadeurs intégrés en 2022 (397 au total)
- 17 projets actifs de congrès avec des ambassadeurs
- 16 événements accueillis dont la source de prospection est un ambassadeur
- 3 filières valorisées : neurosciences, oncologie, viti-vini

- Intégrer régulièrement des ambassadeurs sur de nouvelles filières
- Développer 15 à 20 projets actifs sur l'année avec un ambassadeur
- Accueillir entre 5 et 15 événements sur l'année dont la source de prospection est un ambassadeur
- Valoriser 3 secteurs de nos filières stratégiques en Nouvelle-Aquitaine (communication, événements) dans l'année

Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2022

Objectifs 2023

Conduire la stratégie d'accueil de qualité et durable afin de soutenir la venue de rencontres professionnelles



Nombre de dossiers et nombre de participants



- Structuration et animation d'un collectif composé des principaux maillons publics et privés de la chaîne d'accueil des événements dont l'ambition est d'assurer un accueil sans couture
- 4 à 5 congrès prioritaires par an bénéficiant de tout le dispositif
- 21000 participants bénéficiant de titres de transports gratuits

Travailler autour des circuits courts dans les métiers de l'HCR (hôtellerie, café et restauration)



- Nombre d'initiatives de mise en réseau
- Nombre de partenariats conclus entre producteurs et restaurateurs, traiteurs, ou hébergeurs



Mise en place opérationnelle

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



- Nombre de pays cibles
- Nombre d'actions de promotion en direction de ces clientèles
- Nombre de contacts actifs engendrés par ces actions



- 10 pays cibles touchés (UE + US)
- 57 opérations de promotion ont été réalisées, dont quatre rendez-vous multi-nationalités

- 10 pays cibles
- Environ 500 contacts actifs par an pour le loisirs
- Environ 20 actions de promotion par an pour l'affaires

Accompagner l'emploi dans les métiers du tourisme



- Nombre d'actions de soutien mises en œuvre
- Nombre de personnes contractualisées du fait de ces programmes d'insertion



- 2022/23 : Se rapprocher des plateformes nationales et régionales : monemploi tourisme.fr et ume.jobs
- Mieux faire connaître les services de la Maison de l'emploi

Faire converger les relations clients physiques et digitales et optimiser l'observation



- Outils CRM nécessaires disponibles
- Nombre de contacts actifs sur les CRM gérés par l'OTCBM
- Dispositifs d'observation tourisme de loisirs et affaires disponibles et mis à jour annuellement (indicateur ODD 8.9.1)
- Rapport d'activité intégrant des indicateurs de performance durable disponibles et les ODD



- Relance de l'observation loisirs et affaires avec publication des baromètres
- Etude pour le CRM BtoC menée

- Déploiement du CRM BtoC 2023
- Progression des contacts actifs une fois l'outil de suivi mis en place
- Réalisation d'une observation sur le tourisme de loisirs et d'affaires, a minima annuelle
- Conduite d'une étude sur l'impact économique du tourisme en 2024 (indicateurs ODD 8.9.1 et 8.2.1)



AMÉLIORER LA PERFORMANCE DE L'OTCBM SUR LES NORMES DURABLES

6 actions



Axes 1 et 3 de la feuille de route métropolitaine



Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2022

Objectifs 2023

Maintenir la certification ISO 20121 et le label Destination Innovante Durable



Certificats d'obtention



- Audit intermédiaire ISO 20121 validé avec 18 points forts et 5 pistes de progrès
- Obtention du label DID en partenariat avec Congrès et Expositions de Bordeaux

Réussite aux audits intermédiaires

Former le personnel et les étudiants aux enjeux et à la politique de développement durable et mettre en place des pratiques collectives



- Nombre d'actions réalisées
- Appréciation des salariés évaluée lors d'une enquête qualitative annuelle
- Nombre d'actions à destination des étudiants



- 100% du personnel formé au développement durable (1 jour/personne). Equipe de communication formée à la communication responsable
- 80% d'appréciation positive à l'enquête réalisée début 2022
- Formation AGEST en 2e année de master (3x2heures), 4 interventions auprès d'étudiants

- 1 action par an
- 70% du personnel sensibilisé ou formé
- 80% d'appréciation positive lors de l'enquête qualitative
- Conserver les cours AGEST-TOLT

Valoriser les actions durables de la destination et des partenaires dans les propositions commerciales



Nombre d'outils de promotion intégrant des éléments durables



Valorisation systématique dans les actions de promotion loisirs et affaires

Intégration systématique à toute action de promotion

Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2022

Objectifs 2023

Améliorer les processus de l'OTCBM



Nombre d'actions par an



- Processus dans la formation générale des équipes au développement durable
- Budget 2022 réparti en processus

Attribution budgétaire par processus et poursuite de la sensibilisation interne

Pousser l'exigence sur la matrice de matérialité pour la revue de direction



Nouvelle matrice de matérialité disponible et fonctionnelle

Une nouvelle matrice de matérialité pour la revue de direction 2023

Rendre compte de la performance durable (rapport d'activité et baromètre)



- Baromètre disponible (indicateur ODD 8.9.1)
- Rapport d'activité intégrant des indicateurs de performance durable disponibles et les ODD
- Nombre de rapports d'activité distribués ou consultés en ligne



- Baromètre désormais annuel avec des indicateurs durables
- Alignement du plan d'action aux indicateurs des ODD
- 100 impressions du rapport d'activité 2021 (non disponible en ligne)

Documents disponibles et présentés en Assemblée générale



ACCROÎTRE LES COMPÉTENCES DURABLES DES ACTEURS TOURISTIQUES LOCAUX

4 actions



Axe 1 de la feuille de route
métropolitaine



Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2022

Objectifs 2023

Détenir un inventaire à jour des engagements durables des adhérents à l'OTCBM



- Enquête annuelle de mise à jour des engagements de adhérents
- Présence sur le site d'un filtre permettant au public d'afficher les adhérents engagés
- Pourcentage d'augmentation des adhérents engagés



- Enquête envoyée aux adhérents en fin d'année 2021
- Filtre fonctionnel sur Bordeaux-tourisme et mis en place pour visiter-bordeaux
- Infos ajoutées au CRM de l'OTCBM
- 32% d'adhérents engagés en 2022

- Une enquête annuelle réalisée
- Filtre sur les sites fonctionnel
- 50% des adhérents engagés en 2024

Soutenir l'innovation dans le tourisme et l'événementiel responsables



- Nombre de projets proposés
- Nombre de projets lancés
- Nombre de projets récompensés



- Un concept proposé à un incubateur/lab en lien avec l'action 3.8 en 2023
- Mise en place d'un partenariat pour un prix
- Être territoire d'expérimentation

Apporter un accompagnement financier et humain aux professionnels dans leurs démarches durables



- Nombre d'actions de sensibilisation et de formation réalisées par an
- Nombre d'accompagnements financiers et techniques réalisés
- Nombre de professionnels dans une démarche durable
- Taux de satisfaction



- Programme complet d'accompagnement monté, avec une personne dédiée
- 4 aides financières à la certification
- 116 entreprises formées
- 90% de satisfaction

- Un nouvel accompagnement financier et humain par an jusqu'à ce que tous les métiers soient couverts
- Passer de 4 actions de sensibilisation et formation en 2022 à un programme complet qui touche tous les professionnels en 2026.
- 50% de professionnels adhérents à l'OTCBM à intégrer une démarche durable en 2024 et 80% en 2026
- Taux de satisfaction égal ou supérieur à 80% sur les contenus proposés

Développer les coopérations territoriales autour du tourisme



- Nombre de dispositifs d'échanges entre destinations
- Nombres de destinations impliquées dans ces collaborations



- Contrat de destinations
- DMOcracy
- Groupe des villes françaises du GDS et GDS Movement
- Participation au réseau d'Expairs de la MONA

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