

PLAN D'ACTION



Bordeaux destination responsable



UN PLAN D'ACTION POUR FAIRE DE BORDEAUX UNE

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 tout au long de l'année 2021. **Les 51 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 feuille de route métropolitaine 2022-2026

Dix mois d'une démarche participative impliquant largement toutes nos parties prenantes ont permis la réalisation de la feuille de route 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. Des 780 idées proposées lors du premier atelier, une feuille de route ambitieuse de 32 fiches-actions a été votée en conseil de métropole le 28 mars 2022.

Ses 4 axes stratégiques sont :

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 toutes et tous
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 2021, ou s'il s'agit d'une nouvelle action.



RÉDUIRE LA PRODUCTION DE DÉCHETS

4 actions



Axes 1 et 3 de la feuille de route métropolitaine



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



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

- Appel d'offre AANA publié
- Baisse du tonnage de déchets produits par rapport à 2018 de 5%
- Augmentation du % de déchets recyclés et composté par rapport à 2018 de 10%
- 0% de bouteilles en verre et de bouchons non recyclés ou données
- 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

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 stocké ou loué
- Nombre d'initiatives visant à la mise en place d'un système mutualisé sur la destination



- 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

Partenariat avec 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)



Collecte avec Eco-Mégots, collecte de bouchons de liège pour la lutte contre le cancer, mise en place du recyclage du City-Pass, deux dons au bénéfice d'associations (livres, étudiants).

1 nouvelle opération par an

Limiter et contrôler les impressions



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



3 actions accomplies ne sont pas reconduites. Les éditions sont complètement repensées en 2022.

- 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
- 100% de nos éditions disponibles au format numérique
- Augmentation du nombre de consultations de nos éditions numériques de 10% par rapport à N-1
- Plus aucune convention envoyée au format papier



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

7 actions



Axes 1 et 3 de la feuille de route métropolitaine



Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2021

Objectifs

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)
- Méthodologie disponible pour 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)



Cette action avait été suspendue pour Bordeaux Fête le Vin en 2021 du fait de la situation sanitaire. L'élargissement à la destination est nouveau.

- Baisse de l'empreinte carbone de Bordeaux Fête le Vin par rapport à 2019
- Réflexion méthodologique en 2022 pour un bilan carbone de destination

Maintenir le label Accueil Vélo



Attestation certifiant de l'obtention du label



Renouvellement du label en 2022

Inciter à l'utilisation de transports en commun



- Nombre de ventes de City-Pass (indicateurs ODD 9.1.2, 11.2.1)
- Lancer la stratégie d'accueil de qualité et durable, avec son offre de transports en commun
- Nombre de dossiers et de participants à la stratégie d'accueil de qualité et durable (indicateur ODD 9.1.2)
- Dispositif de communication et/ou d'accompagnement sur les trajets intermodaux disponibles pour les événements



+86% ventes de City-Pass par rapport à 2020.
7 événements ont pu bénéficier de la stratégie d'accueil de qualité et durable en phase test.

- Augmentation des ventes de City-Pass de 5% par rapport à N-1
- Formalisation de la stratégie d'accueil et événements tests
- Amélioration du dispositif de communication sur les trajets intermodaux

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



- Nombre d'événements accompagnés
- Bilans obtenus



Accompagner deux événements tests (un congrès et un événement d'entreprise)

Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2021

Objectifs

Mettre en place une stratégie visant à réduire notre pollution numérique



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



Projet pilote avec My Destination pour réduire la pollution numérique sur nos réseaux sociaux : 12 actions réalisées, 3 831 kéq. CO2 sur les pages Facebook et Instagram loisirs

1 projet par an

Utiliser des produits d'entretien certifiés à l'OTCBM



- % de produits d'entretien au moins détenteurs d'une certification environnementale



50% de produits d'entretien au moins détenteurs d'une certification environnementale

Aides de l'entreprise pour encourager au vélo ou transports en commun, instaurer le télétravail quand c'est possible



- Nombre de salariés en télétravail, hors situation COVID
- Nombre de salariés bénéficiant d'une aide pour l'utilisation des transports en commun



Instauration d'un jour de télétravail, hors période COVID.

- Instauration d'un jour par semaine en télétravail, hors situation COVID, pour tous les salariés
- 100% des salariés utilisant les transports en commun bénéficiant d'une aide financière



VALORISER UNE OFFRE CULTURE ET NATURE ALTERNATIVE SUR LA MÉTROPOLE

8 actions



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



Valoriser l'offre de visites et prestataires éco-responsables sur visiter-bordeaux.com



- Nombre d'offres proposées sur visiter-bordeaux.com
- Nombre de ventes sur ces prestations



Augmentation des ventes sur les produits écoresponsables de 5% par rapport à N-1

Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2021

Objectifs

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 kilomètres sur les différentes pratiques lorsque quantifiable
- 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 (followers réseaux sociaux, abonnés newsletter, visiteurs uniques site)



Série d'articles sur Un Air de Bordeaux présentant des micro-aventures et parcours autour du GR pendant Bordeaux Fête le Vin. L'ambition est élevée sur 2022.

- 4 nouveaux produits guidés et 4 nouveaux produits en autonomie en 2022 à l'OTCBM. Lancement des parcours On Piste en 2022. Renouvellement et amélioration des parcours chaque année
- 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 de 30% par an

Sensibiliser les guides pour intégrer la durabilité à leurs offres



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



Intervention pendant la semaine de séminaire des guides en février 2021. 1 visite sur le parcours du vin dans la ville pendant BFV

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

Accompagner la filière œnotouristique 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
- Fréquence de Bordeaux Fête le Vin (et présentation de la viticulture durable pendant l'événement)



600 participants aux 2 soirées organisées pendant BFV 2021 avec le syndicat des vins bios. Ambition plus élevée en 2022

- Offre disponible sur les différentes appellations sur visiter-bordeaux.com et accroissement de l'offre durable de 10% par an
- Annualisation de Bordeaux Fête le Vin à partir de 2022, avec une organisation au sein de la Bordeaux Wine Week. Une animation dédiée à la viticulture durable touchant au moins 500 personnes

Animer les sites internet et les éditions de l'OTCBM avec des contenus d'inspiration proposant une offre alternative de séjour et d'événement. Y promouvoir les partenaires engagés



- Nombre de dispositifs de communication mis en place
- Audience



Pages dédiées dans le Travel Planner, le Meeting Guide et Bordeaux Moments. Nouveaux contenus dédiés sur le site Bordeaux Tourisme (exemple : article sur la faune et flore) et sur Un Air de Bordeaux (exemples : les parcours de micro-aventures, les parcours nature) Pas de données de consultation pertinentes du fait de l'alignement avec la RGPD.

- 2 nouveaux articles par rapport à N-1 ou mis à jour
- Augmentation des consultations de 10% de la section durable par rapport à N-1

Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2021

Objectifs

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



Invitations presse dédiées pour le forum participatif sur le tourisme durable et communiqué de presse, accueil presse pour France Magazine dédié à la thématique, espace durable dans le dossier de presse.

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



Atelier de co-création avec l'accueil dont au moins 3 actions ont été mises en place. Ambition plus élevée cette année.

- 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



Une rencontre par an organisée avec au moins 15 participants



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

6 actions



Axe 2 de la feuille de route métropolitaine



Maintenir le label Tourisme et Handicap à l'OTCBM, sensibiliser les lieux partenaires et favoriser l'accès aux événements pour les personnes en situation de handicap



- Attestation de l'obtention du label
- Accessibilité de Bordeaux Fête le Vin
- Nombre d'actions de sensibilisation
- Nombre de sites labellisés



Label détenu par l'OTCBM et 32 lieux partenaires. Pas d'action de sensibilisation menée.

- 2023 : renouvellement du label Tourisme & handicap
- Fête accessibles aux personnes à mobilité réduite en 2022, et progressivement aux autres handicaps
- Au moins 2 actions de sensibilisation
- Augmentation de 3% du nombre de sites labellisés par rapport à N-1

Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2021

Objectifs

Avoir une communication dédiée aux personnes en situation de handicap



- Nombre de visiteurs uniques sur le mini-site dédié
- Guide disponible



- Croissance annuelle de 5% du nombre de visiteurs uniques
- Guide mis à jour tous les ans

Travailler les offres touristiques en fonction des différents handicaps



- Nombre d'offres mises en place ou améliorées
- Nombre d'actions de sensibilisation et nombre de participants



- Au moins 10 itinéraires accessibles aux personnes en situation de handicap
- 2022 : formation du personnel d'accueil de l'OTCBM et action de sensibilisation à destination des professionnels

Proposer des offres accessibles aux publics en situation de précarité



- Nombre de nouvelles offres mises en place ou améliorées
- Nombre de bénéficiaires



2 865 City Passes donnés lors d'opérations solidaires (CCAS et étudiants)

- Deux actions solidaires par an
- Progression annuelle des bénéficiaires (au moins +20% par rapport à N1)

Renforcer le partenariat avec l'association Vacances & Familles



- Nombre d'actions réalisées dans l'année avec l'association
- Nombre de bénéficiaires de ces actions
- Nombre de dons depuis la plateforme visiter-bordeaux.com par rapport à l'année N-1



658€ collectés en 2021 et 100 personnes ont bénéficié de visite de ville gratuite et d'une visite guidée du Musée d'Aquitaine

- Augmentation de 30% de bénéficiaires par an
- Une nouvelle action réalisée par an
- Augmentation des dons de 10%

Pour les emplois saisonniers, favoriser l'insertion des jeunes et des personnes éloignées de l'emploi



Nombre de saisonniers recrutés via des programmes d'accompagnement, comme la Maison de l'Emploi (indicateur ODD 4.5)



2022 : premiers recrutements effectués

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

9 actions

 Axe 2 de la feuille de route
métropolitaine



Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2021

Objectifs

Maintenir le label Qualité
Tourisme



Attestation de l'obtention du label



Audit mystère réalisé avec succès

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



- Une action emblématique de rencontre par an (au moins 50 participants)
- Concevoir le programme de fidélisation pour le résident-ambassadeur en 2022 pour une sortie en 2023
- Mettre en place des objectifs de participation en 2023 selon le modèle défini

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)



Près de 200 participants aux ateliers.
Sortie du site agora-tourisme-
bordeaux.com
Résultats de l'enquête TCI Research
2021 par rapport à celle de 2018 :

- Attractivité de la destination : idem à 98%
- Sentiment général à l'égard du tourisme : -4pts
- Tourismophobie : +1pts
- Soutien des résidents : +8pts
- Considération des résidents : +9pts

- 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 2021 : 90% de satisfaction

90% de satisfaction

Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2021

Objectifs

Encourager la consommation responsable pendant Bordeaux Fête le Vin



Nombre d'actions mises en place



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)



- Un panel d'au moins 20 associations locales actives proposé, dont l'activité est en lien avec les principaux événements accueillis sur le territoire
- Mise en place sur des événements tests en 2022 pour une pérennisation en 2023

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



Augmentation annuelle des événements ayant une programmation sur au moins deux villes de la métropole.

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



1 000 visites-découvertes de Bordeaux et de sa Métropole à 5€ pendant 10 jours du 20 au 30 mai

Au moins 1000 bénéficiaires et 20 visites proposées

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



- 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

6 actions



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



Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2021

Objectifs

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



99 restaurateurs, cavistes et bars à vin partenaires de Bordeaux Fête le Vin en 2021, proposant des produits 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

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



50% des appels d'offre comprenaient un critère durable en 2021

- 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



• 350 membres du Club des Ambassadeurs
 • 11 congrès initiés par des Ambassadeurs en qui ont été confirmés à Bordeaux en 2021 (9 080 participants, 26 410 JC et 7 580 600 € de retombées éco)
 • 4 événements tenus dans l'année (et un annulé du fait du COVID)
 • 3 filières valorisées en 2021 : robotique, oncologie, forêt/bois. Reportage sur la filière bois réalisé.
 Objectifs plus élevés en 2022.

- 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 2021

Objectifs

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



Trouver le réseau de partenaires pour mener à bien cette action en 2022

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



- Nombre d'actions de promotion en direction de ces clientèles
- Nombre de contacts actifs engendrés par ces actions sur la cible loisirs
- Nombre de dossiers confirmés, journées congrès et retombées économiques liées pour la cible affaires



Cible loisirs :
• 5 pays prioritaires travaillés par an
• Environ 500 contacts actifs par an

Cible affaires :
• Environ 20 actions de promotion par an
• Objectifs de dossiers confirmés mis en place après stabilisation du secteur événementiel suite à la crise sanitaire

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



- Outils nécessaires disponibles
- Dispositifs d'observation tourisme de loisirs et affaires disponibles et mis à jour annuellement
- Nombre de contacts actifs sur les CRM gérés par l'OTCBM



- Étude sur les outils nécessaires à l'amélioration de la relation client BtoC en 2022 pour un déploiement en 2023
- Relance de l'observation sur le tourisme d'affaires en 2022 et maintien d'une observation annuelle sur le tourisme de loisirs



AMÉLIORER LA PERFORMANCE DE L'OTCBM SUR LES NORMES DURABLES

7 actions



Axes 1 et 3 de la feuille de route métropolitaine



Maintenir la certification ISO 20121



Certificat d'obtention



Certification obtenue en juin 2021

Réussite aux audits intermédiaires

Obtenir le label Destination Innovante et Durable



Certificat d'obtention



Obtention du label en 2022

Action

Périmètre

Indicateurs

Résultat 2021

Objectifs

Former le personnel existant et entrant 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



Plan d'animation réalisé, webinaire sur la biodiversité dans la métropole avec 70% de participation, action de cohésion et de sensibilisation le 22.09 avec 35 participants (64%)

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

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



Nombre d'outils de promotion intégrant des éléments durables



Intégration dans les powerpoints de présentation loisirs et affaires, réalisation de deux webinaires spécifiques pour la cible loisirs. Objectif plus élevé en 2022.

Intégration systématique à toute action de promotion

Améliorer les processus de l'OTCBM



Nombre d'actions par an



Formalisation des processus, sensibilisation du personnel, SWOT par processus, intégration au manuel qualité et aux fiches de postes

Attribution budgétaire par processus et poursuite de la sensibilisation interne

Améliorer la gestion des non-conformités au sein de l'OTCBM



- Tableau des non conformités à jour disponible
- Nombre d'actions correctrices mises en place



- Définition des non-conformités adaptée à nos métiers, 3 non conformités identifiées depuis 2020
- Méthodologie de travail mise en place
- 100% des non-conformités identifiées en cours de résolution

- Tableau des non-conformités revu et complété
- 100% des actions correctrices prévues

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 de destination 2020 intègre des résultats durables
- Rapport d'activité 2020 intègre des résultats durables et est aligné aux ODD

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 2021

Objectifs

Détenir un inventaire à jour des engagements durables des partenaires



- 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



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

Sensibiliser et former les 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



+16% d'adhérents engagés en 2021 par rapport à 2020
Actions effectuées : conception d'une charte pour les éco-hébergeurs, webinaire de sensibilisation pour les agences

- 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

Octroi de financements de la destination pour accompagner les socioprofessionnels dans leur certification ou démarche durable



- Nombre de subventions disponibles pour une démarche durable de prestataire
- Nombre de bénéficiaires



Norme NF Environnement, Affichage environnemental et ISO 20121 pour Congrès et Expositions de Bordeaux

- Au moins 3 financements possibles
- Augmentation annuelle du nombre de bénéficiaires de 10%

Développer les coopérations territoriales autour du tourisme



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



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