



Les clés du succès bordelais

Didier Arino, directeur du cabinet *Protourisme*, analyse les raisons qui ont mené Bordeaux au firmament des destinations touristiques.

Selon Didier Arino, directeur du cabinet Protourisme, le gros intérêt de l'attractivité touristique d'une destination est qu'elle a un impact sur tout son territoire, voire sa région. Et génère des retombées sur toute l'économie. « Cela attire des investisseurs, des créateurs d'entreprise, souligne le professionnel. Le succès de Bordeaux a commencé avec le renouvellement urbain. On parle de l'impact que la LGV aura sur Bordeaux. Mais cette ville n'a pas attendu le 2 juillet 2017 pour inciter les visiteurs à venir. L'ouverture de la Cité du vin, en juin dernier, a été le totem qui manquait. »

Pour Didier Arino, le grand défi de Bordeaux était de générer un tourisme quatre saisons : « D'où la politique événementielle mise en place et la revendication de capitale mondiale du vin, avec de grands opérateurs. Ou encore la politique d'aménagement urbain avec BMA. Bordeaux récolte aujourd'hui le fruit d'un travail initié il y a vingt ans. Et, au niveau du tourisme, depuis



La Cité du vin, un site qui assure le rayonnement de Bordeaux à l'international.

Ph UA

quinze ans, avec une forte accélération ces dernières années, notamment grâce à la montée en puissance de l'outil numérique. L'arrivée de Nicolas Martin à la direction de l'Office de tourisme a été un booster. »

Pas étonnant donc si, selon la dernière étude présentée par le cabinet Protourisme concernant les destinations envisagées par les Français pour cet été, Bordeaux est en tête des villes à découvrir,

d'achat. Bordeaux manquait d'un site majeur ; désormais, elle l'a. Il est en cohérence avec la destination Bordeaux, le vin, le classement au patrimoine mondial de l'Unesco et la découverte du fleuve. C'est un élément déclencheur, identitaire et qui induit du contenu culturel. Bordeaux n'est plus un lieu de passage, mais une ville où on s'arrête. »

Selon le spécialiste, Bordeaux n'est pas encore « victime de son succès. On en est très loin ! Pour l'instant, le potentiel de croissance est important sans que ce soit un problème pour les habitants. » Les enjeux de demain concernent « la structuration de la filière œnotouristique, le développement de l'offre de services et dans l'émergence de l'offre d'hébergement haut de gamme, bien que cette dernière se développe. Sans oublier qu'il y a ici une offre de grande restauration, avec des jeunes chefs qui contribuent à l'attractivité de la ville. »

Anna DAVID

devant La Rochelle et Carcassonne. « Il y a une grande attirance pour le sud-ouest en général. Pas uniquement pour son littoral mais aussi pour la douceur de vivre, l'identité et la culture. Aujourd'hui, ce qui fait le succès d'une destination, c'est l'histoire qu'elle a à raconter. »

Didier Arino revient sur la Cité du vin : « Ce lieu permet un rayonnement extraordinaire et contribue à attirer une clientèle étrangère à fort pouvoir