

2019
RAPPORT
D'ACTIVITÉ



SUPERIGUEUX

Office de Tourisme
du Grand Périgueux

SOMMAIRE

04

Gestion

08

Investissement

09

Aménagements

14

Nouvelles technologies
d'information
et de communication

18

E-Réputation

19

Image du Grand Périgueux
et de la Marque de Territoire

20

Foires, salons
& micromarchés

24

Publics locaux

27

Public souffrant d'un handicap

28

Tous les publics

ÉDITO



Jacques Auzou
Président de l'Office du Tourisme
Intercommunal du Grand Périgueux

La loi n°2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République, dite loi NOTRe, modifie la compétence tourisme des collectivités territoriales.

Elle consacre le niveau intercommunal pour ce qui relève de la création, l'aménagement, l'entretien et la gestion des zones d'activité touristique, ainsi que pour ce qui relève de la promotion du tourisme, compétence à laquelle est rattachée la création des offices de tourisme, à compter du 1^{er} janvier 2017.

A ce titre, le Grand Périgueux a modifié ses statuts pour exercer cette compétence et créer un Office de Tourisme Intercommunal. Cet organisme initialement constitué sous forme associative, est devenu un Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC) le 1^{er} décembre 2018.

L'organe délibérant de la structure, le Comité de Direction, est composé de 31 membres : 16 élus communautaires, 12 représentants des professionnels du tourisme et 5 personnalités qualifiées du territoire. Une première convention reliant la Communauté d'Agglomération du Grand Périgueux et l'Office du Tourisme Intercommunal pour une période de 7 ans,

détaille les objectifs fixés par la collectivité et les moyens alloués à l'EPIC. Les missions principales de l'Office du Tourisme Intercommunal sont :

- L'accueil et l'information des touristes,
- La promotion touristique en coordination avec les Comités Départemental et Régional du Tourisme,
- La mise en œuvre de la politique touristique communautaire et du Schéma Local de Développement Touristique notamment dans les domaines des services et de l'exploitation de sites touristiques,
- La coordination et la contribution aux programmes locaux de développement et d'animation dont le projet Nouvelle Organisation Touristique des Territoires,
- La commercialisation de prestations de services touristiques, de produits locaux,
- Le conseil et l'accompagnement de porteurs de projets publics et privés.

Le rapport d'activité 2019 rend compte du premier exercice de l'EPIC Office du Tourisme Intercommunal, exercice largement consacré à son organisation administrative et financière.

Jacques Auzou

GESTION

L'EPIC Office de Tourisme Intercommunal du Grand Périgueux dispose d'un budget de fonctionnement et d'investissement pour mener à bien les missions de développement touristique confiées par la Communauté d'Agglomération du Grand Périgueux. Le budget est constitué d'un **budget principal** consacré aux missions de service public hors champ de la TVA et d'un **budget annexe** ciblant les

activités industrielles et commerciales assujetties à la TVA. Cette nouvelle décomposition, différente du cadre financier propre à la structure associative précédente, ne nous permet pas stricto sensu de comparer les données 2018 et 2019.

Source : Compte administratif 2019

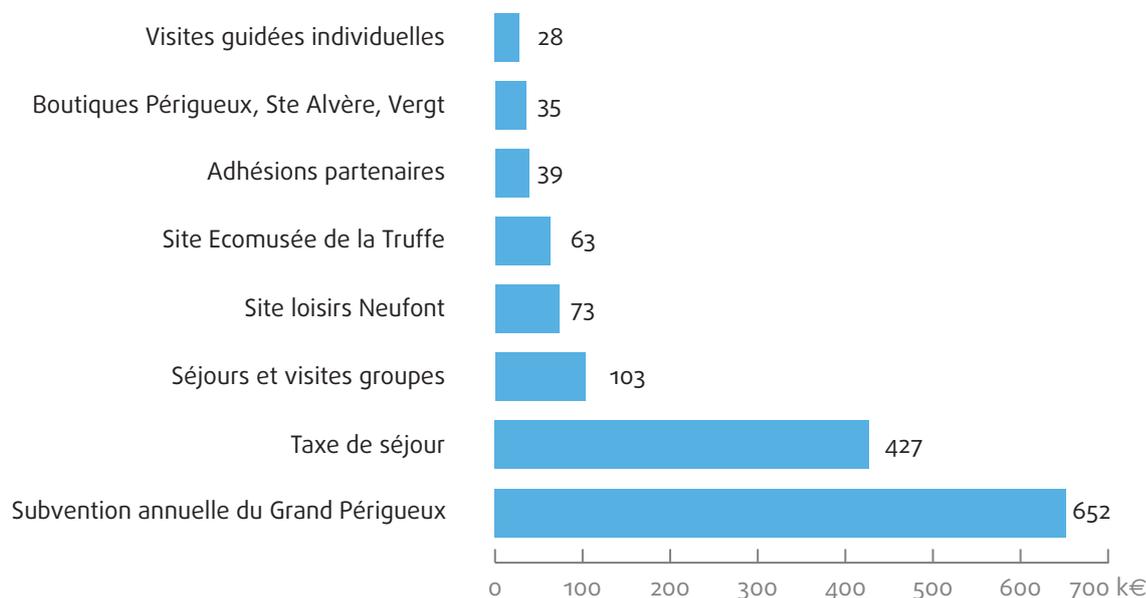
Favoriser l'autofinancement et les ressources propres, notamment par le développement des produits d'activités

D'où viennent les ressources du budget global 2019 de l'Office du Tourisme Intercommunal ?

1 420 000€ de ressources en 2019 - dont - **768 000€** de ressources propres

- Taxe de séjour 427 k€ (30%)
- Visites guidées individuelles 28 k€ (2%)
- Séjours et visites groupes 103 k€ (7%)
- Adhésions partenaires 39 k€ (3%)
- Produits boutiques Périgueux, Sainte-Alvère, Vergt 35 k€ (2,5%)
- Site de Loisirs Neufont en gestion (activités nautiques, camping) 73k€ (5%)
- Site de l'écomusée de la truffe à Sorges et Ligueux en gestion (entrée musée et boutique) 63 k€ (4,5%)
- Subvention annuelle Grand Périgueux (nature et numéraire) 652 k€ (46%)

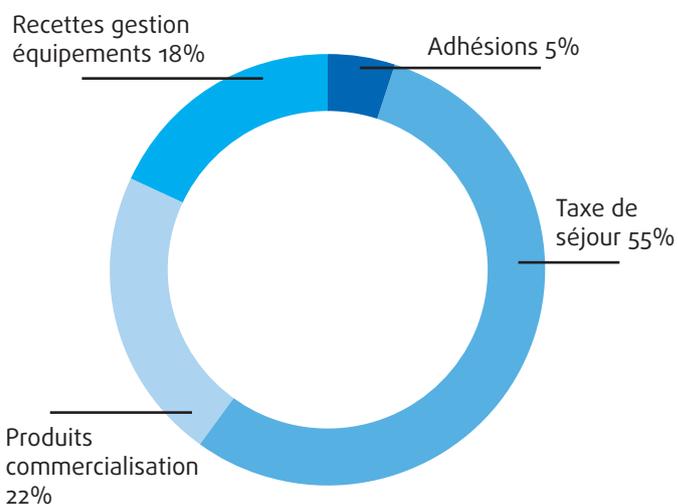
RESSOURCES BUDGETS PRINCIPAL ET ANNEXE 2019





4 catégories de recettes constituent la part des ressources propres de l'OTI (54% du budget global) :

- Taxe de séjour perçue par l'OTI
- Produits de commercialisation : visites guidées (dont site Durestal), séjours, boutiques et commissions spectacles
- Recettes des équipements confiés en gestion par le Grand Périgueux
- Adhésions des partenaires de l'OTI (Hébergeurs, restaurateurs et sites de loisirs) en échange d'une communication et diffusion papier et/ou numérique



Perspectives...

Le classement des ressources propres indique la part majoritaire occupée par la taxe de séjour par rapport aux produits et recettes perçues par l'OTI. La volonté de valorisation toujours plus fine du territoire touristique, l'adaptation aux attentes des clients ainsi que les aménagements qualitatifs des sites confiés en gestion par le Grand Périgueux, à venir, doivent engendrer une évolution de ces ressources directes.



Réaliser des économies par la mutualisation de services ou la rationalisation des achats

Différentes évolutions ont généré une réorganisation des ressources et des compétences au sein de l'OTI en 2019 :

- Le passage du statut associatif au statut d'EPIC,
- L'instruction budgétaire et comptable M4, applicable aux services publics industriels et commerciaux,
- La gestion d'un nouvel équipement, l'écomusée de la truffe à Sorges et Ligeux,
- L'encadrement d'agents supplémentaires,
- Service financier commun du Grand Périgueux: intégration d'un agent comptable de l'OTI (0.6 ETP) dans le service financier commun pour une appropriation de la comptabilité publique plus efficace et un relai assuré par l'équipe en son absence,
- Direction des ressources humaines du Grand Périgueux : établissement des bulletins de salaire, gestion des carrières, des congés et arrêts de travail pour l'ensemble du personnel mis à disposition (50% du personnel permanent de l'OTI),

- Service marchés publics du Grand Périgueux : consultations pour le compte de l'OTI,
- Service informatique commun du Grand Périgueux : conseil, installation, entretien, maintenance, achats (refacturés) et relations avec fournisseurs pour tout le parc informatique et téléphonique de l'OTI.

Tout achat réalisé en direct par les services de l'OTI, qu'il soit destiné à la revente en boutiques, à la distribution (goodies et brochures), au fonctionnement interne de la structure ou des sites gérés, fait l'objet d'une vérification, afin d'éviter les doublons, de bénéficier de réductions en fonction de la quantité commandée et de contrôler les stocks.

- Un référent unique au sein de l'équipe doit être nommé pour plus d'efficacité et de visibilité.

Hors mesures nouvelles ou sujétions imposées par le Grand Périgueux, l'évolution des dépenses de fonctionnement dans les mêmes proportions que celles de la communauté

Les réalisations financières de l'OTI et de la collectivité pourront être comparées afin de vérifier le taux d'évolution des dépenses de fonctionnement, après le deuxième exercice de l'EPIC, dans le rapport d'activité 2020.

Une indication intéressante : la subvention de fonctionnement annuelle réellement allouée par le Grand Périgueux (source comptes administratifs 2018 et 2019) s'est avérée inférieure en 2019 par rapport à l'exercice 2018.

- La subvention en nature 2019 est légèrement supérieure à 2018, très ajustée par rapport aux prévisions. La réintégration de certains agents dans la collectivité d'origine, remplacés dans certains cas par du personnel de droit privé explique cet équilibre.
- La subvention en numéraire 2019 est en deçà de 2018 et des prévisions, du fait du report de certaines opérations dont le recrutement d'un référent pour le projet Nouvelle Organisation Touristique des Territoires, les études relatives au développement de l'écomusée et à la création d'un centre des maquis.



Subvention de fonctionnement Grand Périgueux

Cette subvention se décompose en deux parties : en nature (personnel et locaux mis à disposition) et en numéraire.

481 499€

subvention nature

341 400€

subvention numéraire

2018

510 700€

subvention nature

141 300€

subvention numéraire

2019

Optimisation de la taxe de séjour

Comment la collecter ?

La taxe de séjour est collectée par les hébergeurs ou les plateformes de réservation en ligne et dans un second temps reversée à l'Office de Tourisme du Grand Périgueux. Elle est affectée aux dépenses destinées à favoriser la fréquentation touristique.

Comment se calcule la taxe de séjour ?

A partir du **1^{er} Janvier 2019**, en lien avec la réforme de la Taxe de séjour, le Grand Périgueux (délibération **DDo85-2018**) décide de fixer les tarifs pour les hébergements non classés à **3%** du montant HT de la prestation par nuitée et par personne. Pour les hébergements classés, ainsi que les chambres d'hôtes et les campings : les barèmes correspondent à la catégorie de l'hébergement (8 au lieu de 10 avant la réforme).

Comment optimiser la taxe de séjour ?

La taxe de séjour collectée permet à l'Office de Tourisme du Grand Périgueux d'investir dans des campagnes de promotion et de communication à différents niveaux : local, départemental, régional, national et international. L'évolution de l'attractivité de notre offre, doit contribuer directement à l'augmentation du nombre de nuitées sur le Grand Périgueux, un cercle vertueux en somme.

De plus, des outils de veille doivent être développés favorisant le suivi des déclarations, la relance des mauvais payeurs à l'aide de la base de données « sirtaqui » recensant tous les hébergeurs de la zone touristique.

L'évolution de la taxe de séjour en 2019

Le Grand Périgueux a souhaité fixer le pourcentage de 3% pour les non classés afin de prélever une recette quasiment identique à 2018, une comparaison peut donc être mise en valeur. Pour l'année 2019, on enregistre une somme de 427 000,00€ contre 376 917,48€ en 2018, soit **une augmentation de 50 082,00 €**.

Perspectives...

Permettre aux hébergeurs de déclarer et payer en ligne et identifier un référent taxe de séjour au sein de l'OTI : deux orientations vecteurs d'efficacité dans la gestion de la taxe de séjour.





Favoriser les investissements touristiques du Grand Périgueux

Les différents services de l'OTI sont des canaux propices à une veille sur les investissements touristiques :

- Différents lieux d'accueil de l'OTI : première entrée pour les porteurs de projet, qui interrogent les conseillers en séjours sur l'offre existante,
- Pôle promotion-commercialisation : contact permanent avec les professionnels du tourisme, hébergeurs, restaurateurs, sites de loisirs, agences de communication, agences de voyage, présence dans des salons nationaux et européens,
- Sites extérieurs gérés par l'OTI : les thématiques du loisir en plein air, de la gastronomie, de la mémoire sont autant de domaines qui mettent en lumière les potentiels investissements complémentaires,
- La direction de l'OTI en lien avec les institutions touristiques, les professionnels, les élus du territoire, les référents du territoire élargi relatif au projet NOTT (Nouvelle Organisation Touristique des Territoires) et plus globalement au Schéma local de Développement Touristique, les promoteurs immobiliers.

La veille sur les investissements touristiques est stratégique mais elle doit être arrimée à une action de développement de l'offre : repérer les opportunités, révéler les manques, communiquer sur les besoins, favoriser l'interaction, évaluer la faisabilité des projets :

- Participation à l'étude de définition d'un produit touristique « Chancelade » autour du site de l'abbaye et des carrières,
- Participation au projet de valorisation du parcours gallo-romain de la ville de Périgueux,
- Définition et lancement d'un projet d'étude autour de la création d'un centre national dédié aux Maquis,
- Instruction technique des opérations de l'appel à projet 2020 du Grand Périgueux en faveur du développement touristique tel qu'inscrit dans les actions du Schéma local de développement touristique,
- Projet de gestion du Chai de Lardimalie à Saint Pierre de Chignac en 2020 et prospective sur son exploitation future,
- Projet de gestion d'un nouveau Bureau d'Information Touristique sur le secteur de Niversac après réhabilitation de la halle.



Adapter, renforcer et diversifier l'Offre Touristique, 3 projets mis en exergue

● Projet de Centre national de mémoire et d'histoire des maquis

Les maquis

La thématique des maquis a été dédiée à la Dordogne par le réseau Musée de la Résistance Nationale, en raison de l'importance de l'engagement des maquisards dans la lutte contre l'occupant nazi et la force armée supplétive de Vichy dans le département.

Le projet

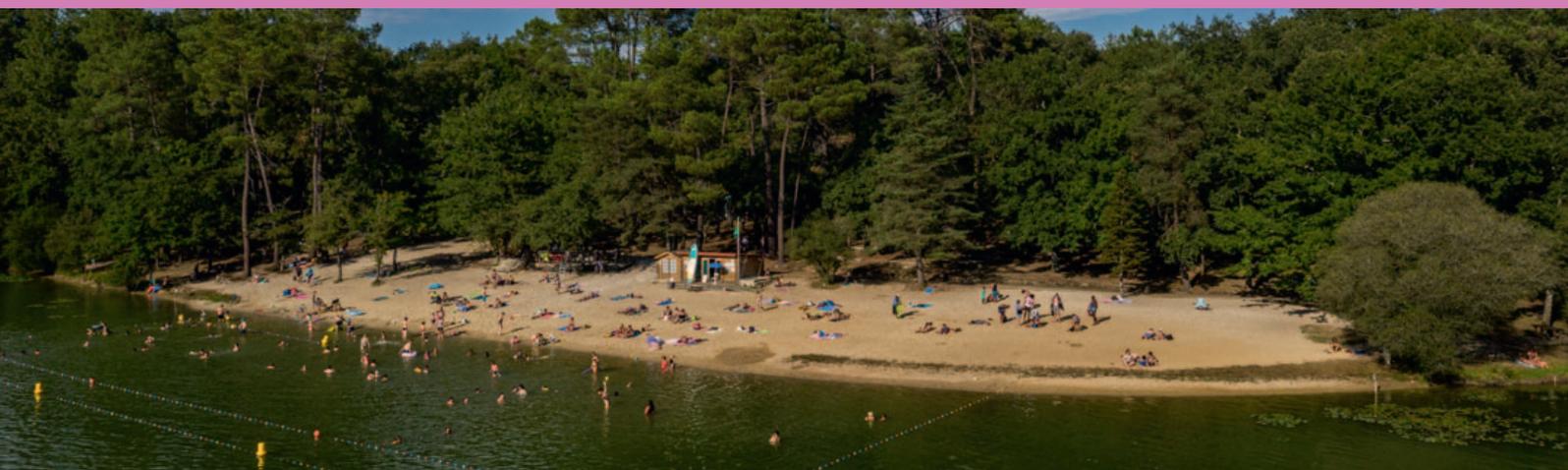
Créer un centre national de mémoire et d'histoire des maquis répondrait à différents besoins : l'exploitation d'archives départementales et nationales importantes représenterait un intérêt évident pour un public varié : universitaires, historiens, scolaires, touristes. Ce lieu pourrait faire le lien, renvoyer vers des sites de mémoire du territoire tout en concentrant en son sein les ressources pédagogiques, historiques et mémorielles. Le Maquis de Durestal mis en tourisme et géré par l'OTI restant une illustration physique parmi d'autres de ce qui serait défini et valorisé via un projet scientifique. Une étude d'opportunité permettra de vérifier l'intérêt et la faisabilité du projet.

Gestion touristique du Maquis de Durestal

Le contenu d'audioguides à disposition du public a été conçu par l'OTI en cohérence avec une nouvelle signalétique, en collaboration avec l'association *La mémoire de nos pères* et le *Centre Départemental de la Mémoire*. Le recrutement d'un saisonnier étudiant en histoire a permis de compléter l'offre de visites guidées proposées par l'OTI, pendant la période estivale.



AMÉNAGEMENTS



● La base de loisirs et le camping de Neufont

Le Grand Périgueux a confié la définition d'un projet d'aménagement complet du site à un cabinet d'architecture, travaux de définition auxquels l'OTI a participé. La mise en œuvre devant a priori débuter après la saison 2020, la structuration et l'adaptation du site à la demande prennent corps au fil des saisons.

Gratuité de l'accès au lac, renforcement des activités nautiques, équipe saisonnière complétée

Afin de renforcer l'attractivité du site, l'accès au lac est gratuit dès le début de la saison 2019. L'investissement dans des équipements tels que paddles et pédalos très sollicités, compense une partie du manque à gagner.

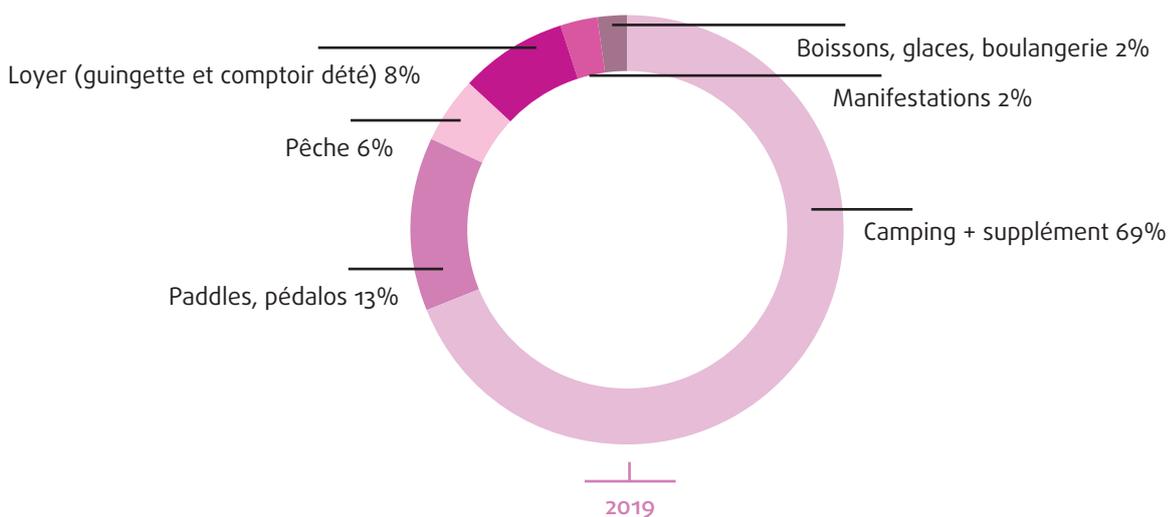
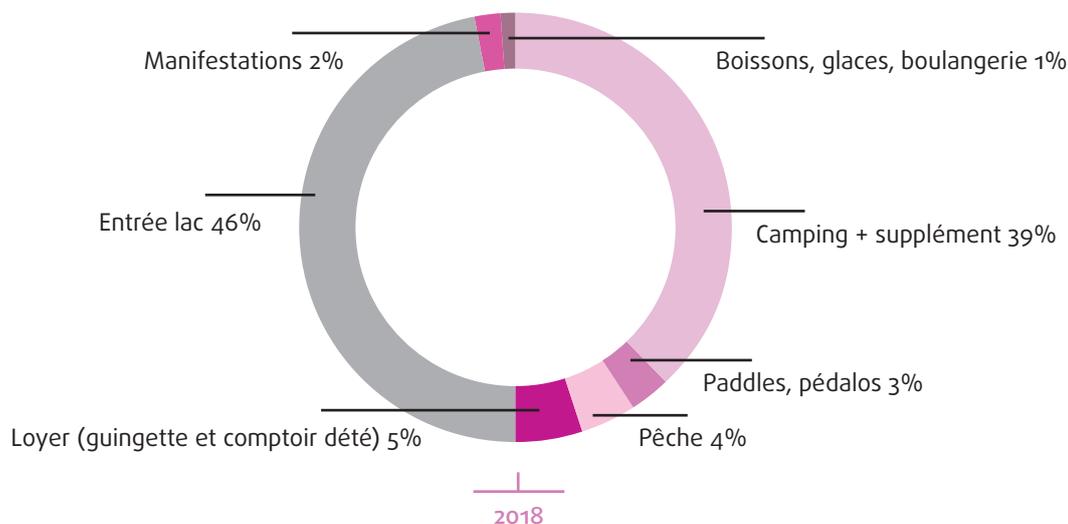
Un effort très significatif est réalisé en matière de ressources humaines sur le site par rapport à 2018, puisque 5 maîtres-nageurs se sont relayés tout l'été (contre 3 en 2018), un agent de sécurité présent tous les week-ends et deux agents d'accueil à l'entrée du lac malgré la gratuité.

Un éco-compteur

a été installé par le Grand Périgueux à l'entrée du lac : une période d'analyse du vendredi 12 juillet au samedi 31 août 2019 montre un cumul de 107 059 passages et une moyenne journalière de 2 099 passages. Cette donnée est à relativiser par rapport aux divers déplacements du public sur site et ne peut être comparée aux chiffres de 2018, s'appuyant sur l'enregistrement de 12 578 entrées payantes.



RECETTES DE LA BASE DE LOISIRS DE NEUFONT



Bon à savoir :
Depuis 2019 l'accès au lac est gratuit

CHIFFRES D'AFFAIRES

127 745€

2018

80 584€

2019

-36,92%

Évolution

Entre 2018 et 2019 une baisse de 47 161 € de chiffre d'affaire soit 36,92%, liée à la gratuité de l'entrée du lac de Neufont. Sans cette perte logique, la saison 2019 a enregistré de meilleurs résultats

en location de camping, 55 388 € contre 45 611 € en 2018, tout comme la location des paddles et pédalos, 10 373€ € contre 3 048 €.

AMÉNAGEMENTS



● Écomusée de la truffe

L'écomusée est constitué d'un espace muséal et d'une boutique spécialisée. La gestion du site confiée à l'OTI en 2019 par le Grand Périgueux a pour objectif de vérifier l'opportunité et la viabilité (au vu des chiffres de fréquentation p.13) de la structure en l'état et le cas échéant, d'envisager des pistes d'adaptation ou d'évolution. Le concept de centre de ressources départemental permettrait de réunir les moyens et compétences de tout un territoire autour du produit truffe visant un public plus large.

Des études avec la section biochimie de l'IUT de Périgueux, l'Institut du Goût du Périgord et Evidence Aromatic sont initiées afin de déterminer les diverses dimensions de valorisation du produit (identification morphologique, définition de descripteurs olfactifs pour création de malles aromatiques, élaboration d'une bibliographie, de

procédures de conservation...) en partenariat avec la Fédération Départementale des Trufficulteurs du Périgord.

Ces études prévues sur 2 années ont pour objectif sous-jacent le dépôt d'une marque de protection pour la truffe du Périgord.

Perspectives...

La recherche avancée de contenu pour un futur projet muséal ne pourra se priver d'une étude d'opportunité à confier à un prestataire, démontrant les différentes modalités d'évolution et d'aménagement de l'équipement.



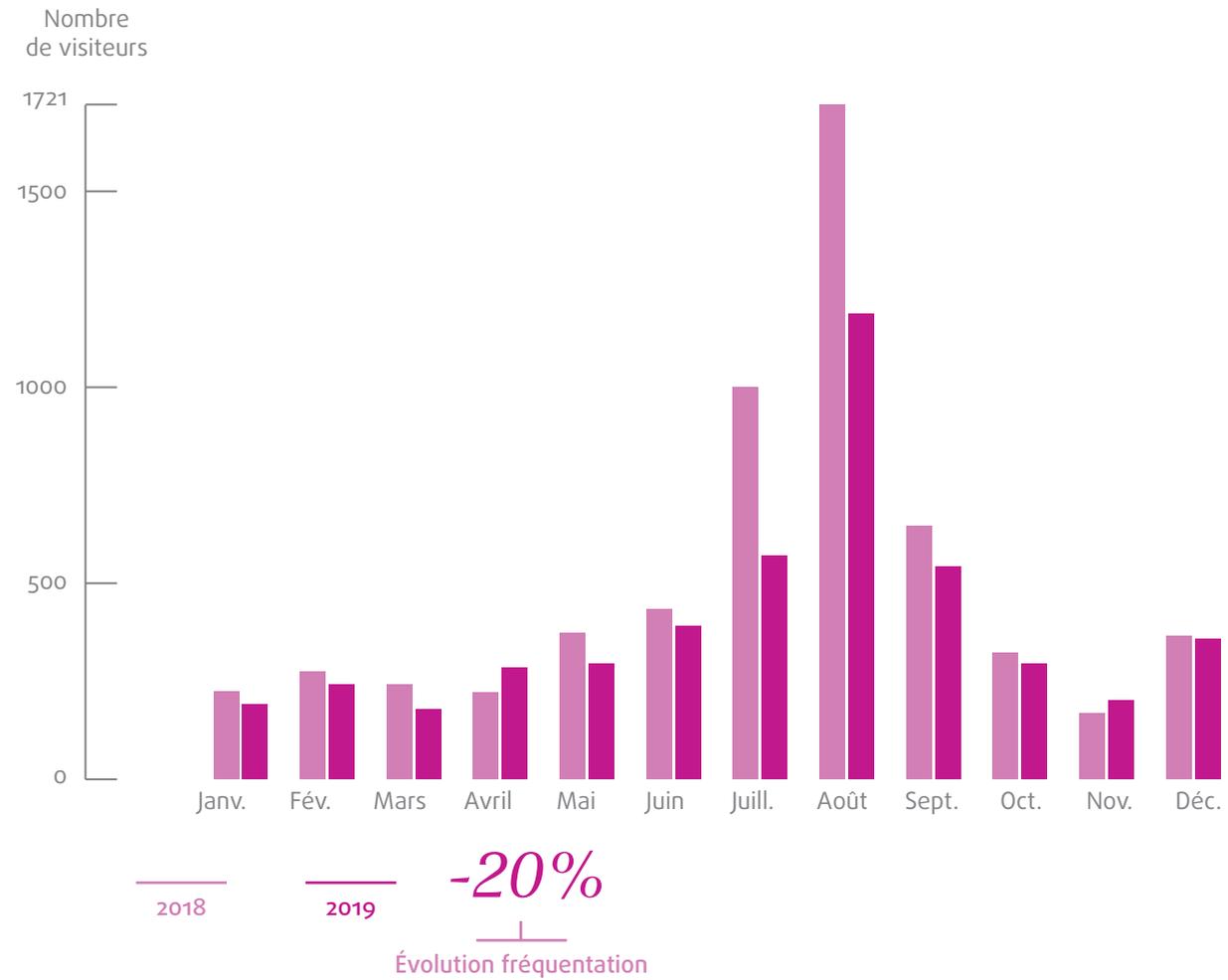
Office de Tourisme
du Grand Périgueux

9 bis Place du Coderc - 24000 Périgueux
+33(0)5 53 53 10 63
contact@tourisme-perigueux.fr

ST. PERIGUEUX
Office de Tourisme
du Grand Périgueux

Un dépliant intitulé "La Truffe dans tous ses états" présente les 3 truffes récoltées en Périgord, aborde les différents types de conservation, contient un calendrier des marchés et des fêtes de la truffe qui sera actualisé chaque année.

COURBE DE FRÉQUENTATION 2018/2019



CHIFFRES D'AFFAIRES

74 950€

2018

74 526€

2019

-0,57%

Évolution



Promouvoir le Grand Périgueux au cœur du Périgord en tant que destination touristique

Innovation de la communication

Il est indispensable de communiquer pour rester présent dans l'esprit des internautes, mais rester présent ne suffit pas pour créer de l'engagement. Pour que les publications génèrent des likes et soient repartagées par nos fans nous utilisons, autant que possible, des éléments visuels (photos & vidéos) et des « titres accrocheurs » (clairs et concis).

Nous veillons également à ne pas communiquer de la même façon sur tous les réseaux sociaux. Nos cibles n'étant pas les mêmes, nous adaptons notre communication. Par exemple sur Facebook, le divertissement est roi alors que sur Instagram nous privilégions le « beau ».

Accroître la présence des internautes

Aussi, nous savons depuis quelques années déjà que l'heure de publication est déterminante pour obtenir un bon taux d'engagement. Le résultat n'est pas le même si on publie à 12h ou à 15h par

exemple. Nous tenons donc à jour, chaque mois, des statistiques de nos réseaux sociaux. Ces chiffres nous permettent d'obtenir de précieuses informations et de réajuster, les différents critères évoqués ci-dessus au cours de l'année.

Enfin depuis mai 2019 un planning de publication a été créé, sur lequel nous notons en avance tous les événements qui devront faire l'objet d'un post spécifique. Une organisation adaptée pour des événements "incontournables".

Bon à savoir :

En 2019, nous avons intégré plus de vidéos à nos publications (1 à 3 minutes) car nous avons remarqué que celles-ci génèrent +59% d'interactions par rapport aux autres publications.

Attirer les clientèles étrangères / Sites internet OTI et Neufont

Le site Internet : www.tourisme-grandperigueux.fr

Bon à savoir :

Une session correspond à la période au cours de laquelle un utilisateur est actif sur votre site ou application.

Le référencement naturel désigne l'ensemble des techniques mises en œuvre pour améliorer la position d'un site web sur les pages de résultats des moteurs de recherche.



90 365

visiteurs uniques



112 686

visites en 2019



165 589

pages vues



5 681

fans



1 403

followers



Ici, bat le coeur du Périgord

Préparez votre séjour

TOP PAGES

En 2019, nous observons un mouvement dans le top 10 des pages les plus consultées. La page « La Cathédrale » se hisse en première place suivie de l'agenda désormais à la seconde place ce qui témoigne de l'intérêt des internautes pour ce contenu pratique mis à jour chaque semaine.

LA GESTION DES DONNÉES TOURISTIQUES

L'Office de Tourisme du Grand Périgueux gère les données des offres touristiques présentes sur son territoire. Chaque année, ce sont plus de 5 200 fiches qui sont saisies et actualisées quotidiennement sur la base de données touristiques régionales « Sirtaqui ». Ces données alimentent ensuite l'information digitale de l'Office de Tourisme mais aussi différents sites tels que Dordogne Périgord Tourisme.

TOP RÉGIONS FRANÇAISES (nbr de sessions)



TOP 5 PAYS ÉTRANGERS



Hormis la région Parisienne, l'essentiel des visites est concentré dans un rayon de 400 km.

Plus de 40% des visiteurs sont situés en Nouvelle-Aquitaine.





Réseaux sociaux



5 681

fans



1 403

fans

#grandperigueux_tourisme
#tourisme_perigueux



73

abonnés



38

publications

28 832



Instagram

Femmes (64% de l'audience)
25-34 ans (+31%)

Périgueux, Bordeaux, Paris,
Sarlat, Bergerac...

- Participation à 3 Instagrammeet dont 2 en partenariat avec l'OT.
- 365 photos partagées avec le hashtag #tourisme_perigueux
- 116 photos partagées avec le hashtag #grandperigueux_tourisme



Facebook

Femmes (62% de l'audience)
35-44 ans (+15%)

Périgueux, Bordeaux, Paris,
Bergerac, Coulounieix-Chamiers...

- Publication à succès sur Facebook
- 8 219 personnes atteintes
- 335 réactions, commentaires et partages
- 48 partages
- 278 j'aime

NOUVELLES TECHNOLOGIES D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION

Le site Internet : www.neufont.com

Le site Internet a été créé en mai 2019. En 2020 un travail pour améliorer le référencement naturel est prévu.



5 673

visiteurs uniques



7 072

visites en 2019



20 354

pages vues



1 124

fans



48

abonnés #neufont

TOP PAGES

En 2019, nous enregistrons en top 3 des pages les plus consultées : la page d'accueil et juste en suivant, les pages « loisirs », « camping » et « restauration ».

TOP RÉGIONS FRANÇAISES (nb de sessions)



TOP 5 PAYS ÉTRANGERS

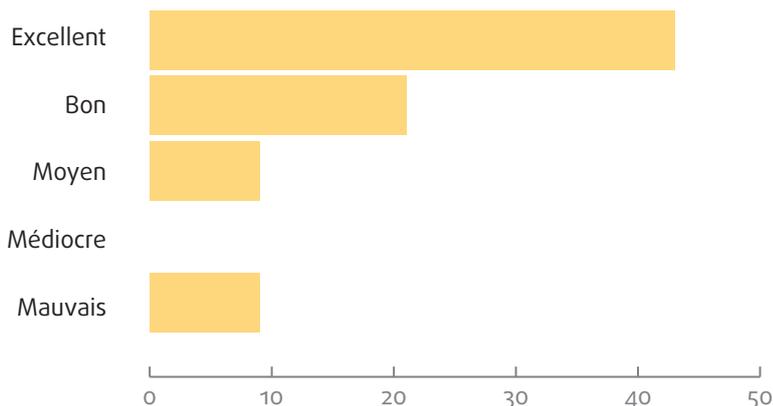


Plus de 56% des visiteurs français se connectent au site internet depuis la Nouvelle-Aquitaine.

S'assurer de l'optimisation de l'e-réputation du Grand Périgueux dans le monde

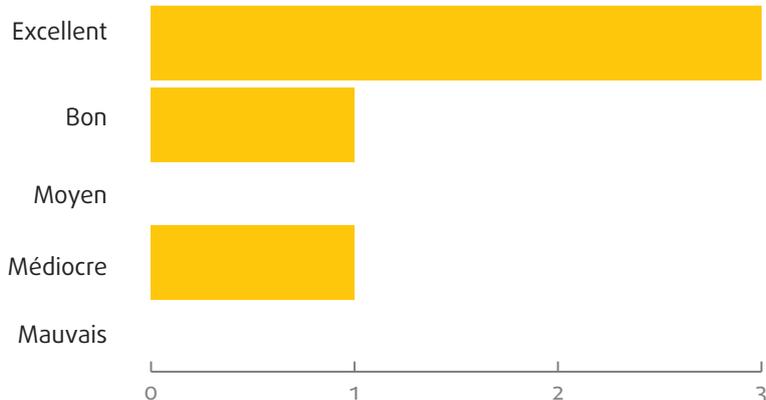
Le site Internet :
www.tourisme-grandperigueux.fr

TRIPADVISOR



4/5 Note globale
111 Nombre total d'avis
5 Avis en 2019

GOOGLE



4,1/5 Note globale
149 Nombre total d'avis
84 Avis en 2019

La synergie des organismes

L'e-réputation du Grand Périgueux révélée à travers l'accueil réservé aux différents sites, a progressé en 2019. Cependant nous n'avons pas encore la capacité d'évaluer les retombées directes sur l'e-réputation du Grand Périgueux en tant que Communauté d'Agglomération. Nous portons notre réflexion sur un outil qui puisse la traduire.

Le site Internet :
www.ecomuseedelatruffe.com

TRIPADVISOR

3,5/5 Note globale
63 Nombre total d'avis

6 Avis en 2019

GOOGLE

3,7/5 Note globale
148 Nombre total d'avis

59 Avis en 2019

Le site Internet :
www.neufont.com

TRIPADVISOR

3,5/5 Note globale
6 Nombre total d'avis

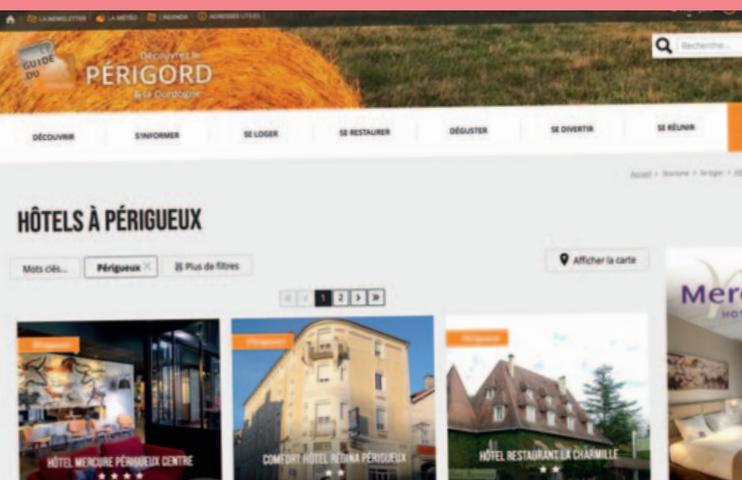
2 Avis en 2019

GOOGLE

4,2/5 Note globale
150 Nombre total d'avis

91 Avis en 2019

IMAGE DU GRAND PÉRIGUEUX ET DE LA MARQUE DE TERRITOIRE



Promouvoir l'image de la Communauté d'agglomération Le Grand Périgueux

Accueil de journalistes

Les journalistes s'adressent soit à l'OTI ou plus généralement au Comité Départemental du Tourisme qui leur propose une programmation en concertation avec nos services.

En 2019, nous avons rencontré 5 journalistes venus découvrir le Périgord. Par le biais de la rédaction de leurs articles, cela nous permet de faire la promotion de la destination auprès de diverses clientèles française et étrangère (néerlandaise, allemande, lettone...).

Parfois, la réalisation d'une émission télévisée, même si le sujet n'est pas le tourisme, permet également de diffuser des images du Grand Périgueux. Cela a été le cas avec le tournage en octobre 2019 de l'émission « la maison de France 5 ». Ainsi, les téléspectateurs ont pu découvrir Périgueux (diffusion le 25/11/2019).

Achat d'espaces de publi-rédactionnel

En partenariat avec le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle Aquitaine, deux pages achetées (sur les 32 concernant la région) afin de promouvoir notre territoire dans 4 quotidiens espagnols (Correo español Pays Basque, El mundo Madrid, Heraldo de Aragon, El periódico de catalunya) 270 000 exemplaires.
Date de parution : 31 Mars 2019.

Achat d'encarts publicitaires

L'OTI est très souvent sollicité par des annonceurs de différents supports. Un choix s'impose. Nous priorisons la presse locale pour des insertions dans des suppléments en période estivale ou pour des événements, sur des brochures touristiques, ou guides pratiques.

Périgord Découverte

Guide touristique édité à 250 000 exemplaires

Supplément Sud-Ouest été

Sorti le 20 juin. Dernière de couverture pour promouvoir le Pass tourisme

Supplément spécial « félibrée » de la Dordogne Libre

Sorti le 13 juillet. Dernière de couverture pour promouvoir le Pass tourisme

Périgueux pratique 2019

Un encart publicitaire d'une demi-page

Guide du Périgord 2019

Guide numérique pour organiser les séjours et vacances en Dordogne Périgord. Un pack partenaire pour visibilité de la destination Grand Périgueux avec mise en avant sur réseaux sociaux.

FOIRES, SALONS & MICROMARCHÉS

Accroître l'attractivité de la communauté d'agglomération Le Grand Périgueux

Opérations promotionnelles

L'objectif de ces opérations est de conquérir de nouveaux marchés, de fidéliser la clientèle, d'accroître le taux d'occupation des hébergeurs partenaires de l'OTI, et de contribuer au développement économique des sites touristiques.

Au cours de l'année 2019 l'Office de Tourisme du Grand Périgueux a participé à plusieurs actions de promotion.

Evénements	Villes	Dates
Salon des vacances	Bruxelles	7 au 10 février
Opération à l'aéroport	Rotterdam	19 au 21 février
Salon Mondial du Tourisme	Paris	14 au 17 mars
Éductour (Tour Operator de Rendez-vous France)	Périgueux	15 mars
Rendez-vous France	Marseille	20 et 21 mars
Marchés de Pays	Paris XII	13 et 14 avril

Faire connaître le Grand Périgueux

Les brochures

La brochure hébergements

Tous les hébergeurs professionnels et non professionnels (hôtels, campings, chambres d'hôtes, meublés) peuvent devenir partenaires de l'OTI et ainsi paraître dans la brochure hébergements. Cette brochure est diffusée dans tous les accueils et sites de l'OTI, auprès de nos partenaires et des Offices de Tourisme des environs.

Les chiffres clés :

9 000 exemplaires de brochures hébergements
13 000 exemplaires de brochures restaurants

Le programme des sorties

L'OTI du Grand Périgueux édite 2 programmes des sorties par an. Cette programmation semestrielle informe le public des diverses visites patrimoniales proposées sur le territoire du Grand Périgueux et organisées par nos services.

Les chiffres clés :

Programme des sorties d'avril à septembre :
9 000 exemplaires
Programme des sorties d'octobre à mars :
5 000 exemplaires



Les brochures

La revue

A l'heure où le numérique prend le pas sur les brochures papier, L'Office de Tourisme du Grand Périgueux a fait le choix de continuer à éditer des brochures. En effet, en 2019, une nouvelle brochure de 98 pages sous format revue est devenue une véritable invitation à se projeter dans des lieux « incontournables » de notre destination. A la fois informative, elle conserve son caractère commercial avec un livret annonçant tous les partenaires touristiques de l'OTI.

Les chiffres clés :

30 000 exemplaires français/anglais
5 000 exemplaires français/espagnol
2 000 exemplaires français/allemand

Fidéliser les clientèles en priorisant les régions (Pays de la Loire/Bretagne, Nouvelle-Aquitaine, Ile de France)

Paris salon Mondial du Tourisme : du 14 au 17 mars / Stand Nouvelle Aquitaine



Objectifs

Promouvoir la destination auprès de la clientèle francilienne et alentours.

Le stand Nouvelle Aquitaine de 70m² présentait la Destination dans son ensemble et était très visible et attractif. L'OTI du Grand Périgueux était le seul représentant de la Dordogne sur le stand. Très belle fréquentation, les demandes portant sur le culturel, la gastronomie et les activités de pleine nature. A noter que le salon était couplé avec Destination Natura. 3 demandes de devis groupes pour 2020.

La Nouvelle Aquitaine, destination à l'honneur avait organisé une conférence de presse en présence d'une quinzaine de journalistes.

Profil de la clientèle :

Séniors actifs
Responsables groupes et associations
Familles

FOIRES, SALONS & MICROMARCHÉS



Périgueux 15 mars : accueil Éductour Rendez-vous France

En préalable aux Rendez-vous France de Marseille, le CRT Nouvelle Aquitaine proposait aux professionnels du monde entier, inscrits à l'événement, de choisir une incursion dans les régions, la semaine précédant la tenue des rendez-vous France. 9 professionnels du tourisme ont choisi le Périgord (Israël, Suède, Japon, Russie, USA, Espagne).

Accueil OTI, caviar de Neuvic, toits de la cathédrale, visite de Périgueux, dîner gastronomique.

Retour : le représentant d'une agence israélienne a repris contact pour l'accueil d'un groupe autour de la musique classique.

Marseille le 20 et 21 mars : Rendez-vous en France en partenariat avec le CRT Nouvelle Aquitaine

Objectifs

Être présent dans la programmation des tour-opérateurs et accroître nos ventes de séjours.

23 rendez-vous sur les 2 jours. Les demandes des professionnels très ciblées (durée du séjour, types de visites, restaurants...).

De très bons contacts pour une programmation à N+1 ou N+2.

Profil de la clientèle :
TO et agences de voyages

Paris 9^{ème} du 12 au 13 avril : Partenariat Bienvenue à la ferme / Marché place d'Anvers

Objectifs

Toucher une clientèle intéressée par les produits gastronomiques du Périgord et susciter l'envie de venir découvrir ou redécouvrir notre destination. Proposer notre nouveau produit « retour à l'essentiel » à destination des individuels.

Environ 80 contacts par jour. Les visiteurs sont agréablement surpris de notre présence. Ceux que nous rencontrons souhaitent visiter le Périgord.

Profil de la clientèle :
Séniors
Familles



Sensibiliser de nouvelles clientèles rhônalpine, espagnole, belge et hollandaise

Bruxelles du 7 au 10 février : Salon des vacances avec Atout France

Objectifs

Fidéliser et faire progresser la clientèle belge en constante hausse depuis 5 ans.

Retour : Une fréquentation en diminution par rapport à 2018 (220 contacts). Un profil de clientèle séniors. Souhait d'attirer la clientèle famille et les couples sans enfant.



Profil de la clientèle :
Séniors

Rotterdam du 19 au 21 février : Partenariat aéroport Bergerac et compagnie Transavia

Objectifs

Promouvoir la destination directement dans l'aéroport avec dégustations au moment de l'enregistrement. Etaient présents ou représentés le Comité Départemental du Tourisme, l'OT de Bergerac, les vins de Bergerac ainsi que des producteurs (caviar de Neuvic, M. Aynault trufficulteur) et le château des merles par l'intermédiaire de son Chef Bas Holten, néerlandais.

Retour : En améliorant la visibilité et la communication sur place, cette formule peut être porteuse car elle est originale et s'adresse à des personnes qui voyagent déjà.



Profil de la clientèle :

Tous profils en fonction des vols (familles, hommes et femmes d'affaires, jeunes couples, groupes d'amis...)



Favoriser la fréquentation locale à l'Office de Tourisme du Grand Périgueux

Les accueils/boutiques de Périgueux, Vergt et Sainte-Alvère

Nouvel essor, peau neuve

Dès 2019, l'Office de Tourisme du Grand Périgueux mise sur le développement de l'activité boutique jusqu'alors peu structurée et peu connue. A ce titre un budget plus élevé a été alloué à ce poste.

Une stratégie interne a été retenue mettant en avant plusieurs objectifs :

- Répondre aux attentes des visiteurs et continuer à assurer un rôle de vitrine et de promotion du territoire,

- Proposer une gamme d'articles souvenirs et valoriser les produits d'excellence du territoire du Grand Périgueux,
- Développer une part d'autofinancement de l'EPIC Office de Tourisme Intercommunal.

Les chiffres clés 2018-2019 :

CA Boutique Périgueux : 16 809€ / 27 188€

Dépense moyenne/visiteur : 0,28€ / 0,36€

Panier moyen : 5,45€ / 6,27€

Taux de captation : 5,11% / 5,58%

L'Office de Tourisme du Grand Périgueux a souhaité mettre en avant dans sa boutique des produits de qualité et valoriser la fabrication locale.

Les produits proposés dans l'espace boutique doivent s'inscrire dans des univers définis par les équipes d'accueil de l'Office de Tourisme du Grand Périgueux, en lien avec les attentes des clients, évaluées par le biais de questionnaires de satisfaction et en lien avec le Schéma Local de Développement Touristique. Un travail de synergie avec les sites annexes de Vergt et Sainte-Alvère a été également développé afin de proposer des références communes valorisant le territoire du Grand Périgueux.



En parallèle, des réaménagements en termes de mobilier et de décoration ont été pensés afin de rendre le lieu plus attractif et cohérent avec l'offre de produits. Aujourd'hui la boutique est un lieu fréquenté et apprécié notamment par les locaux qui viennent y chercher des idées cadeaux.

Les retours des clientèles touristiques sont également positifs même si au regard des chiffres, des efforts sont encore et toujours à fournir afin d'augmenter le taux de captation et la dépense moyenne visiteur, encore trop bas.

En complément de l'activité Boutique il est important de souligner que l'Office de Tourisme du Grand Périgueux sur l'année 2019 a étoffé son

service de billetterie pour les spectacles, concerts et animations diverses se déroulant sur Le Grand Périgueux.

COMMISSION BILLETTERIE SPECTACLES-ANIMATIONS-CONCERTS

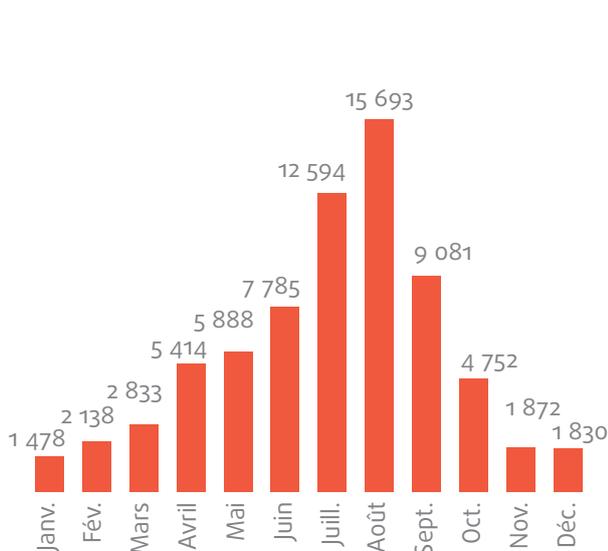


Favoriser l'adhésion des habitants du Grand Périgueux à l'offre touristique du Grand Périgueux

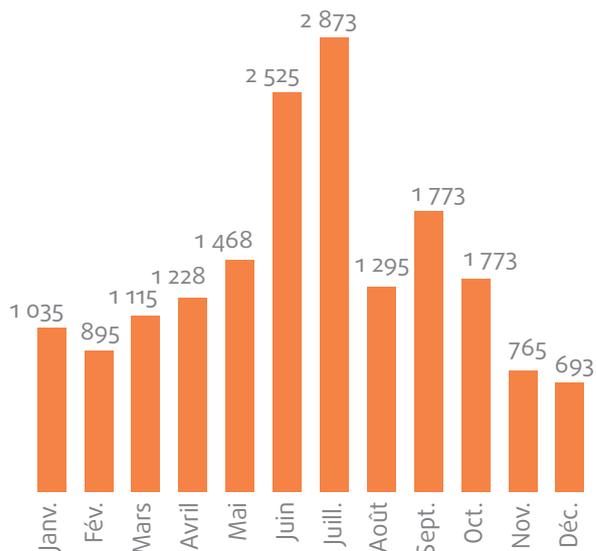
Zoom sur les habitants du Grand Périgueux 2019

En général, la part des visiteurs Grand Périgueux est plus importante en période de basse saison. Puisqu'en période estivale nous accueillons davantage de touristes qui viennent du monde

entier. On note en janvier, 70% des contacts français sont des habitants du Grand Périgueux contre 8% en août.



NOMBRE DE VISITEURS FRANÇAIS



NOMBRE DE VISITEURS GRAND PÉRIGUEUX

PUBLICS LOCAUX

Les partenaires privés

Une des missions d'un office de tourisme est de diffuser l'information. Pour cela, il est donc nécessaire de proposer une offre la plus variée possible de prestataires touristiques sur différents supports (brochures et site web). Chaque année 3 brochures sont renouvelées : guide de l'hébergement, guide de la restauration et guide des sites et loisirs.

Nous proposons donc chaque année aux prestataires touristiques de notre territoire ainsi que les plus proches, de devenir partenaire de l'Office de Tourisme du Grand Périgueux. Cette offre leur permet de :

- Bénéficier de la promotion que nous menons en mettant à disposition du public les brochures,
- Une parution de leur établissement sur le site internet de l'Office de Tourisme et le dépôt de leur flyer sur les présentoirs de nos bureaux d'information touristique.

Les chiffres clés :

66 Loisirs
12 Campings
16 Chambres d'hôtes
34 Hôtels
56 Meublés
40 Restaurants
224 Prestataires
37 000€ CA



Ambassadeur de l'Office de Tourisme du Grand Périgueux

Nos adhérents nous communiquent les informations liées à leurs activités afin qu'on puisse les diffuser via notre site web, réseaux sociaux et brochures. De la même manière nous partageons nos informations avec nos adhérents pour créer un réseau de partage d'informations mutualisées.

Les informations sont dématérialisées et stockées dans une base de données « Sirtaqui » puis affichées sur notre site Internet. Nous favorisons la dématérialisation afin de limiter nos traces écologiques. De plus, le numérique permet de toucher une clientèle plus diverse et variée.

Une fois les données stockées, les adhérents ont la possibilité de modifier les informations à tout moment. On remarque que le délai d'actualisation

des informations de la part des adhérents est plutôt long. Nous réfléchissons au moyen de communiquer des informations de dernière minute.

Actuellement, pour communiquer efficacement nous privilégions le téléphone et l'e-mail. Mais des communications par voie postale restent possibles notamment pour les personnes qui n'ont pas ou ne sont pas familiarisées avec Internet. Nous mettons en place les moyens nécessaires pour que nos adhérents se considèrent comme des ambassadeurs de l'Office de Tourisme du Grand Périgueux.

PUBLIC SOUFFRANT D'UN HANDICAP

Favoriser l'accès et l'information des personnes souffrant d'un handicap, quel que soit leur âge

Label « Tourisme et Handicap » de l'Office de Tourisme du Grand Périgueux et de Sainte-Alvère

Engageons nous

Le Tourisme et Handicap est une marque d'Etat qui a pour objectif d'apporter une information objective et homogène sur l'accessibilité des sites et des équipements touristiques. Tourisme & Handicap prend en compte les quatre familles de handicaps (auditif, mental, moteur et visuel) et vise à développer une offre touristique adaptée et intégrée à l'offre généraliste. Ce label est délivré aux établissements adaptés à l'accueil des personnes pouvant être atteintes de handicaps.

L'Office de Tourisme est engagé dans la Marque Tourisme et Handicap depuis 2009 avec une première obtention de la Marque en 2010 (pour la partie accueil et les visites libres), en 2013 pour les visites guidées, un renouvellement en 2015 (pour la partie accueil et les visites libres) puis en 2018 (pour l'ensemble des prestations) suite au déménagement de l'Office de Tourisme en avril 2017.

Bon à savoir :

Le BIT de Sainte-Alvère était également engagé dans la Marque Tourisme et Handicap avant d'être intégré à l'Office de Tourisme du Grand Périgueux et a obtenu la marque à nouveau en 2018.



Nos dispositifs

L'Office de Tourisme du Grand Périgueux est aménagé pour faciliter l'accès et l'accueil de ce public.

Sur les vitres, nous avons des bandes adhésives de vigilance, la boucle magnétique, une ardoise pour les malentendants, un dictaphone numérique, le plan découverte de la ville en caractères agrandis et braille pour les malvoyants.

Sur les présentoirs nous avons des étiquettes qui indiquent les brochures avec des pictogrammes pour faciliter la compréhension des personnes en situation de handicap mental.

De plus, chaque année nous recensons les hébergements, les restaurants, les sites et loisirs et les transports qui sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nos réflexions

Pour le futur, nous souhaiterions développer d'autres outils qui permettent de favoriser les conditions d'accueil de ces personnes, par exemple différents plans en reliefs, en braille ou en thermo-gonflage.

Labellisation pour l'Ecomusée de la Truffe

Actuellement l'Ecomusée de la Truffe à Sorges ne bénéficie pas du label « Tourisme & Handicap ». Nous travaillons sur le sujet afin de le labelliser dans les années suivantes.

Fréquentation de ces publics et progression

Aujourd'hui nous n'avons pas de données concernant la fréquentation et la progression du public en situation de handicap pour 2019. Mais nous sommes en cours de collecte pour rendre ces données statistiques disponibles en 2021.



Proposer une information fiable, pertinente et de qualité

Qualité tourisme

Marque de qualité

Afin de toujours mieux recevoir la clientèle et améliorer la qualité des prestations touristiques en France, l'Etat a créé la marque Qualité Tourisme™. Cette marque sélectionne et fédère sous un même symbole les démarches qualité engagées par les professionnels pour la satisfaction de la clientèle. C'est un signe de reconnaissance des établissements qui offrent des prestations de qualité, que les clients peuvent choisir en toute confiance.

Ainsi nous nous engageons à offrir :

- Un accueil chaleureux,
- Un personnel attentif,
- La maîtrise des langues étrangères,
- Des prestations personnalisées,
- Des informations claires et précises,
- Une propreté et un confort assurés,
- La découverte d'une destination,
- La prise en compte des avis.

Nous assurons la qualité des services

L'Office de Tourisme est engagé depuis 2009 dans la Marque Qualité Tourisme avec une première obtention de la marque en 2011 puis un renouvellement en 2014 et 2018. La validité de la Marque était jusqu'à présent de trois ans mais aujourd'hui allongée à cinq ans avec toutefois la nécessité d'une visite mystère avant le 31 décembre 2020 pour la partie Gestion de la Relation Client.



Proposer une offre touristique et culturelle variée

Activité groupes / séminaires

L'activité groupe reprend les visites et les produits packagés (journées, séjours) vendus par l'Office de tourisme intercommunal.



dossiers de réservations

292

2018



dossiers de réservations

280

2019



personnes accueillies

7 603

2018



personnes accueillies

7 426

2019



chiffre d'affaires €

128 727,45

2018



chiffre d'affaires €

88 092,11

2019

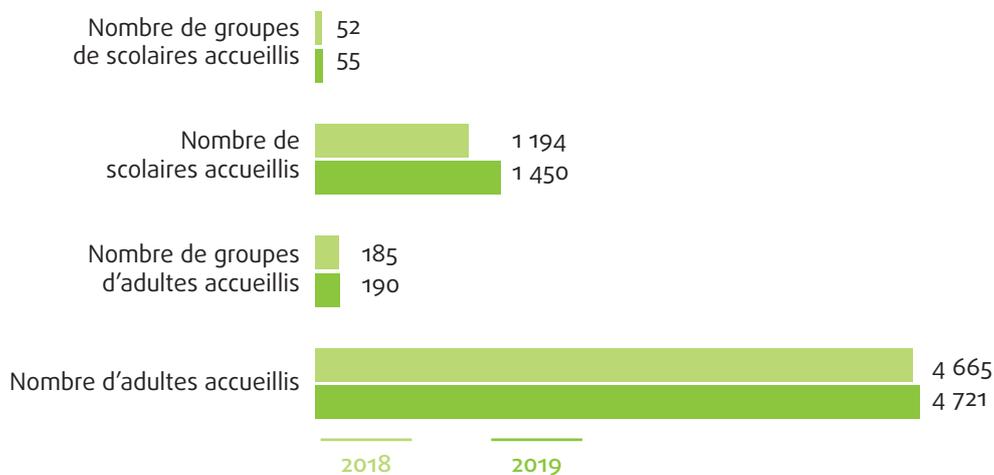


L'activité a connu une légère baisse des réservations en 2019 (-12 dossiers), par rapport à 2018. La forte baisse de chiffre d'affaires s'explique par le fait que les circuits vendus en 2018 étaient des séjours

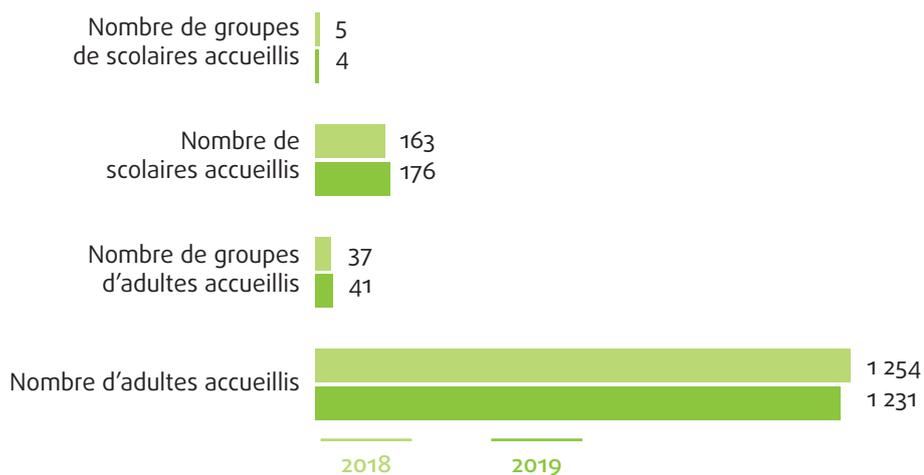
avec gestion hôtelière alors qu'en 2019, les clients ont réservé directement leur hébergement. La hausse des ventes de journées n'a pas suffi à combler l'écart.

TOUS LES PUBLICS

GROUPES EN VISITES



GROUPES EN JOURNÉE OU SÉJOUR



Les séminaires

1
dossier de réservations

25
personnes accueillies

5 622
chiffre d'affaires €

2018

1
dossier de réservations

150
personnes accueillies

34 311,63
chiffre d'affaires €

2019



Les visites à destination des individuels

LES TOITS DE LA CATHÉDRALE

2 663 personnes
accueillies

300 visites

14 700 €

VISITE VILLE DE PÉRIGUEUX

1 297 personnes
accueillies

108 visites

7 443 €

VISITE DE LA SOCRA

200 personnes
accueillies

4 visites

864 €

TOUR MATAGUERRE

2 771 personnes
accueillies

4 754 €

IMPRIMERIE DES TIMBRES

15 personnes
accueillies

Gratuite visite

2 ESCAPADES PATRIMONIALES

24 personnes
accueillies

Le Change et le château de
Borie-Petit à Champcevinel

Bon à savoir :

Après plusieurs mois de concertation, le Centre des Monuments Nationaux, le service Ville d'art et d'histoire de la ville de Périgueux, le diocèse et l'Office de Tourisme du Grand Périgueux ont organisé l'ouverture des toits de la cathédrale Saint-Front à la visite.

Après 40 ans de fermeture, périgourdins et touristes ont pu, du 17 juin au 31 octobre 2019, découvrir ce monument emblématique sous un autre angle.

Les visites sont assurées par le service Ville d'art et d'histoire et par les guides-conférenciers de l'Office de Tourisme du Grand Périgueux.

L'OTI a proposé 300 visites et accueilli 2663 personnes.

Fort de ce succès, et pour satisfaire la demande, il est envisagé en 2020 de programmer jusqu'à 6 visites par jour en haute saison.



TOUS LES PUBLICS

Les excursions en autocar pour les individuels



La baisse de fréquentation déjà enregistrée les années précédentes a été confirmée. Si la programmation intéresse les participants, le tarif n'est pas

très attractif puisqu'il se doit d'être rentable à partir des 10 inscrits requis pour assurer un départ.

Le PASS tourisme

Le **PASS tourisme** est un nouveau produit lancé en été 2019. Il est idéal pour découvrir notre territoire à prix malin.

Un site internet lui est dédié :

www.passgrandperigueux.com

Un démarrage progressif

Le lancement du Pass en début d'été n'a pas rencontré le succès escompté. En 2020 la vente en ligne sera possible, la formule et le tarif seront revus pour s'adapter davantage à la demande.



Terra Aventura

Terra Aventura : Basée sur des randonnées thématiques 100% Nouvelle-Aquitaine, Terra Aventura s'inspire du géocaching, activité récréative mondiale.

Fort de près de 10 000 équipes et 720 000 joueurs en 2018, c'est une chasse au trésor qui se déroule à l'extérieur, en utilisant un GPS ou une application mobile gratuite disponible en français, anglais, allemand, espagnol et néerlandais.

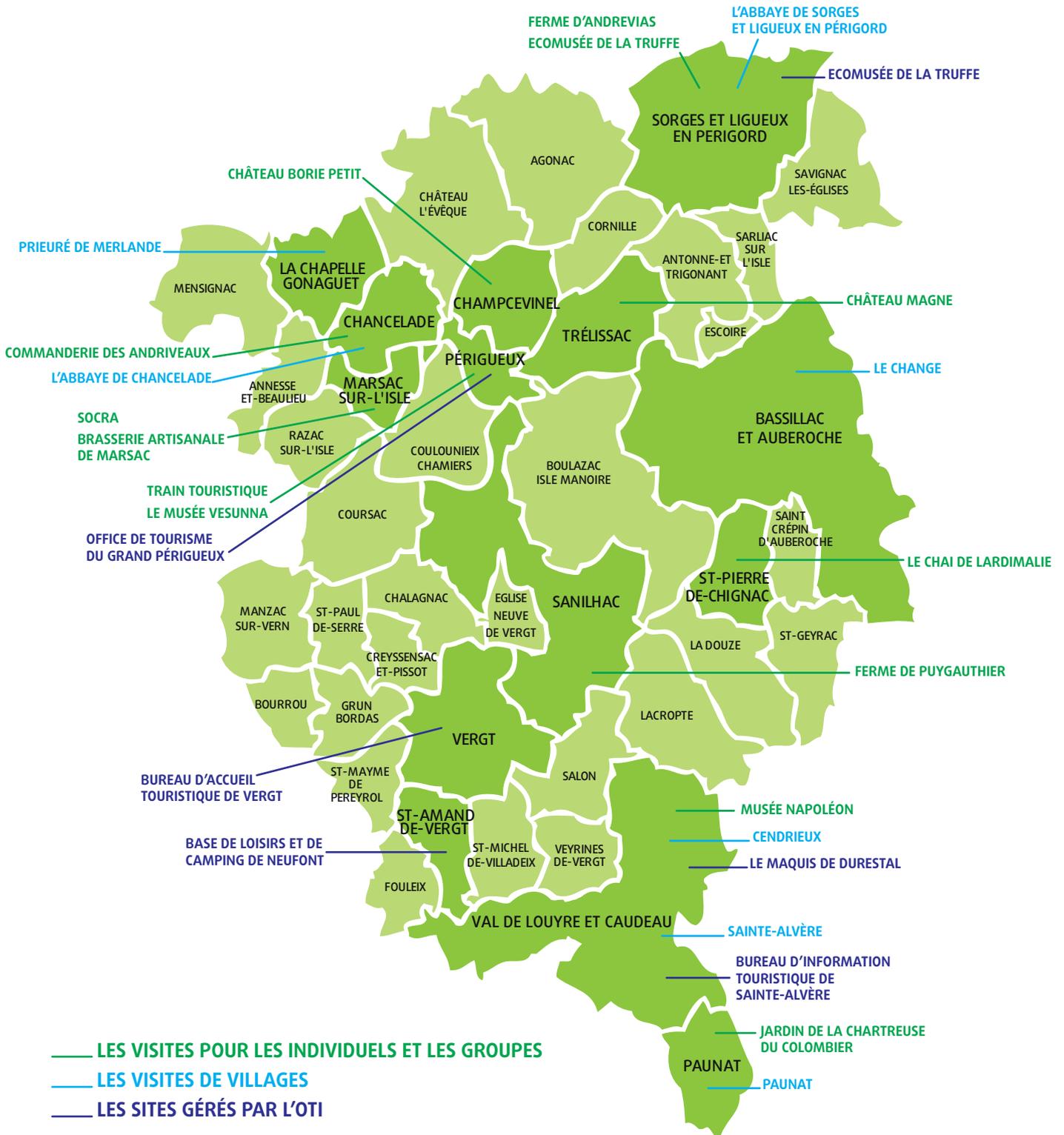
Ces quêtes, chacune sur plusieurs kilomètres, invitent à découvrir les trésors du patrimoine de la région tout en s'amusant. Une activité touristique idéale pour les familles ou les amis, faisant la part belle aux contes et légendes, à l'art, à la gastronomie et à l'aventure.

L'Office du Tourisme du Grand Périgueux a participé financièrement au parcours Vésone et le dragon en partenariat avec la ville de Périgueux et le CRT, initié en juin 2019.

A son tour, l'Office du Tourisme du Grand Périgueux travaille à la création d'un nouveau parcours qui mènera les joueurs vers la voie verte, ceinture incontournable de notre territoire.

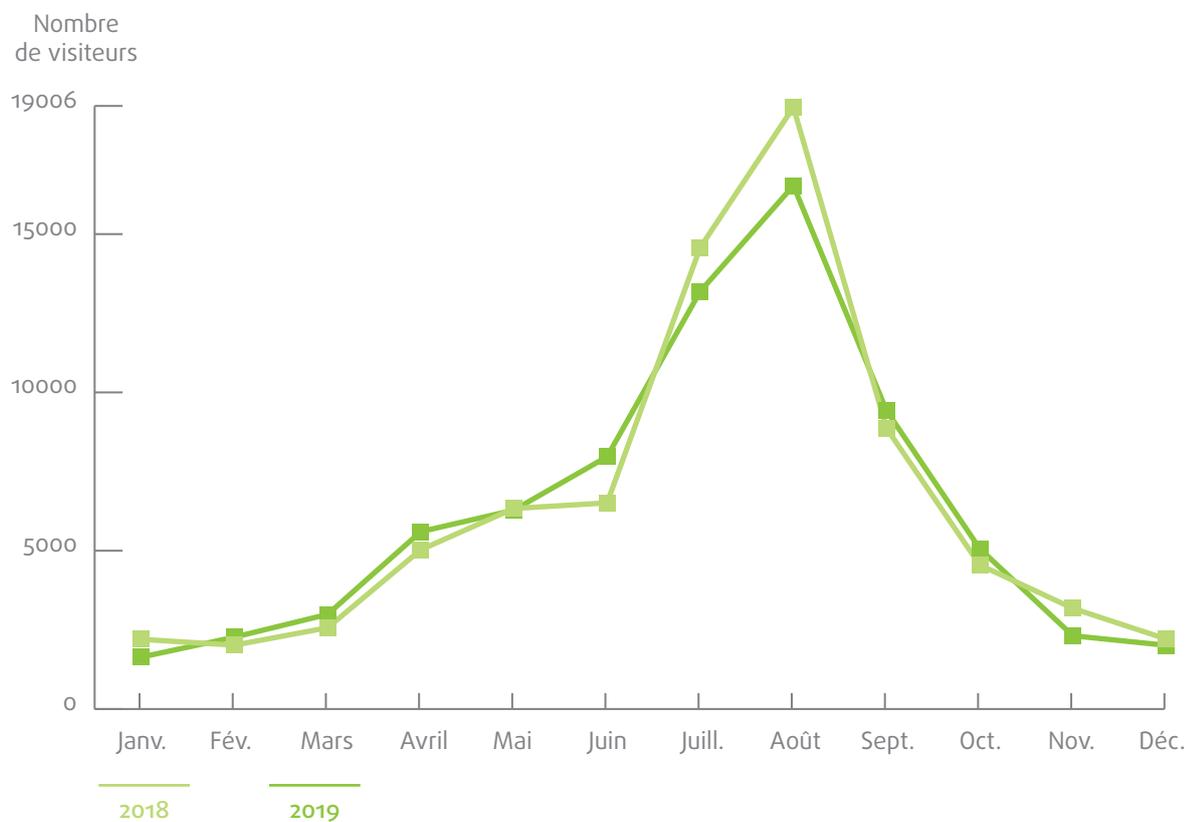


Mise en valeur du Grand Périgueux

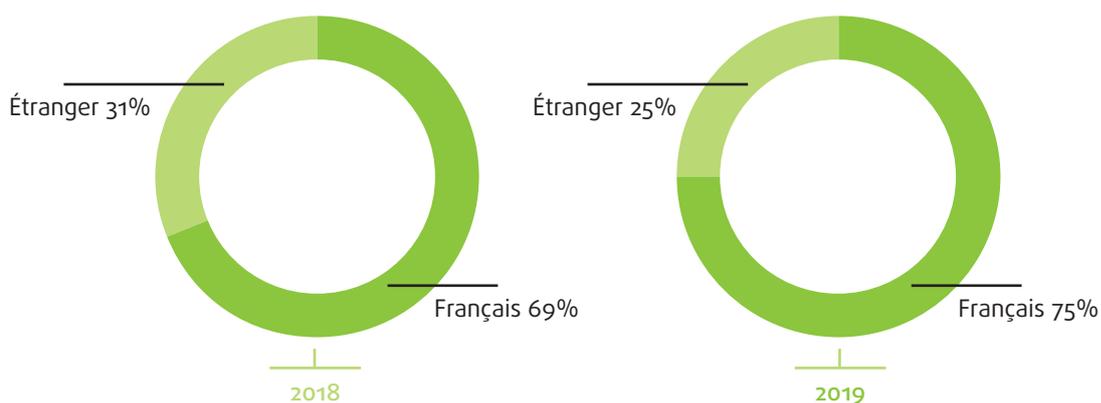


TOUS LES PUBLICS

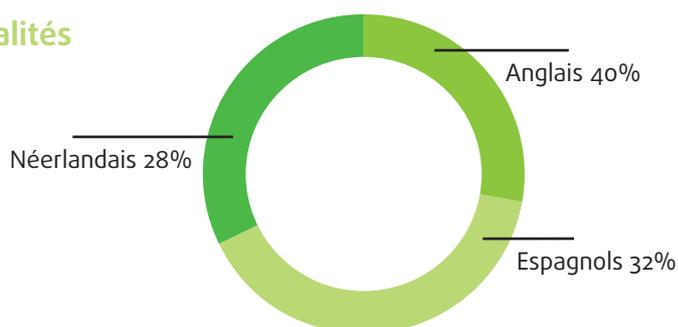
Courbe de fréquentation générale (Périgueux, Vergt, Sainte-Alvère)



Part clientèle française & étrangère (Périgueux, Vergt, Sainte-Alvère)



Top 3 des nationalités





Rédaction : Office de Tourisme du Grand Périgueux

Mise en page : artno graphiste

Photographies : Office de Tourisme du Grand Périgueux - Père Igor
H. Sentucq - Nicolas Lux - Jonathan Barbot - Déclic&Décolle

SUPERIGUEUX

**Office de Tourisme
du Grand Périgueux**

9 bis, place du Coderc
24000 Périgueux

-

tourisme-grandperigueux.fr