

L'ITINÉRANCE DOUCE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE DE PROXIMITÉ DE LA MÉTROPOLE BORDELAISE

LAURENT HODEBAR

Directeur de la Mission tourisme de Bordeaux Métropole

MÉLANIE TAMMEVESKI

Responsable éditorial à l'office de tourisme et de congrès de Bordeaux Métropole (OTCBM)

Le “tourisme intérieur et de proximité” est l'une des priorités de la stratégie touristique de la métropole bordelaise, qui cible tant les habitants de la métropole que ceux des territoires voisins, et qui valorise l'itinérance douce et la découverte des espaces naturels. Pour promouvoir cette offre, le webzine *Un air de Bordeaux* met en avant les richesses paysagères et culturelles locales, et incite les habitants à cultiver leur curiosité et à s'émerveiller au quotidien.

Staycation, micro-aventure, locatourisme et tourisme lent... La terminologie autour des nouvelles pratiques de voyage fait écho à la crise de l'environnement.

L'exemple de la métropole bordelaise illustre les multiples bénéfices qu'apporte le tourisme de proximité à une destination enquête d'une approche holistique et durable de son développement.

Le goût pour le voyage près de chez soi peut découler d'une pure curiosité, d'un problème de budget ou d'un manque de temps. Sa pratique par conviction, quant à elle, est intimement liée aux préoccupations environnementales : préserver la planète en limitant son empreinte carbone et donc consommer local. Plus globalement, on peut considérer le staycation (passer ses vacances chez soi) comme un état d'esprit.

En adoptant un état d'éveil comparable à celui du touriste, le résident s'attache à porter un regard nouveau sur ce qu'il considère (à tort !) comme son environnement connu, qu'il soit urbain ou rural. Animé par l'envie de découverte, il vit ainsi un véritable dépaysement, sans la contrainte de l'organisation du trajet et du temps.

DÉPAYSEMENT ACCESSIBLE. Le cas de

Bordeaux et de sa métropole montre à quel point le tourisme de proximité et l'essor des micro-aventures sont bénéfiques à un territoire touristique prisé, en quête d'une meilleure répartition des flux et d'une cohabitation harmonieuse entre visiteurs et résidents. Le staycation, qui reflète l'envie d'un dépaysement accessible, authentique et respectueux de l'environnement, ne s'oppose pas au tourisme alter-natif ; au contraire, il est complémentaire de ce dernier. Là où le résident cherche à être touriste chez lui le temps d'une journée ou d'un week-end, le touriste, lui, a envie de se fondre dans l'art de vivre local et de faire comme les locaux. La promotion du territoire métropolitain passe donc inéluctablement par les habitants, par leurs pratiques et connaissances, leur façon de vivre leur ville.

Pour l'habitant de la métropole bordelaise, faire du staycation, c'est d'abord résister à la tentation. À une heure de voiture, il peut manger des huîtres les pieds dans l'eau avec, en prime, une vue splendide sur la dune du Pilat. À quarante-cinq minutes du centre-ville, il peut déguster de grands crus en plein cœur du vignoble de Saint-Émilion (labelisé Patrimoine mondial par l'Unesco). Sans parler de l'appel des vagues et longues plages de la Côte d'Argent...

Mais si l'on revient au dilemme : plonger dans la carte postale ou vivre un dépaysement insolite à faible empreinte environnementale, force est de constater que le potentiel du voyage local est, d'une façon générale, largement sous-estimé, voire sous-exploité. L'émergence de nouvelles plates-formes dédiées à la microaventure, comme Chilowé, Helloways ou Enlarge my Paris le prouve : le nomadisme à domicile a le vent en poupe !

ITINÉRANCE DOUCE. Le grand atout de la métropole bordelaise est sans doute la diversité de ses espaces naturels. Marais, forêts, vignes, coteaux et réserves naturelles offrent un terrain de jeu exceptionnel aux amateurs de balades, randonneurs périurbains, cyclistes ou citadins en quête de verdure. Sentiers de grande randonnée et boucles de randonnée locales, itinéraires cyclables pour tout niveau, plusieurs parcours de géocaching ainsi que les fameux refuges périurbains font de la métropole bordelaise un territoire propice à l'escapade en mobilité douce.

Le "tourisme intérieur et de proximité" est d'ailleurs l'une des priorités de la stratégie touristique de la métropole bordelaise. Cette appellation intègre, outre les activités touristiques stricto sensu, les activités de loisirs (culturelles, sportives, d'itinérance et de mobilité) à destination des habitants de la métropole et des territoires voisins. L'itinérance douce et la découverte des espaces naturels sont au cœur de cette stratégie.

Le développement de l'itinérance douce dans la métropole permet de répondre à un enjeu essentiel de la politique touristique de l'agglo-

mération : œuvrer pour le développement d'un tourisme durable, à la fois pour les visiteurs et pour les habitants (pendant leur temps de loisirs ou de vacances).

L'itinérance douce poursuit en effet des objectifs multiples : faire découvrir ou redécouvrir les richesses naturelles de l'agglomération bordelaise aux habitants ; faire connaître et aimer une offre diversifiée d'activités (grand panel de sorties et de balades accessibles à tous, à proximité d'un transport en commun) ; promouvoir une approche douce du territoire, sobre en énergie, valorisant un environnement naturel préservé, mettant en avant les circuits de consommation locale ; redistribuer les flux des visiteurs (habitants et touristes) sur l'ensemble du territoire métropolitain.

Avec près de 150 parcs et espaces naturels ouverts au public, la métropole bordelaise est l'une des plus vertes de France.

À pied. La communauté urbaine de Bordeaux s'était engagée en 2006 dans l'élaboration d'un tour de découverte de la métropole, appelé Boucle verte. Cet itinéraire de découverte pédestre du patrimoine naturel, culturel et historique du territoire, relie les espaces naturels et grands parcs de l'agglomération.

Cette Boucle verte, sentier de randonnée péri-urbaine sur le territoire, a été homologuée en tant que GR® (itinéraire de grande randonnée) au cours de l'été 2019, à la suite d'un travail partenarial avec la Fédération française de randonnée pédestre (FFRP). Elle devient ainsi le premier GR métropolitain de France et a dès lors une visibilité internationale !

Le GR Bordeaux Métropole est composé d'une boucle structurante de 125 kilomètres, à laquelle s'ajoutent 8 diverticules cumulant 36 kilomètres, soit un total 161 kilomètres de sentiers balisés traversant 17 communes, ce qui représente environ 7 à 8 jours de randonnée ! Ces sentiers sont accessibles en transports en commun. Le tracé du GR Bordeaux Métropole a été établi majoritairement sur les

emprises publiques des collectivités. Il est évolutif et pourra être modifié ou étendu, notamment vers la presqu'île d'Ambès quand le foncier sera maîtrisé.

En plus du balisage directionnel rouge et blanc des GR, des totems signalent les entrées principales de l'itinéraire. Ils permettent de se situer sur l'itinéraire et de découvrir les parcours proches.

Cinq premiers écocompteurs ont été installés pendant l'été 2019 pour permettre un suivi de la fréquentation. Les balades inaugurales, promenades poétiques ponctuées de surprises musicales et circassiennes, ont rencontré un franc succès, avec des publics diversifiés : clubs sportifs, centres sociaux des communes, associations de personnes en situation de handicap, grand public...

L'ouverture du GR Bordeaux Métropole a été accompagnée de la diffusion de cartes, de la mise en ligne de supports numériques et de la mise à disposition de traces GPS, notamment sur le site portail Mon GR [www.mongr.fr]. En 2020, un topoguide GR® Autour de Bordeaux sera édité dans la collection des guides de grande randonnée sous l'égide de la FFRP. Cet ouvrage viendra en complément du topoguide sur les boucles urbaines de Bordeaux édité dans la collection "Rando citadines".

À vélo. La métropole bordelaise est particulièrement bien irriguée par les grands itinéraires cyclables, à savoir la Scandibérique (Eurovélo 3), la véloroute du Canal des deux mers (de Royan à la Méditerranée) et la Vélodyssée du littoral via la piste cyclable Bordeaux - Lacanau.

Afin de fixer pour quelques jours les touristes itinérants sur le territoire bordelais et de permettre aux résidents de découvrir la métropole à vélo, 10 boucles locales de 11 à 40 kilomètres ont été conçues, soit un total de 250 kilomètres. Elles permettent de découvrir la richesse de la nature bordelaise (lac de Bordeaux, jalles et marais, vignes et architecture, Entre-deux-Mers, coteaux bordelais, presqu'île d'Ambès, Médoc). L'agglomération dispose par ailleurs d'un parc de 1 800 vélos en

libre-service (dont la moitié à assistance électrique), répartis dans 175 stations.

Des cartes, publiées en français et en anglais, sont distribuées gracieusement dans les mairies et chez les vélocistes (toujours plus nombreux sur la métropole bordelaise du fait de la montée en puissance de l'usage à des fins de déplacement du vélo et du vélo à assistance électrique). Elles sont également téléchargeables via différentes applications.

La métropole bénéficie du label Territoire Vélo délivré par la Fédération française de cyclotourisme. Des actions sont en cours pour augmenter le nombre de sites "Accueil Vélo" tant chez les hébergeurs que chez les vélocistes. **En bateau.** De nombreux Bordelais ont leurs habitudes sur le bassin d'Arcachon où ils peuvent s'adonner au plaisir des loisirs et activités nautiques. Longtemps jugée dangereuse ou sans intérêt, la navigation sur la Garonne, la Dordogne et l'estuaire de la Gironde connaît un réel essor depuis quelques années. Cela est notamment dû à l'arrivée des compagnies de croisière fluviale à partir de 2011. Ces dernières proposent une navigation d'un week-end à une semaine, avec des escales à Cadillac, Bordeaux, Libourne, Bourg, Blaye, Cussac Fort Médoc et depuis peu Royan ; les programmes sont étroitement liés à la découverte des vignobles (Sauternes, Médoc, Saint-Émilion, Cognac...). Si la clientèle étrangère prédomine, certains produits à thèmes sont adaptés à la clientèle locale. Celle-ci peut découvrir sa région différemment, au fil de l'eau, en étant bercée par les marées quotidiennes.

Les compagnies de bateaux-promenades (les *day cruises*) sont également de plus en plus nombreuses (14 compagnies pour 18 bateaux). Elles permettent de découvrir le port de la Lune, la "rivière de Bordeaux", ses îles... le temps d'une heure ou d'une journée.

Par ailleurs, la métropole dispose d'une flotte de trois navettes fluviales (5 arrêts) qui permet de véhiculer plus de 400 000 voyageurs par an. Ce mode de transport est très apprécié par les touristes, mais aussi par les habitants lors de leurs loisirs.

Le plus important potentiel de développement du loisir fluvial est sans aucun doute le nautisme local, motorisé au pas (descente de la Garonne en canoë, en stand-up paddle, en radeau, ou plus simplement en bateau). Un très ambitieux schéma directeur de la vie du fleuve est en cours d'élaboration, avec des prévisions de création de pontons et haltes nautiques supplémentaires sur la Garonne et la Dordogne. Des équipements qui devraient susciter de nouvelles vocations de marins d'eau douce, avides de découverte d'un bassin de navigation vivant, ponctué de restaurants, de chemins de randonnée, de sites d'observation en amont et en aval de Bordeaux, avec de possibles haltes de dégustation dans quelques beaux châteaux du Bordelais.

DESTINATION POUR TOUS. Bordeaux a été la première ville en France à bénéficier de la marque d'État "Destination pour tous"⁽¹⁾. Il s'agit de garantir une large accessibilité de la destination pour les personnes en situation de handicap, en termes tant de transport que d'accès aux sites, aux éléments de patrimoine, à l'offre commerciale, aux services, etc. Si historiquement la cible première de cette démarche était la clientèle touristique, il est aujourd'hui avéré qu'elle sert également les citoyens bordelais dans leur vie au quotidien et dans leurs temps de loisirs.

On compte désormais dans la métropole une offre de 49 sites labellisés Tourisme et Handicap. Cette offre est composée en archipel, avec un dispositif central correspondant au cœur historique, puis une offre éclatée sur une partie du territoire métropolitain (Bordeaux-Lac, Bègles Plage, Pessac...), mais également au-delà avec des sites accessibles proposés dans les vignobles (Libourne, Pauillac) et sur le littoral (Arcachon, Lacanau), tous accessibles en transports en commun (train, car).

UN AIR DE BORDEAUX. Crée en 2017, le webzine *Un air de Bordeaux* vise à faire prendre conscience aux habitants de la métropole bordelaise des richesses patrimoniales, paysagères et culturelles qui les entourent, à cultiver leur

(1) Joël SOLARI, "Bordeaux, ville pour tous ! L'action de la ville en matière d'accessibilité", *Espaces tourisme et loisirs*, n°328, février 2016.

curiosité et s'émerveiller au quotidien. Il capitalise sur le besoin grandissant des urbains de se reconnecter à la nature. Créateur de liens entre les habitants, il valorise les lieux, activités et événements qui font la diversité paysagère et culturelle de la métropole bordelaise. Il fédère la communauté des métropolitains autour d'une identité locale forte. Tel un guide, un ami connaisseur de son territoire, ce webzine incite ses lecteurs à quitter leur zone de confort en proposant des activités et en révélant, à travers le regard des habitants, les secrets locaux et les pépites cachées. Le site et les outils qui l'accompagnent

s'adressent au citoyen, habitant depuis toujours ou nouvel arrivant, quels que soient son âge et ses goûts, en quête d'une meilleure qualité de vie au quotidien et d'un dépaysement accessible. Au-delà de son rôle de guide, le webzine a pour ambition de sensibiliser son audience à l'importance de la préservation de l'écosystème métropolitain. Bain de forêt, observation d'oiseaux ou nuit dans un bivouac, l'expérience nature reste le meilleur vecteur pour éveiller notre conscience écologique. Un habitant qui aime explorer la nature qui l'entoure et qui la considère comme un élément fort contribuant à la qualité de vie va plus naturellement s'engager pour sa protection. Dans le contexte actuel où, face à l'urgence climatique, les acteurs du tourisme doivent inventer de nouveaux modèles respectueux et durables, le pouvoir de sensibilisation du tourisme de proximité s'avère donc plus que souhaitable.

La promotion d'une offre locale à visage humain et à faible empreinte carbone a également pour ambition d'inciter les touristes à quitter les sentiers battus du centre-ville et à rejoindre la communauté des explorateurs locaux. Certes, croire qu'un simple site internet autour des loisirs puisse convertir les habitants en ambassadeurs de leur ville serait naïf, mais promouvoir un territoire sans s'intéresser aux gens d'ici, à celles et ceux qui font l'ADN de la destination, serait une erreur fatale. Qu'ils soient artisans, musiciens, botanistes, sportifs

ou restaurateurs, s'appuyer sur les pratiques des habitants, les impliquer et valoriser leurs connaissances du territoire sont les meilleurs garants d'une promotion touristique bienveillante et d'un marketing de contenu riche et authentique. Si l'offre proposée par *Un air de Bordeaux* n'est pas commerciale et ne rapporte aucun chiffre d'affaires, elle a, en revanche, un réel impact sur l'économie locale. En valorisant l'activité des partenaires et associations, ce webzine encourage la création de nouvelles prestations et produits axés sur le tourisme de proximité et contribue ainsi à la structuration de l'offre locale.

En deux ans, *Un air de Bordeaux* a su s'imposer comme véritable marque locale. Près de 350 articles, rédigés par des rédacteurs externes, pigistes et journalistes confirmés, ont été publiés sur le webzine et diffusés via des newsletters et les réseaux sociaux. Le site atteint aujourd'hui une audience de 30 000 visiteurs uniques par mois en moyenne (croissance de 60 % entre 2018 et 2019). La conception éditoriale s'appuie sur les connaissances des différents services des 28 communes de la métropole, l'expertise et le réseau des rédacteurs externes ainsi que sur le tissu associatif.

Grâce à ce fonctionnement, l'office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole (OTCBM) a considérablement élargi son réseau de partenaires à l'échelle locale et s'est ainsi positionné comme un véritable acteur auprès des habitants. La présence de l'équipe lors de nombreux événements métropolitains est un facteur clé pour transformer une communauté virtuelle en réseau d'ambassadeurs. Les chiffres du baromètre touristique mis en place à l'OTCBM révèlent par ailleurs une forte fréquentation de nos points d'information par les habitants, surtout en période creuse.

En travaillant tant sur l'offre de proximité que sur la valorisation de cette offre auprès des habitants, la métropole bordelaise répond à la soif de découverte de ces derniers et leur permet d'adopter l'esprit staycation à n'importe quel moment et n'importe quel endroit.

À Bordeaux, une stratégie globale pour un tourisme métropolitain durable

Avec plus de 6 millions de nuitées commerciales sur la métropole bordelaise en 2019, le tourisme représente un secteur stratégique pourvoyeur d'emploi et un soutien dynamique à la croissance économique locale.

Depuis le 1^{er} janvier 2015, la métropole est l'autorité compétente en matière de politique touristique sur l'ensemble de l'agglomération. Elle s'est dotée d'un office du tourisme et des congrès métropolitain à l'échelle de ses 28 communes. Dès janvier 2016, afin de répondre aux enjeux de la métropolisation, une Mission tourisme a été créée au sein de Bordeaux Métropole. Cinq filières prioritaires ont été identifiées : l'œnotourisme, le tourisme d'affaires et de congrès, le tourisme fluvial et de croisières, le tourisme urbain et patrimonial, le tourisme intérieur et de proximité. La Mission tourisme a pour objectif de valoriser ces filières, de structurer et qualifier l'offre et de donner une dimension métropolitaine à la stratégie touristique dans sa conception et sa mise en œuvre. Ce qui passe par un travail de collaboration avec les différents partenaires institutionnels (l'office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole, Gironde Tourisme, le Grand Port maritime de Bordeaux, la Fédération française de randonnée pédestre, la Fédération française de cyclotourisme...), les territoires voisins (dans le cadre des coopérations territoriales) et les professionnels du tourisme, mais aussi par une étroite collaboration avec les autres directions concernées de Bordeaux Métropole (développement économique, nature, communication, mobilité...).

Les actions de cette Mission doivent mettre en synergie les différents équipements et centres d'intérêts du territoire, permettant ainsi d'intensifier la circulation des touristes et des habitants, de renforcer le maillage métropolitain, et de créer par suite des résonances entre les différentes formes de tourisme, dans une stratégie globale de tourisme métropolitain durable, expérientiel et de contenu.

■

Dossier publié dans ESPACES – Mars/avril 2020