

SCHÉMA DE  
DÉVELOPPEMENT

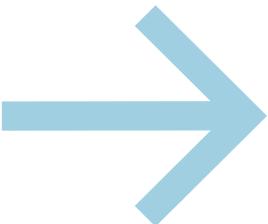
du **tourisme**  
**responsable**

2021 - 2026



© Thierry Fournier / Métropole de Lyon

# SOMMAIRE ○.....



## UN SCHÉMA POUR BÂTIR ENSEMBLE LE TOURISME DE DEMAIN DANS LA MÉTROPOLE DE LYON

INTRODUCTION..... 4

**Un schéma pour bâtir ensemble le tourisme de demain dans la Métropole de Lyon .. 6**

**Les enjeux du tourisme dans la Métropole de Lyon ..... 8**

**L'ambition : faire de la Métropole de Lyon une référence du tourisme responsable.. 12**

### LES OBJECTIFS

**Objectif 1 : Consolider une destination touristique résiliente et équilibrée ..... 14**

- Un mix clientèle équilibré et à valeur ajoutée
- Un tourisme d'affaires toujours essentiel et de plus en plus responsable
- Une offre touristique variée et valorisée

**Objectif 2 : Soutenir l'emploi touristique sur la métropole..... 26**

- L'attractivité et la valorisation des métiers du tourisme pour développer l'emploi
- L'insertion par l'emploi dans les métiers du tourisme au bénéfice de toutes et tous
- Mutualisations, coopérations et projets entrepreneuriaux dans le domaine du tourisme responsable

**Objectif 3 : Accélérer la transformation des pratiques pour un tourisme  
écologiquement plus vertueux..... 36**

- Sur la voie des mobilités douces et actives
- Une meilleure gestion de l'eau, des énergies et des déchets
- Promouvoir la consommation locale

**Objectif 4 : Construire un tourisme inclusif, participatif et respectueux ..... 46**

- Une destination plus accessible pour toutes et tous
- Des habitants acteurs du tourisme de leur territoire
- Une activité touristique acceptable et acceptée par les habitants

UNE GOUVERNANCE ÉLARGIE DU TOURISME MÉTROPOLITAIN ..... 54



## **BRUNO BERNARD**

### **PRÉSIDENT DE LA MÉTROPOLE DE LYON**

Hospitalité. Ce mot résonne dans l’histoire de Lyon et de sa métropole. Il nous définit. Nous accueillons depuis des siècles tous ceux venus voir les merveilles de notre territoire, savourer notre gastronomie ou faire des rencontres professionnelles décisives. Ce mot aujourd’hui prend un autre sens, une dimension plus importante. La pandémie de COVID-19 nous a montré avec force l’importance d’être ensemble et de partager. Nous savons à quel point la crise a été éprouvante pour la filière du tourisme. La Métropole a toujours affirmé son soutien à ce secteur, et nous continuerons dans ce sens. Avec vous, nous avons l’ambition de promouvoir une Métropole toujours plus accueillante mais surtout mieux accueillante. Dès notre arrivée aux responsabilités, nous avons rencontré les professionnels du secteur et pris la mesure des défis nombreux du tourisme dans la métropole. Mais pour agir ensemble vers un objectif commun il nous fallait écrire une stratégie. Celle-ci est primordiale pour atteindre nos objectifs et faire de la Métropole de Lyon une destination responsable.

Cette stratégie, et c’est une première, nous l’avons construite en collaboration avec les acteurs de la filière, avec les villes composant la Métropole et en transversalité dans les services métropolitains. Je suis très fier que nous ayons abouti à ce Schéma de développement du tourisme responsable pour nous guider dans les années à venir. Maintenant, passons aux actes.

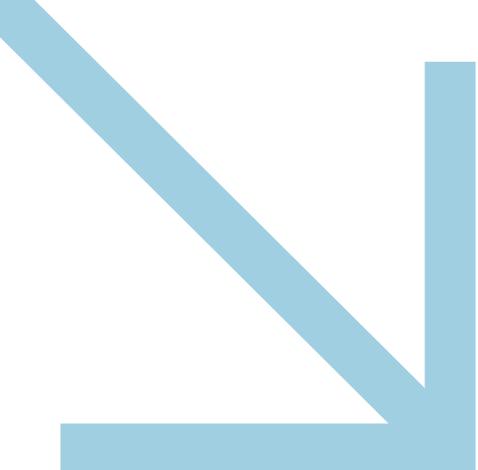


## **HÉLÈNE DROMAIN**

### **VICE-PRÉSIDENTE DE LA MÉTROPOLE DE LYON À LA COOPÉRATION EUROPÉENNE ET INTERNATIONALE ET AU TOURISME**

Nous connaissons depuis le début de la pandémie un contexte inédit. De nouveaux défis sont apparus, et d'autres n'ont fait que s'accroître. Parmi les challenges que nous devons relever collectivement, la priorité est d'agir pour un tourisme plus responsable. Mais pour réussir ce défi, il nous faut regarder avec lucidité les évolutions en cours. Je suis convaincue d'une chose, nous ne devons pas employer notre énergie à seulement nous adapter à une réalité que nous subissons. Nous devons proposer des évolutions, les susciter pour en tirer profit. De plus en plus de touristes cherchent à s'éloigner des parcours balisés et saturés. Ils cherchent avant tout à vivre une expérience singulière et « authentique », proche de l'habitant, à la découverte des savoir-faire locaux. Les tourisms thématiques se développent également : le cyclotourisme, la gastronomie, le tourisme de savoir-faire, le tourisme mémoriel, le tourisme lié à l'eau, le tourisme sportif, culturel, industriel, etc. La chance à saisir est celle d'une évolution positive pour toute la métropole.

Notre force est et sera notre capacité à travailler ensemble, avec toutes les parties prenantes. Pour cela, nous avons rédigé avec les acteurs du territoire une stratégie de moyen et long terme pour atteindre notre objectif commun. Ce Schéma est une première réponse, qui nous permettra d'atteindre un meilleur équilibre dans l'offre et consolidera la résilience du tourisme de la Métropole de Lyon.

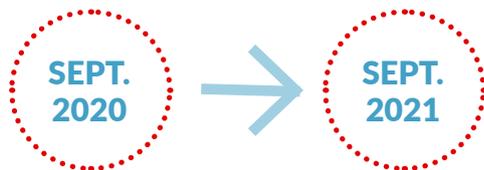


# Un schéma pour bâtir ensemble le tourisme de demain dans la Métropole de Lyon

**POUR LA PREMIÈRE FOIS DEPUIS QU'ELLE EXERCE LA COMPÉTENCE RELATIVE AU TOURISME, LA MÉTROPOLE DE LYON SE DOTE D'UN SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE.**

Voté par le Conseil de la Métropole en décembre 2021, **ce schéma directeur fixe l'ambition et le cadre stratégique de sa politique touristique pendant les 5 années à venir.** Son élaboration est le fruit d'une démarche participative novatrice, initiée en septembre 2020. Elle a impliqué pendant plusieurs mois plus de 250 acteurs de l'écosystème touristique du territoire qui ont exprimé leur vision de l'avenir du tourisme dans la Métropole de Lyon.

UNE DÉMARCHÉ  
PARTICIPATIVE



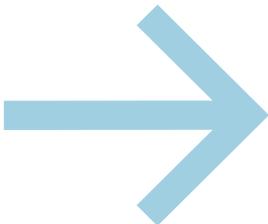
- Rencontres avec les socio-professionnels
- Consultation en ligne
- Organisation de groupes de travail thématiques
- Échanges avec les maires des communes de la métropole

**Le Schéma définit une feuille de route dont les orientations stratégiques ont vocation à être déclinées de manière opérationnelle et à s'adapter aux évolutions du secteur touristique.**

Ces orientations stratégiques seront mises en œuvre en lien étroit avec l'Office du tourisme de la métropole - acteur et outil opérationnel de la politique touristique métropolitaine - ainsi qu'avec l'ensemble des partenaires publics et privés concernés.

**L'état d'esprit de co-construction** qui a guidé son élaboration perdurera tout au long du mandat via des temps de concertation et d'évaluation réguliers.

De même, la mise en place d'une **gouvernance élargie du tourisme sur la métropole**, à compter de janvier 2022, assurera la coordination entre les acteurs et avec les politiques publiques (culture, aménagement et cadre de vie, mobilités, insertion et emploi, transition environnementale...)

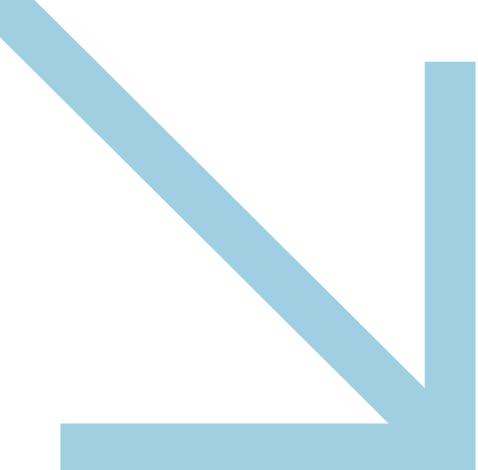


## L'EXERCICE DE LA COMPÉTENCE TOURISME PAR LA MÉTROPOLE DE LYON

Depuis le 1er janvier 2010, la Communauté urbaine de Lyon, devenue Métropole de Lyon en 2015, est l'autorité compétente en matière de politique touristique sur l'ensemble du territoire métropolitain. Dans le cadre de l'exercice de cette compétence, la Métropole définit une stratégie touristique globale incluant le tourisme d'affaires, le tourisme d'agrément et le tourisme de proximité. Pour financer la politique touristique, la Métropole perçoit la taxe de séjour sur l'ensemble des communes de son territoire, une ressource financière affectée à des actions visant à favoriser la fréquentation touristique. La taxe de séjour finance ainsi l'Office du tourisme métropolitain mais aussi des équipements et événements culturels et l'accueil de grands événements professionnels.

### À NOTER

Le Schéma de développement de l'hébergement touristique (SDHT) 2021 - 2026, outil de régulation des implantations hôtelières, s'inscrit en parfaite cohérence avec les orientations de la stratégie du tourisme responsable.



# Les enjeux du tourisme dans la Métropole de Lyon





## ○ Le tourisme occupe un rôle majeur dans l'économie et l'emploi de la métropole de Lyon.

En 2019, le secteur générait

**8,5 millions de nuitées marchandes**

Il représentait

**38 000 emplois, soit près de 6% des emplois de la métropole, des postes non délocalisables, attachés à notre territoire.**

En outre, l'activité touristique draine de la valeur vers un écosystème local très large, embrassant les secteurs de la culture, des loisirs, du commerce...

**La Métropole de Lyon est une destination touristique complète**, eu égard à sa richesse patrimoniale, culturelle, événementielle et gastronomique de tout premier plan, mixant héritages du passé et créations contemporaines, sites urbains et espaces verts et naturels.

**L'activité touristique lyonnaise s'est d'abord construite autour du tourisme d'affaires.** La Métropole de Lyon s'est affirmée pour devenir une destination de référence en Europe en matière d'accueil de congrès et salons. Le tourisme d'affaires, porté par l'accueil de ces événements, tient un rôle fondamental dans l'économie touristique du territoire puisqu'il représente environ 65 % des nuitées hôtelières, permettant d'assurer un remplissage des établissements en semaine.

**L'attractivité de Lyon sur le plan du tourisme d'agrément est plus récente.** Impulsée par l'inscription de son centre historique au patrimoine mondiale par l'UNESCO en 1998, elle a été stimulée par le développement du tourisme urbain de court séjour. La destination a travaillé avec succès son positionnement sur le segment des loisirs en s'appuyant sur la marque ONLYLYON. Ainsi, l'hôtellerie lyonnaise a vu son taux d'occupation progresser d'environ 20% pendant les week-ends entre 2011 et 2019.

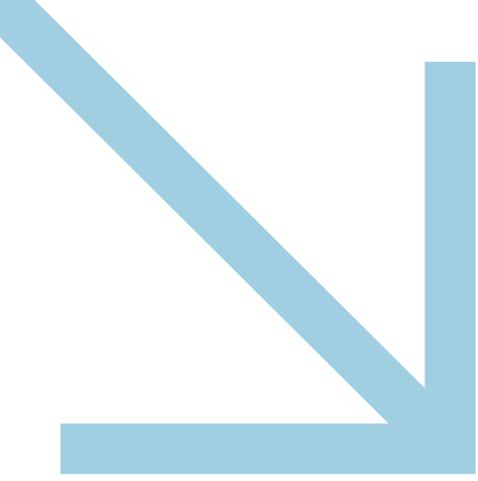
Enfin, depuis 2010 et le transfert de la compétence tourisme à l'échelle intercommunale, **le tourisme de proximité s'est révélé comme un troisième axe de développement touristique.**

L'élaboration du Schéma de développement touristique s'est fondée sur **le constat partagé que le tourisme lyonnais s'est construit de manière équilibrée, avec un modèle de développement raisonné, sans tourisme de masse**. Ce modèle touristique a d'ailleurs été récompensé par la désignation de Lyon comme « Capitale européenne du Smart Tourism » en 2019.

Aujourd'hui, à l'issue d'une crise sans précédent, la stratégie touristique doit s'appuyer sur ce socle et **consolider son positionnement**. Pour autant, elle s'attachera aussi à faire évoluer la destination pour la préparer à **relever de nouveaux défis**.

- 1 Développer la résilience de l'activité touristique** : pour affronter les crises et fluctuations conjoncturelles à venir ; les anticiper et les préparer pour mieux les traverser.
- 2 Répondre aux enjeux de l'urgence climatique** : au même titre que les autres secteurs économiques, l'industrie du tourisme doit réduire l'impact de son activité sur l'environnement.
- 3 S'adapter aux nouvelles attentes et manières de consommer des visiteurs, notamment** :
  - Le virage « local » : l'envie de découvrir ou redécouvrir son propre territoire.
  - La recherche d'expériences et d'authenticité, de sens et d'échanges.
  - L'attrait pour un tourisme plus responsable.
  - L'évolution des habitudes de déplacements professionnels, accélérées par la mise en place du télétravail.





# L'ambition : faire de la Métropole de Lyon une référence du tourisme responsable

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, le tourisme responsable est « un tourisme supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales ».

Le Schéma de développement du tourisme responsable de la Métropole de Lyon entend répondre à ces exigences, en cohérence avec les 17 Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies.

**Les orientations stratégiques poursuivront les actions qui ont fait leurs preuves pour développer un tourisme équilibré, créateur d'emplois et de valeur pour le territoire, tout en impulsant une dynamique ambitieuse afin d'engager la destination et l'ensemble de ses acteurs vers un tourisme plus responsable.**

## POUR ATTEINDRE CETTE AMBITION, LE SCHÉMA FIXE 4 GRANDS OBJECTIFS :

**1**

**Un tourisme plus résilient pour affronter les crises** : renforcer les équilibres de la destination

**2**

**Un tourisme porteur d'emplois et de ressources** : maximiser les impacts positifs du tourisme

**3**

**Un tourisme écologiquement vertueux** : accélérer la transformation des pratiques

**4**

**Un tourisme inclusif, participatif et respectueux** pour les habitants de la métropole



# Objectif

1

CONSOLIDER  
UNE DESTINATION  
TOURISTIQUE  
RÉSILIENTE ET  
ÉQUILBRÉE



## Créer les conditions d'un tourisme plus fort et plus responsable sur le long terme requiert de consolider les équilibres de la destination.

Ainsi, pour mieux résister aux crises tout en garantissant aux acteurs du territoire une activité créatrice de valeur et d'emplois, il est indispensable de veiller à **l'équilibre des clientèles**.

De même que pour lisser la fréquentation touristique tout au long de l'année, il est nécessaire de trouver **un équilibre entre tourisme d'affaires, d'agrément et de proximité** (généralisé par les habitants). Enfin, la répartition des flux touristiques sur le territoire et l'allongement de la durée des séjours passent par une **valorisation territoriale équilibrée** des offres touristiques.

# Résolution 1

## UN MIX-CLIENTÈLE ÉQUILIBRÉ ET À VALEUR AJOUTÉE

Lyon, en tant que destination touristique, **attire très majoritairement des visiteurs en provenance de la France et de pays proches** : Allemagne, Suisse, Royaume-Uni, Belgique, Italie... 75% des touristes sont des visiteurs nationaux et près de 12% sont européens\*.

Parmi les touristes venant de pays plus éloignés, les visiteurs nord-américains se distinguent nettement. En 2019, ils représentaient 4% des flux touristiques, constituant une clientèle à forte valeur ajoutée pour les socio-professionnels du territoire du fait des nombreuses activités touristiques qu'ils consomment.

Cette répartition des clientèles touristiques, spécifique à notre territoire, s'est révélée vertueuse lors de la pandémie de COVID-19. Elle a contribué à amortir les effets de la crise et a permis de redémarrer l'activité touristique plus rapidement que dans les destinations fortement tributaires des visiteurs internationaux.

L'objectif est de maintenir ce mix -clientèle orienté vers le marché national et les pays proches, tout en élargissant aux clientèles de proximité, soit un potentiel de 1,3 million d'habitantes et habitants sur le territoire tout au long de l'année.

\* répartition de la clientèle par nationalité dans l'hôtellerie de la métropole- moyenne 2019 et 2018

### ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- .....○ Continuer à promouvoir la destination sur les marchés français et européens, notamment ceux accessibles en train.
- .....○ Élargir les clientèles en s'adressant davantage aux habitantes et habitants.
- .....○ Poursuivre la promotion sur le marché nord-américain, cible historique à forte valeur-ajoutée pour le territoire.





## CONCRÈTEMENT

### CONTINUER À PROMOUVOIR LA DESTINATION SUR LES MARCHÉS FRANÇAIS ET EUROPÉENS

L'Office du tourisme continuera à mener des **opérations de promotion** de la destination, sous la bannière « ONLYLYON », en France et sur les marchés européens : campagnes digitales grand public, actions auprès des media et influenceurs, participation à des workshops, accueil de professionnels...

Dans un objectif de réduction de l'empreinte environnementale, les marchés des - nombreuses - **villes françaises et européennes reliées à Lyon par le train** seront privilégiés.

De nouvelles **coopérations** et opérations de **promotion croisées** seront initiées avec les **villes européennes partenaires** de la Métropole de Lyon. Ces partenariats touristiques porteront sur la culture, la gastronomie et l'événementiel.

### ÉLARGIR LES CLIENTÈLES EN S'ADRESSANT DAVANTAGE AUX HABITANTES ET HABITANTS

L'Office du tourisme et la Métropole de Lyon vont intensifier la communication à destination des Grandes Lyonnaises et des Grands Lyonnais afin de leur donner envie de profiter des offres de leur territoire. Les actions s'appuieront d'une part sur **une stratégie éditoriale revisitée** avec des outils de communication en direction des visiteurs et des habitants à l'instar du nouveau media « **A La Lyonnaise** », qui vise ces deux cibles.

Elles reposeront également sur la **LYON CITY CARD 365** proposée par l'Office du tourisme, valable toute l'année, et spécialement conçue pour les habitantes et habitants de la métropole.

### POURSUIVRE LA PROMOTION SUR LE MARCHÉ NORD-AMÉRICAIN, CIBLE HISTORIQUE À FORTE VALEUR-AJOUTÉE POUR LE TERRITOIRE

**Le marché nord-américain mérite une attention particulière.** Cette clientèle est fortement consommatrice des offres du territoire : visites guidées, prestations touristiques, restaurants, commerces... Lyon bénéficie d'une notoriété touristique reconnue sur ce marché, grâce à son patrimoine et son concentré d'art de vivre à la française, sur laquelle il convient de capitaliser.

## À NOTER

Si les actions de promotion de la destination ciblent des clientèles prioritaires, la stratégie touristique a pour finalité de maintenir un accueil de qualité exemplaire pour **tous les visiteurs.**

# Résolution 2

## UN TOURISME D’AFFAIRES TOUJOURS ESSENTIEL ET DE PLUS EN PLUS RESPONSABLE

La majorité des retombées touristiques dans la métropole relèvent du tourisme d'affaires qui génère environ 2/3 des nuitées hôtelières liées, pour une part importante d'entre elles, aux événements professionnels organisés sur le territoire.

La stratégie de tourisme d'affaires cible en priorité **les congrès associatifs, scientifiques et médicaux**. Par leur durée - de 3 à 5 jours - et le niveau des dépenses générées, ces derniers bénéficient à un large écosystème d'acteurs (événementiel, hôtellerie, restauration, commerces...) et contribuent à valoriser la recherche scientifique, universitaire ou médicale locale.

De la même manière, **les grands salons professionnels** accueillis sur le territoire tels que le SIRHA, POLLUTEC, GLOBAL INDUSTRIE, etc. jouent un rôle important pour les acteurs du tourisme ainsi que pour les entreprises du territoire qui y participent.

Première destination française d'accueil de congrès et de salons après Paris, la métropole dispose d'atouts solides en matière de tourisme d'affaires avec deux équipements phares - le Centre des Congrès de la Cité internationale et le Parc des Expositions Eurexpo - que complète une offre diversifiée de sites d'accueil d'événements. **Le Bureau des congrès et des salons de l'Office du tourisme** est l'acteur opérationnel de la mise en œuvre de la stratégie de la Métropole pour le tourisme d'affaires, avec pour mission principale de générer des manifestations professionnelles sur le territoire.

**L'objectif est de poursuivre une stratégie d'accueil d'événements à forte valeur-ajoutée pour le territoire, tout en œuvrant aux côtés des professionnels pour accompagner la transformation de la filière événementielle vers plus de responsabilité environnementale et sociale.**

Il s'agit également de **s'adapter aux nouveaux modèles de l'événementiel** qui privilégient aujourd'hui davantage **l'hybridation** des formats d'événements (entre présentiel et virtuel) et des équipements (entre lieux événementiels et tiers-lieux), ainsi que la déclinaison de grands événements internationaux en éditions plus « régionales » ... L'enjeu est de transformer les évolutions de ce secteur en opportunités pour le territoire.

## ORIENTATIONS STRATÉGIQUES



- .....○ **Continuer à accueillir** des congrès scientifiques et médicaux et de grands salons professionnels à **impacts positifs** pour le territoire.
- .....○ **Attirer de nouveaux événements en lien avec les sujets métropolitains prioritaires** (mobilités douces, alimentation, écologie...).
- .....○ **Accompagner** les organisateurs vers des modèles d'événements **plus responsables**.
- .....○ **Inciter** les visiteurs professionnels à **prolonger** leur séjour sur la métropole ou à revenir.



### CONCRÈTEMENT



© Emma Arbogast / Métropole de Lyon

#### **CONTINUER À ACCUEILLIR DES CONGRÈS SCIENTIFIQUES ET MÉDICAUX ET DE GRANDS SALONS PROFESSIONNELS À IMPACTS POSITIFS POUR LE TERRITOIRE**

La Métropole de Lyon restera fortement mobilisée aux côtés du Bureau des congrès et des salons de l'Office du tourisme, notamment en apportant son soutien aux candidatures pour attirer des **événements impactants** pour l'activité touristique et économique du territoire.

Pour accueillir davantage de **congrès européens**, des **coopérations** seront développées sur le modèle de l'alliance mise en place par le Bureau des congrès avec plusieurs de ses homologues de métropoles européennes dans la perspective de proposer des offres conjointes auprès d'associations dont les événements « tournent » entre plusieurs destinations.

La prospection sera priorisée pour accueillir les congrès **avec une durée plus longue** que la moyenne ainsi que de grands événements programmés sur les **périodes les plus creuses** de l'activité touristique.

**La mobilisation partenariale** entre le Bureau des congrès et des salons, la Métropole, les sites d'accueil et les partenaires du tourisme d'affaires (SYTRAL, gares, hôtels...), autour du dispositif d'accueil « **Welcome by ONLYLYON** », plébiscité par les organisateurs d'événements, sera maintenue.

La **qualité d'accueil** sera également un levier fondamental pour recevoir les grands événements sportifs internationaux que sont la **Coupe du Monde de Rugby en 2023** ou les compétitions relevant des **Jeux olympiques de 2024**.



## CONCRÈTEMENT

### ACCOMPAGNER LES ORGANISATEURS VERS DES MODÈLES D'ÉVÉNEMENTS PLUS RESPONSABLES

L'objectif est de construire, sur le modèle du dispositif « Welcome by ONLYLYON », une offre de destination partenariale et structurée pour **soutenir les organisateurs d'événement dans leurs démarches de transition écologique et de responsabilité sociétale.**

C'est dans cet esprit que la « **Passerelle** » a ouvert en 2021, au Centre des Congrès de la Cité internationale, en partenariat avec l'Office du tourisme et la Métropole. Cet espace de coopération et d'échanges permettra aux professionnels d'avancer efficacement vers un événementiel plus responsable (gestion des déchets, dons alimentaires...).

Le sujet du réemploi des matériaux et matériels de l'événementiel sera étudié, sur le modèle de projet de « **Recyclerie culturelle** » porté par la Métropole pour le territoire.

Il s'agit également de créer davantage de liens entre les événements et le territoire pour **maximiser leur impact positif** sur le tissu local. Un événement sur le sujet de « l'héritage et de l'impact positif » sera ainsi créé à destination des organisateurs d'événements.

### ATTIRER DE NOUVEAUX ÉVÉNEMENTS EN LIEN AVEC LES SUJETS MÉTROPOLITAINS PRIORITAIRES

Les opportunités d'accueillir de **grands événements sur de nouveaux sujets prioritaires** tels que les mobilités douces, l'alimentation, la biodiversité, l'écologie, etc. seront recherchées. Lyon accueillera ainsi en mars 2022 la Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction (CITES).

### INCITER LES VISITEURS PROFESSIONNELS À PROLONGER LEUR SÉJOUR OU À REVENIR

La « transfidélisation », qui vise à **convertir les touristes d'affaires en touristes de loisirs**, est un axe de développement important pour la destination. Les visiteurs professionnels seront ainsi incités à prolonger leur séjour à ou revenir pour le plaisir grâce à l'outil mis en place par l'Office du tourisme, « **ONLYLYON Expérience** ». Cet outil novateur est fondé sur une base de données « clients » qui agrège les données de l'Office du tourisme et celles de ses partenaires, afin de réaliser des campagnes de communication digitales ciblées.

La Métropole, pour sa part, communiquera de façon spécifique auprès des participants des grands événements dont elle est partenaire.

# Résolution 3

## UNE OFFRE TOURISTIQUE VARIÉE ET VALORISÉE

La multiplicité des offres patrimoniales, de loisirs, culturelles, gastronomiques, événementielles et naturelles témoigne de la **diversité de la proposition touristique de la métropole**.

Les quartiers inscrits aux Patrimoine de l'Unesco, le Musée des Confluences, le Musée et théâtres antiques de Lugdunum, le Parc de la Tête d'Or... mais aussi le Grand parc de Miribel-Jonage, le Grand Large, les Puces du Canal et les Gratte-Ciel à Villeurbanne, le Parc de Lacroix-Laval, l'ancienne usine des eaux de Caluire, le Planétarium de Vaulx-en-Velin, la Cité des Etoiles à Givors,... il n'est pas possible d'énumérer ici de manière exhaustive les milliers d'offres proposées par l'Office du tourisme.

L'objectif est de **promouvoir de façon équilibrée les sites et événements les plus emblématiques de Lyon ainsi que les offres alternatives de l'ensemble de la métropole et au-delà**.

De cet équilibre découlera la satisfaction d'un public plus large : les visiteurs désireux de découvrir les lieux et événements incontournables du tourisme lyonnais, comme ceux qui préfèrent aborder Lyon et sa métropole « autrement », sous l'angle expérientiel. Cette approche permettra de favoriser le **tourisme de proximité**, en plein essor, de **mieux répartir** les retombées économiques touristiques sur le territoire. Elle vise également à **désengorger les sites les plus fréquentés** et de générer des **séjours plus longs**.

Par ailleurs, alors que la destination se trouve à la croisée de deux véloroutes et que 36 de ses communes sont traversées par la Saône ou le Rhône, **la Métropole souhaite positionner le tourisme à vélo et les pratiques de loisirs liées à l'eau comme des thèmes majeurs du tourisme métropolitain**.

### ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- .....○ Permettre aux visiteurs de découvrir Lyon et sa métropole de **manière plus expérientielle**.
- .....○ Valoriser les offres touristiques, culturelles et de loisirs **sur l'ensemble du territoire de la métropole**.
- .....○ Promouvoir la métropole au rang des **destinations incontournables du cyclotourisme**.
- .....○ Accompagner le développement des **pratiques touristiques et de loisirs liées à l'eau**.
- .....○ Structurer une offre pour **allonger la durée de séjour** des visiteurs.





## CONCRÈTEMENT

### VALORISER LES OFFRES TOURISTIQUES ET DE LOISIRS SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE DE LA MÉTROPOLE

L'ambition est double, visant à permettre aux voyageurs de découvrir des offres touristiques métropolitaines **alternatives à l'offre lyonnaise** et surtout à donner envie aux habitantes et habitants de la métropole de profiter toute l'année de la richesse des offres de leur territoire.

Pour cela, le recensement des **offres « pépites »** de la métropole sera approfondi avec l'appui de l'Office du tourisme et des communes du territoire. Ces dernières, si elles le souhaitent, pourront s'appuyer sur les services de l'Office du tourisme en matière d'ingénierie ou d'éditorialisation.

Il s'agira également de capitaliser sur les **politiques culturelles et événementielles** des communes et sur la stratégie culturelle métropolitaine. Dans cet esprit, le programme culturel de « **Villeurbanne Capitale française de la culture 2022** », qui irriguera l'espace public durant une année, sera largement promu à la fois auprès des touristes et des habitantes et habitants.

De même, le GR<sup>®</sup>169 « **Métropole de Lyon par les forts** » qui reliera les forts de la deuxième ceinture via une boucle de 170 km à partir de 2022, sera l'occasion de faire découvrir aux randonneurs les offres touristiques des communes traversées.

### PERMETTRE AUX VISITEURS DE DÉCOUVRIR LYON ET SA MÉTROPOLE DE MANIÈRE PLUS EXPÉRIENTIELLE

De plus en plus de visiteurs souhaitent découvrir Lyon et ses alentours en **sortant des sentiers battus**, avec l'envie de vivre « **à la grand lyonnaise** » durant leur séjour ou de tenter une **expérience porteuse de sens** ou de transmission d'un savoir-faire.

Pour répondre à ces attentes, de **nouveaux parcours de visites** seront créés avec l'appui de l'Office du tourisme métropolitain, en lien avec les mairies d'arrondissements de Lyon et les communes de la métropole. **Les savoir-faire artisanaux, visites d'entreprises ou de patrimoine industriel** seront davantage valorisés.

Il s'agira également de développer l'accueil des visiteurs par des « **Lyon City Greeters** »\*, à savoir des Grandes Lyonnaises et Grands Lyonnais bénévoles qui ont à cœur de faire découvrir des endroits qu'ils apprécient à des visiteurs partageant leurs centres d'intérêts.

\* réseau animé avec l'Office du tourisme

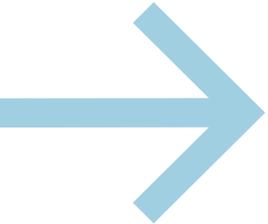
## PROMOUVOIR LA MÉTROPOLE AU RANG DES DESTINATIONS INCONTOURNABLES DU CYCLOTOURISME

**Le tourisme à vélo est en pleine expansion** et représente une **opportunité** à prendre en considération pour attirer de **nouvelles clientèles** locales et régionales mais aussi nationales et internationales. Traversée par deux véloroutes majeures, la ViaRhôna et la Voie Bleue, la métropole dispose d'un vaste potentiel à exploiter pour générer de nouvelles retombées touristiques et valoriser les territoires traversés.

**Les actions de promotion et de communication** autour de cette pratique seront développées avec l'Office du tourisme. La Métropole de Lyon s'appuiera, par ailleurs, sur les collectifs d'intercommunalités dont elle est membre pour mutualiser des actions de promotion des itinéraires auprès du grand public et d'agences de voyages spécialisées.

De même, les **aménagements et les services liés au cyclotourisme** seront améliorés (**développement du label Accueil vélo, stationnements sécurisés, signalétique adaptée, intermodalité...**). Des enquêtes de fréquentation seront réalisées pour mieux connaître les clientèles.





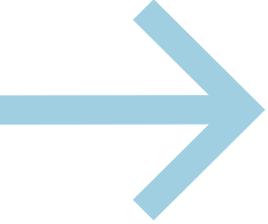
## ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DES PRATIQUES TOURISTIQUES ET DE LOISIRS LIÉES À L'EAU

La Métropole de Lyon a tous les atouts pour promouvoir des pratiques permettant aux habitants et aux touristes de **(re)nouer des liens étroits avec l'eau et ses milieux naturels**. Au même titre que les promenades en bateaux, les activités de découvertes de la ville ou de sites naturels en kayak ou en paddle sont appréciées tant par les visiteurs que par les habitants.

La place nautique de la Confluence, avec sa darse, se prête particulièrement à l'accueil d'événements liés à l'eau et au fleuve. La Métropole de Lyon souhaite y favoriser la programmation d'événements, d'animations, d'activités d'initiation et de sensibilisation à l'eau à destination d'un large public, comme dans le cadre de la future Fête de l'eau portée par la Ville de Lyon.

La réalisation à venir d'un **Schéma directeur des occupations fluviales**, piloté par Voies Navigables de France (VNF) en partenariat avec la Métropole, permettra de définir les usages à privilégier sur le Rhône et la Saône afin d'optimiser la gestion du domaine public fluvial et de développer de nouveaux projets.

De même, un travail de **valorisation des grands espaces fluviaux** périurbains (Grand Large, Grand Parc de Miribel-Jonage, Îles et Lônes du Rhône) sera engagé avec les syndicats mixtes concernés, dans le respect des zones aquatiques et des milieux naturels.



## STRUCTURER UNE OFFRE POUR ALLONGER LA DURÉE DE SÉJOUR DES VISITEURS

L'objectif est de proposer des offres pertinentes aux visiteurs de passage à Lyon afin de **favoriser l'allongement de leur séjour**. Il s'agit de les inciter à rester plus longtemps dans la métropole tout en rayonnant sur les territoires limitrophes et la région. L'Office du tourisme sera proactif pour ajouter à ses argumentaires de promotion de nouvelles offres facilement accessibles à la journée, à l'instar de Pérouges ou du Beaujolais qui y figurent déjà.

Il s'agit notamment de miser sur la **complémentarité entre séjour urbain, escapades nature** et activités de plein air. Dans cette perspective, de nouvelles **coopérations** entre territoires et entre Offices du tourisme seront mises en œuvre.

### À NOTER

En cohérence avec la stratégie du tourisme responsable, le Schéma de développement de l'hébergement touristique 2021-2026 priorise le développement de modes d'hébergement encore peu représentés sur le territoire tels que les hébergements de plein air adaptés à l'itinérance douce (cyclotouristes, randonneurs...).



## ○ UN GUIDE ET DES ÉVÉNEMENTS GRAND PUBLIC POUR VALORISER LES OFFRES DU TERRITOIRE

Les orientations du schéma se concrétiseront durant le mandat par deux nouveaux projets.

Un **guide** sera réalisé, recensant « **100 parcours pour découvrir Lyon et sa Métropole en bougeant** » ; on y trouvera l'ensemble des circuits, sorties, balades, randonnées à découvrir à pied, en fauteuil roulant, à vélo, en pagayant... En promouvant toutes les formes de mobilités actives, ce guide s'inscrit aussi sur l'axe santé et bien-être que souhaite développer la Métropole.

Par ailleurs, **de nouveaux événements territoriaux grand public** de mise en lumière des offres « **aux 4 coins de la métropole** » seront créés. Ils donneront la possibilité aux habitantes et aux habitants de découvrir toute la richesse des offres patrimoniales, culturelles, artisanales, gastronomiques de la métropole.



# Objectif

1

2

SOUTENIR L'EMPLOI  
TOURISTIQUE SUR  
LA MÉTROPOLE

## ZOOM SUR



### — maison — métropolitaine d'insertion pour l'emploi Lyon métropole

La Maison Métropolitaine d'Insertion pour l'emploi est un groupement d'intérêt public qui compte 27 membres : la Métropole de Lyon, l'État, Pôle Emploi, la Ville de Lyon, la Région Auvergne-Rhône-Alpes, les Villes de Bron, Chassieu, Corbas, Décines, Feyzin, Givors, Grigny, Irigny, Meyzieu, La Mulatière, Neuville-sur-Saône, Rillieux-la-Pape, Saint Fons, Saint-Priest, Vaulx-en-Velin, Vénissieux, Villeurbanne, Lyon Métropole Habitat, Est Métropole Habitat, Grand Lyon Habitat, la CCI Lyon Métropole Saint-Étienne Roanne et la Chambre des Métiers et de l'Artisanat.

**Ses missions : coordonner les acteurs de l'emploi et de l'insertion, développer les clauses sociales, mobiliser les entreprises à travers la « Charte des 1000 ».**

## Le sujet de l'emploi est un enjeu fondamental pour l'avenir du tourisme sur notre territoire que la Métropole souhaite accompagner.

La métropole concentrait près de 38 000 emplois touristiques en 2019. Des métiers non délocalisables, accessibles à tous niveaux de qualification et animés par une forte dimension humaine et relationnelle, qui représentent ainsi une **vraie richesse pour le territoire**.

La crise sanitaire a eu pour effet d'accroître les **tensions sur ces métiers**, tant au niveau du recrutement que de la fidélisation des personnels du tourisme. Les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration sont particulièrement concernés, avec un risque important de manque de main d'œuvre dans les années à venir.

**La Métropole s'attachera à favoriser l'attractivité et la revalorisation des métiers du tourisme, l'insertion par l'emploi ainsi que les coopérations entre professionnels.** Elle s'appuiera pour cela sur les acteurs de l'emploi et de l'insertion coordonnés par la Maison Métropolitaine d'Insertion pour l'emploi (MMI'e).

# Résolution 1

## L'ATTRACTIVITÉ ET LA VALORISATION DES MÉTIERS DU TOURISME POUR DÉVELOPPER L'EMPLOI

Les échanges organisés autour de l'élaboration du Schéma ont démontré une **forte motivation des professionnels à travailler de manière collective sur les sujets de l'attractivité et de la revalorisation des métiers du tourisme.**

**Pour soutenir cette dynamique, la première étape consistera à accompagner les professionnels pour mener un « travail de fond » sur le bien-être et la qualité de vie au travail.** Il s'agit d'apporter des solutions concrètes pour lever des freins tels que les horaires décalés, le travail le week-end, la coupure entre les services..., tout en tenant compte des contraintes du secteur.

**La seconde étape visera à capitaliser sur ce travail collectif pour (re)valoriser ces métiers,** via le sens et les opportunités de carrière qu'ils portent.

### ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- .....○ Accompagner les professionnels pour **lever les freins à l'emploi** afin de rendre les métiers de l'hôtellerie et de la restauration **plus attractifs.**
- .....○ **Valoriser l'image des métiers du tourisme** auprès des jeunes en particulier.





## CONCRÈTEMENT

### LEVER LES FREINS À L'EMPLOI POUR RENDRE LES MÉTIERS DU TOURISME PLUS ATTRACTIFS

La Métropole de Lyon et la MMI'e ont mis en place un groupe de travail constitué de professionnels volontaires. L'objectif est d'**identifier les « bonnes pratiques »** et solutions destinées à améliorer le bien-être et la qualité de vie au travail pour les promouvoir auprès de l'ensemble des professionnels concernés sur le territoire.

### VALORISER L'IMAGE DES MÉTIERS DU TOURISME AUPRÈS DES HABITANTES ET HABITANTS DE LA MÉTROPOLE ET DES JEUNES EN PARTICULIER

Des **actions de communication** seront lancées pour faire connaître les opportunités des métiers du tourisme auprès des jeunes et de leurs parents.

Pour toucher les collégiens notamment, il est prévu de s'appuyer sur de grands événements **comme le SIRHA ou WorldSkills** (grande compétition de métiers). Ces événements constituent de vrais leviers pour susciter des vocations auprès des jeunes ou des personnes en réorientation professionnelle.

Les événements grand public qui seront organisés sur les territoires de la métropole seront aussi l'occasion de mettre un coup de projecteur sur les métiers du tourisme.





## ○ LA MÉTROPOLE DE LYON ACCUEILLERA EN SEPTEMBRE 2024 À EUREXPO LA COMPÉTITION MONDIALE DES MÉTIERS WORLDSKILLS

Plus grand concours au monde des métiers, l'événement met en compétition des jeunes en provenance du monde entier. L'objectif principal de cette compétition est de promouvoir des métiers parfois mal connus ou peu valorisés et de changer l'image des filières professionnelles et de l'apprentissage auprès des jeunes et leurs parents. L'événement sert aussi de vitrine à l'évolution et au futur des métiers. L'accueil de cet événement, soutenu par la Métropole de Lyon, **représente une opportunité exceptionnelle de susciter des vocations professionnelles auprès des jeunes métropolitains, ainsi que de favoriser leur orientation** notamment vers de secteurs d'activité en tension. Les métiers de la restauration et de l'hôtellerie sont représentés dans les métiers en compétition. La Métropole de Lyon travaillera de concert avec tous les partenaires du territoire pour que **WorldSkills laisse un héritage utile et pérenne sur le territoire.**

# Résolution 2

## L'INSERTION PAR L'EMPLOI DANS LES MÉTIERS DU TOURISME AU BÉNÉFICE DE TOUTES ET TOUS

Depuis sa création en 2015, la Métropole de Lyon cherche à faire entrer en résonance ses politiques dans les champs économique et de l'insertion. Pour cela, elle s'appuie notamment sur la « Charte des 1000 » qui permet de monter des partenariats avec les entreprises engagées au niveau local pour l'insertion et l'emploi.

Les métiers du tourisme sont particulièrement adaptés à cette dynamique. Le plus souvent accessibles aux personnes les plus éloignées de l'emploi, sans qualification ou en réorientation, ils peuvent offrir de vraies perspectives de carrière avec des parcours professionnels où les évolutions sont possibles et variées.

Dans le même temps, la diversification des profils recrutés grâce aux démarches d'insertion - jeunes, personnes en situation de handicap, seniors... - permet aux entreprises de s'engager dans des démarches vertueuses et de bénéficier de dispositifs de formation préalable à l'embauche facilitant l'adaptation aux postes.

La Métropole encouragera et accompagnera ce mouvement en collaborant avec la Maison Métropolitaine d'insertion pour l'emploi (MMI'e) et ses partenaires.

**LA CHARTRE DES 1000**  
1000 ENTREPRISES S'ENGAGENT POUR L'INSERTION ET L'EMPLOI.

### ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- .....○ Développer le recours à l'insertion dans le recrutement auprès des professionnels du tourisme
- .....○ Accompagner les initiatives du territoire en faveur de l'insertion par l'activité économique





## CONCRÈTEMENT

### DÉVELOPPER LE RECOURS À L'INSERTION DANS LE RECRUTEMENT AUPRÈS DES EMPLOYEURS DU TOURISME DU TERRITOIRE

L'ambition est de faire connaître **les offres d'accompagnement des démarches d'insertion au plus grand nombre de professionnels du tourisme.**

Grâce à une connexion accrue avec la MMI'e, les démarches des recruteurs qui souhaitent se tourner vers de nouveaux profils et potentiels seront facilitées. La MMI'e accompagne individuellement les entreprises qui souhaitent embaucher des publics en insertion et participe aussi, avec ses partenaires, à l'organisation de sessions collectives de recrutement. En outre, une attention particulière sera portée aux clauses d'insertion dans les marchés publics liés au tourisme.

### ACCOMPAGNER LES INITIATIVES DU TERRITOIRE EN FAVEUR DE L'INSERTION PAR L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

Des partenariats seront établis avec des **porteurs d'initiatives innovantes en matière d'insertion par l'activité économique** dans le domaine du tourisme, comme c'est le cas par exemple avec le projet d'hôtel sous forme d'entreprise d'insertion situé sur le site des Grandes Voisines à Francheville (lire ci-contre).

L'enjeu est d'essaimer un maximum de projets socialement novateurs et efficaces auprès des professionnels du territoire.



## ○ LE PROJET « GRAND BARNUM », HÔTEL SOUS FORME D'ENTREPRISE D'INSERTION

« Les Grandes Voisines » est un tiers-lieu social et solidaire implanté dans le cadre d'un projet d'occupation temporaire dans un ancien site hospitalier des Hospices Civils de Lyon, à Francheville. Porté conjointement par la Fondation de l'Armée du Salut et par le Foyer Notre-Dame des Sans-Abri, il vise à accueillir sur le même lieu un espace d'hébergement d'urgence, un hôtel et une auberge de jeunesse exclusivement gérés par des personnels en insertion ainsi qu'une programmation culturelle, sportive et éducative.

Ce projet soutenu par la Métropole de Lyon inclut ainsi la création d'un hôtel d'une capacité de 60 lits, **sous la forme d'une entreprise d'insertion**. C'est un concept novateur et exemplaire d'insertion par l'activité économique dans le secteur de l'hôtellerie.



# Résolution 3

## MUTUALISATIONS, COOPÉRATIONS ET PROJETS ENTREPRENEURIAUX DANS LE DOMAINE DU TOURISME RESPONSABLE

La crise du COVID-19 a fait émerger de nouvelles coopérations entre les acteurs, comme cela a été fait avec la campagne de relance de la filière « Recréons l'événement ». Initiée par la Métropole, elle a été co-construite avec les partenaires d'ONLYLYON et les collectifs de l'événementiel EVENT AGAIN et la CLE (la Collective des Lieux Événementiels).

L'objectif est de pérenniser ce « savoir-faire ensemble » propre aux acteurs du tourisme lyonnais et d'en faire une force, notamment sur le sujet de l'emploi.

Dans le même état d'esprit de coopération et de partage, il s'agira également de **favoriser l'entrepreneuriat et l'envie d'agir dans des projets novateurs en faveur d'un tourisme plus responsable.**

### ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- .....○ Encourager les **mutualisations et les coopérations** entre professionnels au service de l'emploi.
- .....○ Accompagner le **développement de projets entrepreneuriaux** dans le domaine du tourisme responsable.





## CONCRÈTEMENT

### ENCOURAGER LES MUTUALISATIONS ET LES COOPÉRATIONS ENTRE PROFESSIONNELS AU SERVICE DE L'EMPLOI

Une réflexion sera engagée avec les professionnels pour favoriser les solutions de mise à disposition de ressources humaines partagées entre différentes structures et ce, en travaillant sur le modèle des groupements d'employeurs.

La Métropole accompagnera aussi la structuration de groupements (comme dans l'événementiel, les loisirs marchands ou l'hôtellerie), qui permettront de monter des actions collectives en faveur de l'emploi.

### ACCOMPAGNER DES PROJETS ENTREPRENEURIAUX DANS LE DOMAINE DU TOURISME RESPONSABLE

L'objectif est de structurer une offre de services à destination des porteurs de projets dans le secteur du tourisme responsable en s'appuyant à la fois sur les dispositifs de soutien à l'entrepreneuriat existant sur la métropole et fédérés autour du **réseau LYVE** ainsi que sur les **compétences « métiers » des acteurs du tourisme** - collaborateurs de l'Office du tourisme et chefs d'entreprises - pour parrainer ces jeunes structures.

Le soutien au développement de projets novateurs dans le domaine du tourisme responsable pourra être facilité par leur expérimentation sur le territoire.



**TOUT UN MONDE POUR ENTREPRENDRE**



# Objectif

1

2

3

ACCÉLÉRER LA  
TRANSFORMATION  
DES PRATIQUES  
POUR UN TOURISME  
ÉCOLOGIQUEMENT  
PLUS VERTUEUX



La maîtrise des impacts de l'activité touristique sur l'environnement **est une priorité pour préserver la viabilité du tourisme à long-terme**. La prise de conscience écologique croissante des visiteurs face au changement climatique renforce cette impérieuse nécessité d'agir. Il s'agit aussi d'être proactif pour anticiper les nouvelles contraintes réglementaires environnementales qui s'appliqueront à tous.

**Construire le tourisme de demain sur la métropole de Lyon impose donc de passer un cap et de s'engager concrètement dans une démarche ambitieuse de transformation des pratiques pour un tourisme écologiquement plus vertueux.**

Cet engagement doit se construire collectivement et de manière coordonnée au niveau de :

- **La Métropole de Lyon** qui, avec ses partenaires, entend mobiliser ses politiques publiques et ses compétences pour accompagner la transformation du tourisme. Cette mobilisation s'inscrit dans le cadre d'intervention global de la collectivité en faveur de l'environnement (Plan Climat Air Énergie, Plan canopée de végétalisation de l'espace public, Plan nature...).
- **L'Office du tourisme**, qui aspire à renforcer son exemplarité ainsi que sa vocation d'impulsion et d'accompagnement des socio-professionnels de la destination en s'appuyant sur des actions dédiées.
- **L'ensemble des professionnels**, pour lesquels un soutien est souvent nécessaire afin d'initier des pratiques plus vertueuses ou d'accompagner leur montée en puissance.
- **Tous les visiteurs**, qu'il convient de sensibiliser davantage à l'adoption de bonnes pratiques afin de réduire leur impact au cours de leur séjour.

Les **leviers d'actions** pour contribuer à la transition écologique dans l'activité touristique sont **pluriels et complémentaires puisqu'ils concernent tout autant la promotion des transports bas carbone, les économies d'énergie, que la réduction des déchets et la gestion du tri, les approvisionnements locaux, etc.**

Afin d'affirmer la singularité de la métropole de Lyon comme référence du tourisme responsable et la force de son engagement, des campagnes de communication à destination du grand public, des journalistes et des influenceurs seront mises en place.

# Résolution 1

## SUR LA VOIE DES MOBILITÉS DOUCES ET ACTIVES

Une étude de l'ADEME réalisée en 2020 établit que le tourisme est à l'origine de 11% des émissions de gaz à effet de serre (GES) en France. Près de 80% des émissions de GES liées au tourisme sont issues des mobilités, 40% étant imputables au transport aérien. **D'où l'importance de privilégier, dans le cadre d'un tourisme plus responsable, des modes de déplacement moins polluants.**

**Pour y contribuer, la destination lyonnaise peut capitaliser sur une desserte ferroviaire de premier plan.** En effet, la gare de la Part-Dieu est la première gare européenne par le nombre de voyageurs en correspondance. Cette desserte sera complétée par l'ouverture de nouvelles liaisons ferroviaires, à l'image de la nouvelle ligne Bordeaux-Lyon, opérée par Railcoop en 2022. La Métropole de Lyon aura par ailleurs un rôle de plaidoyer auprès de l'Union européenne pour développer un réseau de trains de nuit, bénéfique pour l'activité touristique de loisirs.

De même, **les visiteurs seront incités à utiliser au maximum des mobilités vertueuses sur le plan environnemental tout au long de leur séjour.**



### ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- .....○ Inciter les visiteurs à **utiliser les mobilités les plus vertueuses au cours de leur séjour.**
- .....○ **Promouvoir les déplacements en train** auprès des touristes.
- .....○ Accompagner la **décarbonation des flottes de véhicules des prestataires touristiques.**





## CONCRÈTEMENT

### INCITER LES VISITEURS À UTILISER LES MOBILITÉS LES PLUS VERTUEUSES AU COURS DE LEUR SÉJOUR

Pour inciter les visiteurs se déplacer de manière plus vertueuse lors de leur séjour, plusieurs leviers doivent être activés simultanément :

- **Optimiser l'usage des transports en commun** en identifiant, avec le SYTRAL, les points touristiques mal couverts et en renforçant la communication autour de la facilité d'accès à utiliser les transports en commun, au regard de la nouvelle billettique et du paiement sans contact des titres de transport.
- **Rationaliser l'usage de la voiture**, en encourageant le stationnement de longue durée avec des tarifs incitatifs et la possibilité de réserver un stationnement en amont. Il s'agira également de s'appuyer sur le développement de l'auto-partage et de promouvoir le co-voiturage comme moyen de transport pour venir à des événements.
- **Multiplier les déplacements à vélo**, en capitalisant sur la création des « Voies Lyonnaises », réseau cycliste qui proposera d'ici 2026 plus de 250 kilomètres de voies aménagées, sécurisées et interconnectées dans toute l'agglomération. Des stationnements sécurisés pour les vélos et des arceaux supplémentaires seront déployés à proximité de plusieurs sites touristiques.
- **Promouvoir l'usage de la marche à pied**, en communiquant davantage sur les atouts, les bienfaits et la praticité de ce type de déplacement lors des séjours touristiques et grâce à une signalétique adaptée.

**L'information des professionnels sur les actualités concernant les solutions de déplacement sur le territoire sera renforcée pour leur permettre de communiquer efficacement auprès des visiteurs.**

### PROMOUVOIR LES DÉPLACEMENTS EN TRAIN AUPRÈS DES TOURISTES

Des **actions de promotion ciblées** seront déployées auprès du grand public et des professionnels du tourisme (agences, tour-opérateurs) pour inciter les visiteurs à prendre le train pour venir découvrir la métropole lyonnaise. Des **opérations spécifiques seront menées avec les opérateurs ferroviaires**. L'Office du tourisme a ainsi innové en organisant son opération annuelle « Rendez-Vous à Lyon » avec des professionnels du tourisme venus exclusivement en train.

# ZOOM SUR



**les Voies  
Lyonnaises**

## LES VOIES LYONNAISES

Pensé comme un réseau de transports en commun, ce réseau de voies cyclables permettra de parcourir la métropole en empruntant des voies sécurisées, confortables et végétalisées. D'ici 2026, 12 lignes relieront les communes de la périphérie au cœur de l'agglomération, mais aussi les villes de la première couronne entre elles.

### ACCOMPAGNER LA DÉCARBONATION DES FLOTTES DES PRESTATAIRES TOURISTIQUES

La Métropole cherchera à favoriser et accompagner la décarbonation des flottes de véhicules et de bateaux des prestataires touristiques, en lien avec les avancées technologiques. Elle s'attachera à faciliter le déploiement d'infrastructures de recharge pour les véhicules à motorisations moins carbonées et à faire connaître aux acteurs économiques les opportunités de soutien financier à la transition de leur flotte. La Métropole porte ainsi par exemple, aux côtés de Voies Navigables de France et de la Compagnie Nationale du Rhône, l'implantation systématique de bornes électriques haute puissance dédiées aux paquebots fluviaux.

# Résolution 2

## UNE MEILLEURE GESTION DE L'EAU, DES ÉNERGIES ET DES DÉCHETS

Les secteurs du tourisme d'affaires et du tourisme d'agrément doivent faire évoluer leurs pratiques pour réduire leurs déchets et leur consommation d'énergie et d'eau.



### ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- .....○ Accompagner les professionnels dans **la prévention et le tri des déchets** (biodéchets, suppression du plastique à usage unique...).
- .....○ Accompagner **la diminution des consommations d'énergies et d'eau**.





## CONCRÈTEMENT

### ACCOMPAGNER LES PROFESSIONNELS DANS LA PRÉVENTION DES DÉCHETS ET LEUR TRI

- **Engager les professionnels à réduire leur production de déchets et à mieux les trier**, en leur fournissant des conseils et des programmes d'accompagnement soutenus par la Métropole et développés avec ses partenaires.
- **Inciter à la collecte et au compostage des biodéchets**. Sur le modèle des points d'apports de bio-déchets, il s'agit de lancer des expérimentations de compostage accessibles aux acteurs de la restauration, et de tirer des enseignements de leurs retours afin développer de nouveaux modes de faire.

La mutualisation des collectes de bio-déchets entre professionnels sera également encouragée.

Par ailleurs, la Métropole assurera une collecte des bio-déchets à la source dès 2023 pour les établissements entrant dans la compétence de la collectivité (déchets ménagers et assimilés).

- **Accélérer la suppression du plastique à usage unique** : l'enjeu est d'encourager, en lien étroit avec l'Office du tourisme, l'émergence de nouvelles solutions telles que le développement d'un réseau de fontaines à eau permettant aux visiteurs de remplir leur gourdes, ou encore le développement de solutions de contenants consignés pour les professionnels du tourisme.

### ACCOMPAGNER LA DIMINUTION DES CONSOMMATIONS D'ÉNERGIES ET D'EAU

Les bâtiments sont responsables de 27% des émissions de CO2 en France. La réduction de cet impact passe par une plus grande sobriété énergétique et par l'augmentation de la part du renouvelable dans l'énergie consommée.

Les dispositifs d'accompagnement sur les sujets de l'énergie et des économies en eau constituent des opportunités de transformation pour les professionnels du tourisme.

En particulier, l'**appel à projet de la Métropole de Lyon « Soutenir le développement responsable et la modernisation des hébergements touristiques »**, couplé au dispositif « Lyon éco-énergie », permet d'accompagner financièrement les hôteliers qui souhaitent adapter leur établissement aux enjeux climatiques tout en participant à la montée en gamme de l'offre pour les visiteurs.

# Résolution 3

## PROMOUVOIR LA CONSOMMATION LOCALE

**Terre gastronomique et gourmande par excellence, la Métropole de Lyon concentre un patrimoine culinaire unique et sans cesse renouvelé.** Ces savoir-faire reposent sur le travail de produits locaux d'une grande qualité, issus de la diversité des cultures de la région lyonnaise.

Pour faire rayonner ces produits du terroir et en faire profiter pleinement les habitants et les visiteurs, la Métropole a construit une stratégie autour de la résilience alimentaire, de l'alimentation biologique, des circuits courts et de la proximité. Elle porte également le Projet Alimentaire du Territoire LYonnais (PATLY), dont un des objectifs est de soutenir la mise en place d'une logistique alimentaire pour répondre aux besoins du marché local.



### ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- Favoriser l'approvisionnement en produits locaux des professionnels du tourisme.
- Valoriser et faire rayonner la qualité de l'alimentation et des produits locaux.





## CONCRÈTEMENT

### FAVORISER L'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS LOCAUX DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

L'objectif est de renforcer les partenariats entre les producteurs, les professionnels des métiers de bouche, les restaurateurs et les hôteliers en organisant des événements pour favoriser les mises en réseau.

Une réflexion sera engagée avec les professionnels pour **imaginer ensemble des solutions d'approvisionnement en produits locaux innovantes et adaptées aux contraintes des restaurateurs.**

### FAIRE RAYONNER LA QUALITÉ DE L'ALIMENTATION ET DES PRODUITS LOCAUX AUPRÈS DES VISITEURS

Le « bien-manger » est un marqueur du territoire et constitue une plus-value de poids pour l'image de la destination. Qualités qu'il s'agit de renforcer grâce à des stratégies de marketing et de communication visant à valoriser la qualité des produits du terroir et du patrimoine culinaire.

**Le nouveau projet pour la Cité Internationale de la Gastronomie** ambitionne de transformer ce site en un lieu totem de l'alimentation soutenable et de ses savoir-faire. Au cœur du projet, restaurateurs, professionnels de l'alimentation, de l'agriculture et de la nutrition construisent avec la Métropole une nouvelle programmation pour que cet espace contribue activement à la valorisation de toutes les étapes du travail des produits, de la graine à l'assiette. Ce lieu a vocation à être un atout touristique fort, tant pour les Grands Lyonnaises et Grands Lyonnais que pour les visiteurs.

Il s'agira également d'encourager les marchés de producteurs dans les villages d'accueil des grands événements sportifs ou culturels.

## ○ ACCOMPAGNER LES ACTEURS POUR TRANSFORMER DURABLEMENT LES PRATIQUES

Certifications, labels, aides financières, dispositifs d'accompagnement nationaux et locaux... Les outils accessibles aux professionnels du territoire sont nombreux sans que ces derniers sachent toujours comment choisir...

**L'Office du tourisme et la Métropole souhaitent proposer des solutions pour orienter les professionnels vers les dispositifs les plus adaptés.** Leur démarche vise à clarifier l'existant (certifications, labels, aides développées par l'État, la Métropole ou ses partenaires) et à encourager le partage des bonnes pratiques et des bonnes idées, dans une démarche de progrès continue.

**L'accompagnement et le suivi des socio-professionnels vers l'amélioration de leurs impacts seront au centre des préoccupations des services de l'Office du tourisme,** avec des moyens dédiés à ces missions.

### EXEMPLES D'ACTIONS :

- Organisation d'ateliers zéro déchet, de sensibilisation au bilan carbone,
- Accompagnement et formation des hébergeurs, restaurateurs et des sites de loisirs vers la labellisation ou la certification de leur activité (Écolabel européen, Clé verte...).



En 2019, l'Office du tourisme a engagé la destination dans le **GDS-Index (Global Destination Sustainability Index), un programme d'amélioration des performances visant à rendre l'industrie du tourisme et des événements plus responsable.** Plus qu'un classement, ce référentiel international a vocation à engager concrètement tous les acteurs du territoire vers une transition bas-carbone de l'activité et à suivre la progression de la destination dans cette voie.

En 2021, Lyon est passée d'une note de 55% en 2019 à une note de 80%.

GDS constitue à ce titre un **indicateur de suivi des progrès et résultats** réalisés par la destination et ses acteurs en termes de tourisme responsable.



# Objectif

1

2

3

4

UN TOURISME  
INCLUSIF, PARTICIPATIF  
ET RESPECTUEUX



## Construire un tourisme plus responsable engage à placer l'humain et l'hospitalité au cœur de l'expérience touristique.

Cela nécessite d'améliorer l'accessibilité de la destination et de penser le tourisme comme un vecteur d'inclusion et de cohésion sociale. Construire un tourisme plus responsable implique aussi **de donner une véritable place aux habitantes et habitant dans l'activité touristique**. Il s'agit également de **veiller à ce que le tourisme reste accepté par les résidents, sans susciter de rejet** comme c'est le cas dans certaines destinations européennes.

# Résolution 1

## UNE DESTINATION PLUS ACCESSIBLE POUR TOUTES ET TOUS

Aux côtés des professionnels, la Métropole entend œuvrer pour développer la **solidarité et l'exemplarité en matière d'accessibilité touristique**. L'objectif est de travailler sur l'ensemble de l'offre et de la chaîne d'accessibilité pour les visiteurs et les habitants, de manière pragmatique et en optimisant l'existant.

Pour atteindre cet objectif, la Métropole souhaite engager l'ensemble du territoire dans l'obtention de la marque nationale « Destination pour tous ».

### ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- .....○ Capitaliser sur la candidature à la marque « Destination pour tous » pour :
- .....○ Enclencher une **démarche collective et ambitieuse sur le sujet de l'accessibilité**.
- .....○ Diffuser une **information fiable et lisible** de l'offre touristique adaptée aux publics en situation de handicap.





## CONCRÈTEMENT

### OBTENIR LA MARQUE « DESTINATION POURTOUS ».

Cette **marque nationale** valorise des territoires qui proposent des séjours inclusifs, ayant pris en compte les différentes formes de handicap (physique, sensoriel, cognitif ou mental) mais également les contraintes de celles et ceux dont les déplacements sont entravés (personnes âgées, parents avec poussette, voyageurs avec bagages...) ou encore les problèmes de communication liés à la langue.

L'intérêt de candidater à l'obtention de la marque « Destination pour tous » réside, au-delà de la visibilité qu'elle confère, dans le processus de labellisation à engager.

En effet, les socioprofessionnels volontaires **seront accompagnés dans la mise en accessibilité universelle de leurs équipements, en particulier en termes d'usages, grâce à la réalisation d'un audit.**

En outre, la visibilité des offres accessibles aux publics en situation de handicap sera renforcée.



# Résolution 2

## RENDRE LES HABITANTS ACTEURS DU TOURISME DE LEUR TERRITOIRE

Pour renforcer la singularité et les atouts de Lyon et de sa métropole en matière d'accueil et de d'hospitalité, l'ambition est de placer les habitantes et habitants du territoire au cœur des stratégies et de les considérer comme de **véritables « ambassadeurs » du tourisme.**



### ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- .....○ Faire des Grands Lyonnais les premiers ambassadeurs du tourisme du territoire
- .....○ Favoriser de nouvelles formes d'hospitalité liées au tourisme dans les quartiers de la métropole





## CONCRÈTEMENT

### FAIRE DES GRANDS LYONNAIS LES PREMIERS AMBASSADEURS DU TOURISME DU TERRITOIRE

Il s'agira pour cela de s'appuyer davantage sur la **démarche des ambassadeurs ONLYLYON** (ils sont 20 000 dans la métropole) qui permet de cultiver un **sentiment d'appartenance au territoire et de fierté**.

Des démarches seront menées avec l'Office du tourisme, telles que l'organisation de « focus group » pour cerner les besoins des habitantes et habitants dans la perspective d'adapter des outils pertinents afin de les aider à recevoir leurs amis et leur famille en visite sur la métropole (40% du total des nuitées).

Le réseau des « Lyon City Greeters » - des bénévoles qui font découvrir leur ville à leur manière - sera développé sur l'ensemble de la métropole en s'appuyant sur les élus qui souhaitent en faire le relais auprès des citoyens de leur commune.

### FAVORISER DE NOUVELLES FORMES D'HOSPITALITÉ LIÉES AU TOURISME DANS LES QUARTIERS

La Métropole de Lyon et l'Office du tourisme, en lien avec les acteurs des quartiers de la Politique de la ville, ont lancé une réflexion pour **renforcer les liens entre certains quartiers prioritaires et le tourisme**. L'objectif est d'organiser la mise en œuvre d'actions « tests » dans ces quartiers telles que des balades urbaines co-commentées par des guides et des habitants, des repas ouverts aux touristes, des échanges culturels, des visites touristiques de Lyon et de sa métropole pour des habitants des quartiers, etc.



# Résolution 3

## UNE ACTIVITÉ TOURISTIQUE ACCEPTABLE ET ACCEPTÉE PAR LES HABITANTS

Selon l'enquête sur la perception du tourisme par les résidents réalisée pour la Métropole de Lyon en 2019 par le cabinet TCI Research\*, la majorité des répondants soutenaient le tourisme au regard de ses impacts positifs sur le territoire. Et 75% estimaient par ailleurs que la métropole devait continuer à se promouvoir pour attirer des touristes.

A la différence d'autres villes européennes, **la Métropole de Lyon ne connaît ainsi pas de phénomène de sur-tourisme. Mais il convient d'être vigilant pour maintenir l'acceptabilité du tourisme auprès des habitants, celui-ci impliquant en effet la cohabitation de nombreux usages.**

\*TCI Research réalise un baromètre sur la perception du tourisme dans plus d'une vingtaine de villes européennes.

### ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

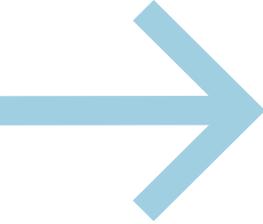
- Veiller à assurer une **meilleure répartition des flux sur le territoire**
- Réduire **les conflits d'usage entre touristes et habitants**
- **Réguler le développement des meublés** de tourisme



### CONCRÈTEMENT

#### **VEILLER À ASSURER UNE MEILLEURE RÉPARTITION DES FLUX SUR LE TERRITOIRE**

L'objectif est de **désengorger les sites sur-fréquentés** par les touristes tels que le Vieux-Lyon ainsi que certains sites naturels le week-end. L'Office du tourisme s'appuiera pour cela sur ses outils de communication dont « ONLYLYON Expérience » pour avertir les touristes des pics de fréquentation sur les sites et leur proposer des alternatives. La Métropole activera également ses réseaux de communication pour sensibiliser les publics au respect des sites naturels et les inciter à découvrir des sites et chemins de randonnées plus confidentiels.



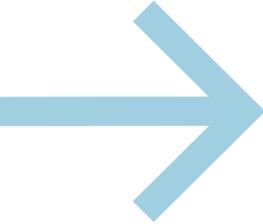
## S'ATTACHER À RÉDUIRE LES CONFLITS D'USAGES ENTRE TOURISTES ET HABITANTS

L'Office du tourisme poursuivra ses **actions de médiation** sur les sites patrimoniaux les plus visités (déploiement des City Helpers, chartes de guidage dans les traboules...).

La Métropole de Lyon et l'Office du tourisme participeront à l'animation d'un « Club croisière » du bassin Rhône-Saône. Celui-ci fédérera tous les acteurs des croisières fluviales du bassin pour structurer des actions **en faveur d'un tourisme fluvial plus acceptable et responsable**. Avec, en perspective, l'élaboration d'une charte commune de l'accueil des paquebots fluviaux pour limiter au maximum les impacts négatifs de ces derniers.

La Ville de Lyon, en lien avec la Métropole et l'Office du tourisme, engagera un travail sur le **plan de stationnement des autocars** afin d'en réduire les nuisances.

Des **enquêtes sur la perception du tourisme par les résidents** continueront à être réalisées régulièrement.

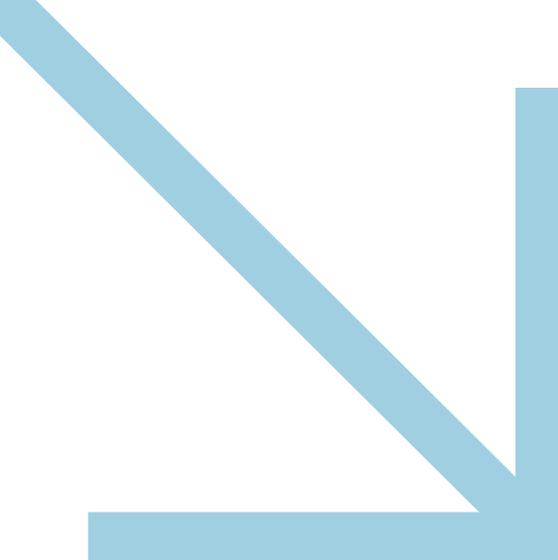


## RÉGULER LE DÉVELOPPEMENT DES MEUBLÉS DE TOURISME

La Métropole de Lyon et la Ville de Lyon ont mis en place une démarche volontariste pour faire face au développement de l'activité de meublés de tourisme via les plateformes numériques.

Celle-ci s'appuie sur une **réglementation spécifique**, entrée en vigueur depuis 2017, sur les autorisations de changement d'usage des logements en meublés. Cette réglementation vise à protéger l'habitat en évitant de soustraire de nombreux logements au marché de la location longue durée ; elle ne concerne pas la location occasionnelle (quelques jours ou semaines dans l'année) de la résidence principale du loueur, laquelle complète l'offre hôtelière.

La Métropole de Lyon mettra également en œuvre un **outil de veille sous la forme d'un baromètre sur l'évolution de l'offre de meublés de tourisme dans la métropole**. Celui-ci sera alimenté par les données issues des plateformes de location et permettra de faire évoluer les réglementations d'urbanisme en lien avec les communes concernées le cas échéant.



# Conclusion : une gouvernance élargie du tourisme métropolitain

**LE SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME RESPONSABLE OFFRE UN CADRE AUX ACTIONS DE L'OFFICE DU TOURISME, DE LA MÉTROPOLE DE LYON ET DE SES PARTENAIRES POUR LES ANNÉES À VENIR.**

La mise en œuvre de la stratégie touristique s'appuiera largement sur toutes les parties prenantes du secteur : communes, professionnels, habitantes et habitants... Elle impliquera aussi des coopérations renforcées au niveau des communes de la métropole, des territoires voisins, des villes européennes partenaires...

Une **gouvernance élargie** du tourisme sera mise en place dès début 2022 pour faire vivre le Schéma de développement du tourisme responsable.

**Un Conseil de destination se réunira périodiquement pour suivre et évaluer les actions mises en place dans le cadre du Schéma. Il permettra également de le réorienter en fonction des évolutions du contexte et des besoins exprimés.**



## **Métropole de Lyon**

**Délégation au Développement Responsable**  
**Direction Valorisation Territoriale et Relations Internationales**  
**Service Tourisme**

20, rue du Lac- CS 33569  
69505 Lyon cedex 03  
[www.grandlyon.com](http://www.grandlyon.com)