

# 2020



## RAPPORT D'ACTIVITÉ

---

**SUPERIGUEUX**

Office de Tourisme  
du Grand Périgueux

## SOMMAIRE

---

04

---

Gestion

08

---

Investissement

10

---

Aménagements

15

---

Nouvelles technologies  
d'information  
et de communication

20

---

E-Réputation

21

---

Image du Grand Périgueux  
et de la Marque de Territoire

23

---

Foires, salons  
& micromarchés

24

---

Publics locaux

28

---

Public souffrant d'un handicap

29

---

Tous les publics

# ÉDITO



Delphine Labails  
Présidente de l'Office de Tourisme  
du Grand Périgueux

En mars 2020, l'Organisation Mondiale du Tourisme, prédisait que le Coronavirus provoquerait une baisse de 1 à 3% du nombre de touristes internationaux. Au fil des mois, les prévisions se sont faites de plus en plus pessimistes : en décembre 2020, l'OMT indiquait que les destinations ont accueilli 900 millions de touristes de moins entre janvier et octobre par rapport à la même période en 2019 (1,5 milliard d'arrivées en 2019).

Ebranlé par la crise sanitaire, le secteur du tourisme a bénéficié en mai 2020 de plans de soutien nationaux d'une ampleur exceptionnelle, prolongés et étendus en octobre de la même année.

Afin d'accompagner les acteurs du tourisme à l'échelon local, le Grand Périgueux et l'Office de Tourisme Intercommunal ont su prendre le relais :

— **Remboursement à hauteur de 40 000,00€ et fin des adhésions payantes à l'Office de Tourisme Intercommunal** pour l'ensemble des prestataires hébergeurs, restaurateurs ou sites de loisirs,

— **Remise des deux tiers de la CFE aux entreprises du tourisme, de la culture et de l'évènementiel,**

permettant à 658 d'entre elles de bénéficier de 411 470,00€ de réduction d'impôts (prise en charge à parité Grand Périgueux / Etat),

— **Annualisation des déclarations et de la collecte de la Taxe de Séjour** (semestrielle jusqu'à 2020) libérant une trésorerie exceptionnelle pour les hébergeurs du territoire,

— **Prise en charge du complément non couvert par l'Etat pour les salariés de l'OTI en activité partielle**, assurant des rémunérations intégrales,

— **Mise à disposition gracieuse des guides conférenciers de l'OTI** pour les sites ou équipements culturels, dans l'incapacité de financer des saisonniers en juillet et août,

— **Lancement du premier Appel à projet en faveur du développement touristique du Grand Périgueux.**

Dans ce contexte de crise sanitaire et économique, les mesures de soutien sont intimement liées au développement de l'offre territoriale : la promotion touristique doit s'appuyer sur une offre en mouvement, une offre vivante.

Delphine Labails

# 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 décomposition valable depuis la création de l'EPIC, nous permet une première comparaison entre les exercices 2019 et 2020.

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

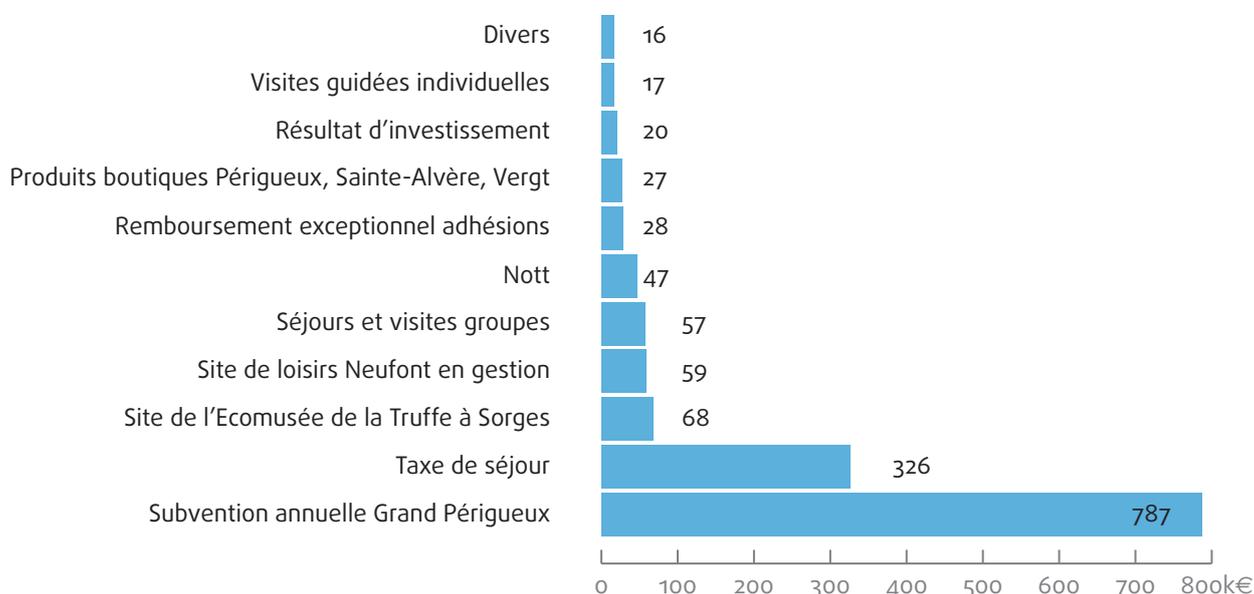
D'où viennent les ressources du budget global 2020 de l'Office de Tourisme Intercommunal ?

1 452 000€      665 000€

de ressources en 2020 - dont - de ressources propres

- Taxe de séjour 326 k€ (22%)
- Visites guidées individuelles 17 k€ (1%)
- Séjours et visites groupes 57 k€ (4%)
- Produits boutiques Périgueux, Sainte-Alvère, Vergt 27 k€ (2%)
- Nott 47 k€ (4%)
- Remboursement exceptionnel adhésions 28 k€ (2%)
- Site de Loisirs Neufont en gestion (activités nautiques, camping) 59k€ (4%)
- Site de l'écomusée de la truffe à Sorges et Ligeux en gestion (entrée musée et boutique) 68 k€ (5%)
- Subvention annuelle Grand Périgueux (nature et numéraire) 787 k€ (54%)
- Divers 16k€ (1%)
- Résultat d'investissement 20k€ (1%)

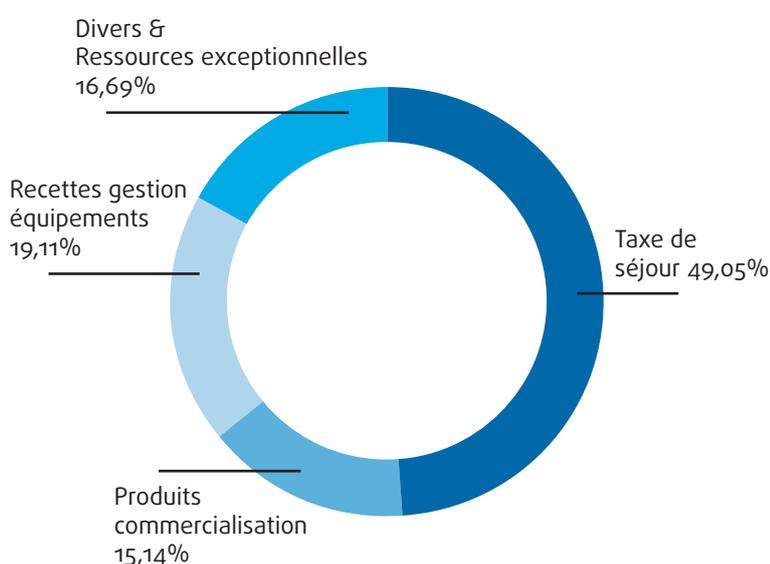
### RESSOURCES BUDGETS PRINCIPAL ET ANNEXE 2020





**4 catégories de recettes constituent la part des ressources propres de l'OTI (46% 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
- Divers (5,47%) et ressources exceptionnelles (11,22%)



**Perspectives...**

Les conséquences de la crise sanitaire subies par épisode tout au long de l'année 2020, ont renversé l'équilibre démontré en 2019 : la part de ressources propres en 2020 est équivalente à la part de subvention allouée par le Grand Périgueux en 2019 et vice versa. L'enjeu de développement des ressources propres visé dès 2019 reste bien sûr un objectif et les nombreux travaux réalisés pendant les différentes périodes de confinement et de fermeture des accueils, sont autant d'atouts qui permettront de construire une offre variée et valorisée.

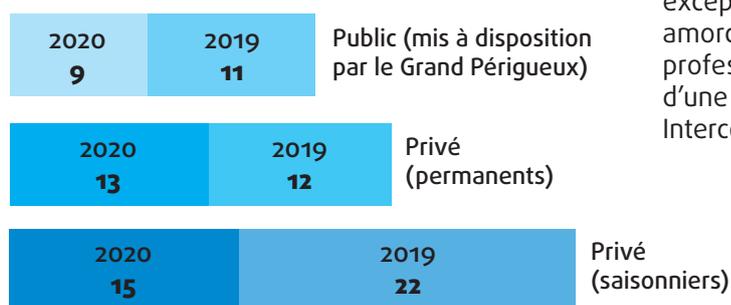


## Hors mesures nouvelles ou sujétions imposées par le Grand Périgueux, l'évolution des dépenses de fonctionnement dans les mêmes proportions que celles de la communauté

La subvention de fonctionnement annuelle réellement allouée par le Grand Périgueux en 2020 (source comptes administratifs 2018, 2019, 2020) est supérieure à 2019 et inférieure à 2018.

— La subvention en nature 2020, inférieure à 2019, est un juste équilibre entre 2018 et 2019. Le personnel mis à disposition par le Grand Périgueux est stabilisé depuis début 2020 et tous les recrutements ou remplacements ont relevé du secteur privé.

### • Répartition du personnel



— La subvention en numéraire 2020 est supérieure à 2019 mais reste inférieure à 2018. Malgré la crise sanitaire, les opérations programmées et non réalisées en 2019 ont pu l'être en 2020, justifiant l'évolution de la subvention. En effet, le projet Nouvelle Organisation Touristique des Territoires a démarré en décembre 2019, idem pour les études relatives au Centre National du Maquis ou au développement de l'Ecomusée de la truffe à Sorges et Ligueux. Enfin, les recettes relatives aux adhésions des partenaires du tourisme ont été remboursées par solidarité et ont engendré une augmentation de la subvention. Ce remboursement exceptionnel a engendré une réflexion déjà amorcée, annulant définitivement pour les socio-professionnels du Grand Périgueux, le coût d'une adhésion à l'adresse de l'Office de Tourisme Intercommunal.

### Subvention de fonctionnement Grand Périgueux

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





## 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<sup>er</sup> 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. L'utilisation de la base de données SIRTAQUI a permis un meilleur recensement des hébergeurs de la zone touristique et a ainsi contribué à relancer les mauvais payeurs.

### L'évolution de la taxe de séjour en 2019

Pour l'année 2020, on enregistre un total de 326 182,64€ contre 427 000,00€ en 2019, soit une baisse de 100 817,36€. Soit presque - 25% de recettes compensées par une très belle fréquentation estivale. Les sommes récoltées en 2020 l'ont été auprès des 626 hébergeurs déclarés

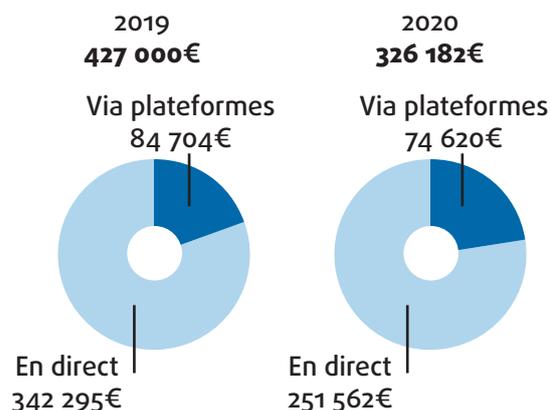
ce qui représente un total de 988 hébergements tout confondu (meublés, chambres d'hôtes, hôtels ou campings) soit un total de 9286 lits. Pour le confort des hébergeurs, une unique déclaration a été sollicitée en fin d'année.

### Perspectives...

En 2021, l'investissement dans une solution web innovante de sécurisation et d'optimisation de la taxe de séjour proposée par **Nouveaux Territoires**, favorisera le traitement et l'accès unique aux informations nécessaires. Les hébergeurs auront un seul et même interlocuteur au sein de l'Office de Tourisme Intercommunal et pourront faire leur déclaration et leur paiement en ligne via un espace personnel.

Ce dispositif générera un gain de temps dans le traitement des données et le suivi des activités, réduisant fortement la marge d'erreur et offrant une lecture de la consommation des nuitées sur le territoire, pratiquement en temps réel. Il sera mis gratuitement à disposition de l'ensemble des communes du Grand Périgueux.

### • Taxe de séjour Grand Périgueux





## Favoriser les investissements touristiques du Grand Périgueux

Les services de l'OTI sont non seulement des filtres mais aussi des vecteurs de développement et d'investissement touristique sur le Grand Périgueux :

- Différents lieux d'accueil de l'OTI : première entrée pour les porteurs de projet, qui interrogent les conseillers en séjour sur l'offre existante afin de vérifier l'opportunité de leur potentiel investissement,
- Pôle Promotion-commercialisation : contacts permanents avec les professionnels du tourisme, hébergeurs, restaurateurs, sites de loisirs, agences de com, agences de voyage et séjours,
- Sites extérieurs gérés par l'OTI : les thématiques du loisir en plein air et de la nature, de la gastronomie, de la mémoire, de l'histoire, du patrimoine sont autant de domaines valorisés dans les différents sites gérés et dont le développement représente une source évidente d'investissement,
- La direction de l'OTI en lien avec les institutions touristiques, culturelles, les collectivités, les élus du territoire, les socio-professionnels, les promoteurs immobiliers...

Arrimée à une action de veille, le développement de l'offre touristique consiste à : repérer les opportunités, révéler les chaînons manquants, communiquer sur les besoins, favoriser l'interaction, évaluer et soutenir la faisabilité des projets.

- Lancement de l'étude relative à la création d'un centre national dédié au Maquis (voir en aménagements), avec assistance à maîtrise d'ouvrage,
- Préparation de la gestion et de l'exploitation du Chai de Lardimalie à Saint Pierre de Chignac pour la saison 2020 : contexte sanitaire contraignant le report de l'ouverture à 2021,
- Projet de gestion d'un nouveau Bureau d'Information Touristique sur le secteur de Niversac après réhabilitation de la halle et d'une voiture ferroviaire datant de 1929,
- Instruction des opérations déposées dans le cadre du 1<sup>er</sup> appel à projet du Grand Périgueux en faveur du développement touristique tel qu'inscrit dans le Schéma Local de Développement Touristique.



## Favoriser les investissements touristiques du Grand Périgueux

### 1<sup>er</sup> appel à projet 2020 du Grand Périgueux en faveur du développement touristique

Dans le cadre du Schéma Local de Développement Touristique du Grand Périgueux, une autorisation de programme de 400 000€ a été validée, initiant le lancement de deux appels à projets, en 2020 et 2022, visant le déploiement d'actions portées par les collectivités et acteurs publics ou privés.

Les modalités de mise en œuvre du premier appel à projet en faveur du développement touristique, présentées et entérinées en conseil communautaire le 6 février 2020, ont été communiquées publiquement par l'OTI, donnant lieu à une sélection.

#### Les critères de priorisation des projets, ciblés dans le cahier des charges sont :

- Contribution à la compétitivité touristique du territoire
- Accessibilité au public en situation de handicap,
- Conformité avec les thématiques retenues dans le SLDT du Grand Périgueux (gastronomie, patrimoine, itinérance douce, nature, culture, mémoire...),
- Cohérence avec les projets et acteurs locaux et ancrage territorial,
- Création ou maintien d'emploi, Responsabilité environnementale,
- Ciblage des clientèles compatibles avec les orientations du SLDT

Sept dossiers instruits par l'OTI, ont été retenus, recouvrant trois thématiques distinctes :

#### La création de nouveaux hébergements

- 5 chambres d'hôtes de charme en plein centre de Périgueux (entreprise privée)
- Un gîte d'une capacité de 12 personnes visant le classement 5 épis label Gîtes de France à Eglise Neuve de Vergt (entreprise privée)

#### La valorisation d'espaces naturels

- Création et valorisation d'un coteau boisé et arboretum au cœur de la ville de Vergt (association)
- Création de passerelles bois vers deux îlots sur la Beauronne autour du logis abbatial de Chancelade (association)
- Etude de définition d'un sentier Land Art PDIPR Bourrou (commune)

#### La réhabilitation du patrimoine bâti local

- Rénovation et transformation de la halle de Niversac / Boulazac Isle Manoire (commune)
- Etude d'opportunité : attractivité touristique patrimoniale et mise en valeur du bourg médiéval de Chancelade (commune)

L'ensemble de ces 7 opérations bénéficieront d'une subvention totale de 217 371€ approuvée par le Grand Périgueux, le 4 février 2021.



## Développer le tourisme de Mémoire

En 2019, la fondation de la Résistance et le réseau Musée de la Résistance Nationale ont dédié à la Dordogne, la thématique des Maquis.

Après avoir vérifié l'existence de nombreux lieux de mémoire relatifs à cette thématique, l'OTI du Grand Périgueux a saisi cette opportunité afin de renforcer et diversifier son offre touristique.

L'OTI a fait appel au cabinet "Eugène!" pour une assistance à maîtrise d'ouvrage pour la définition de la trame générale et la pré-programmation fonctionnelle du **Centre National de la Mémoire et d'Histoire des Maquis**.

Un comité de pilotage composé de personnes ressources et d'acteurs clés autour de la mémoire et de la résistance en Dordogne, encadre le projet. Une première phase de cette étude a débuté en septembre 2020 pour ensuite définir un concept pour le centre de Mémoire basé autour de 4 enjeux majeurs :

- pédagogique
- culturel
- civique
- touristique

A ce stade de l'étude, il est important de définir la dimension du projet, ses ambitions et son rayonnement.

### 3 scénarios sont envisagés :

- un centre d'interprétation (100 à 150m<sup>2</sup>) considéré comme point de départ de la route des maquis,
- un centre type muséal (200 à 400m<sup>2</sup>) avec une vocation pédagogique équipé d'un lieu de conférence,
- un centre (400 à 800m<sup>2</sup>) avec un équipement de référence, un pôle de ressources documentaires avec un rayonnement national

## Maquis de Durestal

En 2020 les visites guidées ont été assurées par l'agent du Bureau d'Information Touristique de Sainte-Alvère, également guide-conférencière. Le bureau propose également à la location les audio-guides qui permettent une découverte en autonomie du site. Les audioguides n'ont pas rencontré le succès attendu en 2020. Les heures d'ouverture du BIT pas suffisamment adaptées aux attentes du public ainsi que le contexte sanitaire, peuvent en partie l'expliquer. Non seulement, le Bureau d'Information Touristique proposera une période d'ouverture plus étendue en 2021 palliant les difficultés d'accès aux équipements évoquées ci-dessus mais de plus, l'Office de Tourisme du Grand Périgueux projette de proposer des visites guidées du site enrichies d'une prestation culturelle insolite.

La conseillère en séjour du Bureau d'Information Touristique de Sainte-Alvère se rend régulièrement sur le site tout au long de l'année, ce qui permet de veiller sur le site, notamment en cas de situations exceptionnelles (orage de l'été 2020..).





## ● La base de loisirs et le camping de Neufont

*L'ouverture officielle du site de Neufont n'a eu lieu que le 20 juin 2020 (vs 1<sup>er</sup> avril chaque année) après la période de confinement et dès autorisation.*

### La base de loisirs de Neufont

La base de loisirs de Neufont, s'est dotée en 2020, d'une nouvelle flotte de paddles et pédalos, afin de répondre à la forte demande des usagers du site. La gratuité de l'entrée au Lac depuis 2019, semble avoir favorisé l'accès à ces prestations, très appréciées par les visiteurs.

### Bon à savoir

D'importants travaux d'aménagement, de restructuration, réhabilitation et mise en sécurité de la base de loisirs sont prévus à partir de 2021 pour une période d'au moins 3 ans, par le Grand Périgueux.

### Le camping de Neufont

Le camping de Neufont a bénéficié d'une première transformation, début juillet 2020, via l'investissement dans de nouveaux logements commercialisés à partir du 13 juillet 2020 :

- 4 tentes-lodge « Kenya » 4/5 personnes,
- 2 tentes « Moorea » biplaces,
- Un chalet adapté aux personnes à mobilité réduite mais accessible à tous 4/6 personnes

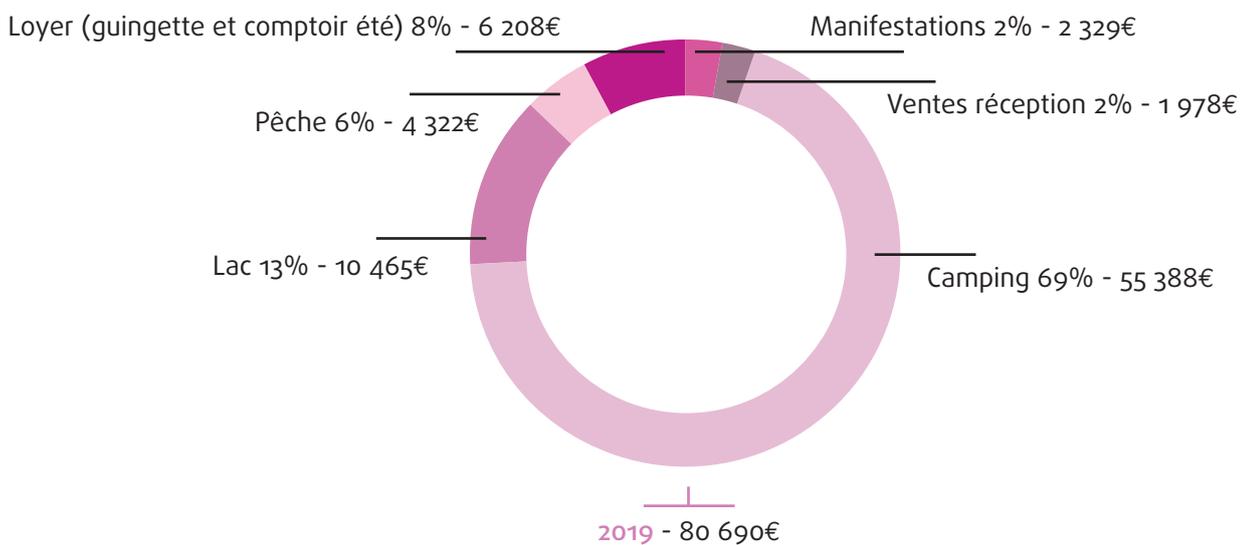
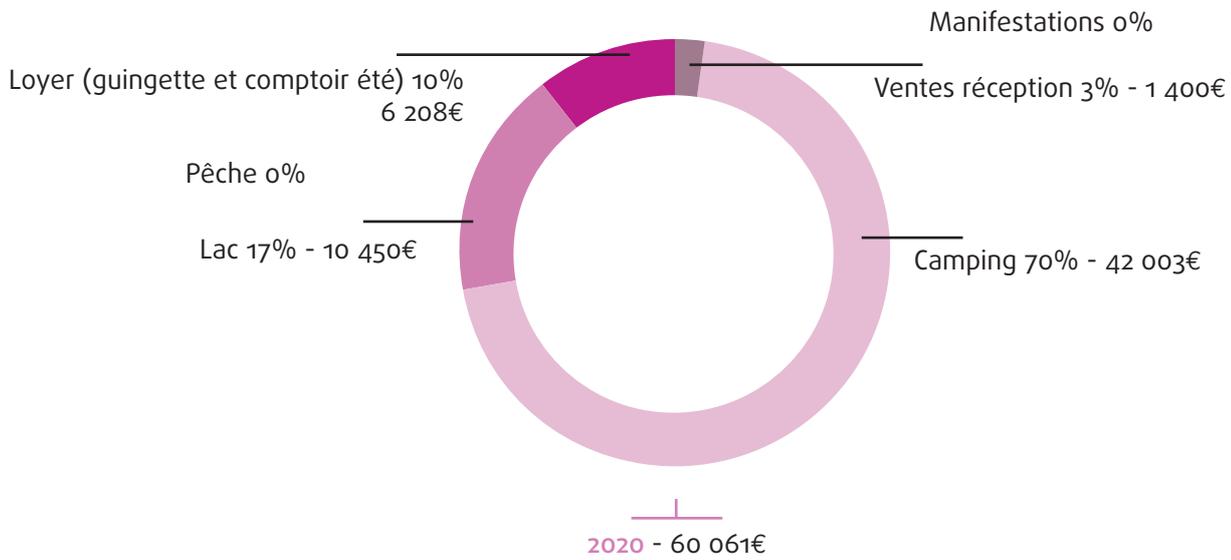
### Bon à savoir

Les hébergements représentent un important taux d'occupation par rapport à celui des emplacements nus. Les familles (48 %) et les couples (35 %) sont les deux principales clientèles du camping de Neufont. La clientèle famille est celle qui séjourne dans les hébergements locatifs, tandis que la clientèle couple est plus généralement en camping-car, tente ou caravane.

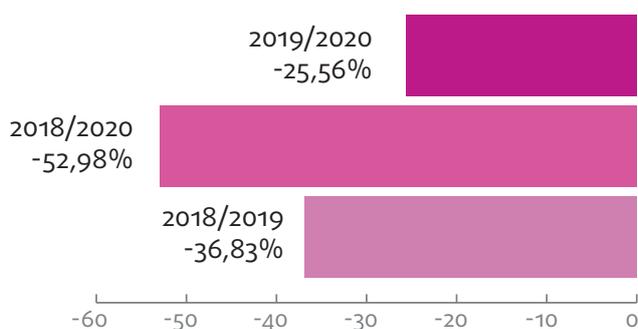
Les nouveaux hébergements toilés : « Tentes Lodge » ont eu un réel succès. Les mobil-homes sont toujours appréciés, compromis entre « Maison et camping ».



## \_RECETTES DE LA BASE DE LOISIRS DE NEUFONT\_



## \_CHIFFRES D'AFFAIRES\_bilan sur 3 saisons\_



La baisse successive des chiffres d'affaires, s'explique par : la gratuité des entrées du lac depuis 2019, l'ouverture tardive du site, le 20 juin 2020, relative à la crise sanitaire comme l'installation de nouveaux hébergements en cours de saison, l'absence d'animations ainsi que la délégation de la pêche à la fédération départementale.



## ● Écomusée de la truffe

Des études se poursuivent en collaboration avec l'IUT de Périgueux, l'Institut du Goût, Evidence Aromatic et la Fédération Départementale des Trufficulteurs du Périgord.

Les premiers descripteurs de *tuber melanosporum* et de *tuber brumale* ont été testés sur des truffes congelées en juin 2020, les tests en conditions réelles avec la truffe fraîche sont programmés début 2021.

En mars 2020, une partie des membres de l'équipe de l'écomusée est allée à la rencontre des musées de la truffe du Sud-Est de la France afin de faire un état des lieux de l'existant et de ramener des idées de diversification et futurs aménagements possibles.

4 étudiants en master 2 d'Aménagement et Gestion des Equipements, sites et Territoires Touristiques (AGEST) de Bordeaux ont été missionnés sur commande de l'Office de Tourisme du Grand Périgueux en vue d'une étude d'opportunité de transformation de l'écomusée.

Ils ont en charge l'établissement d'un diagnostic visant à déterminer les principes d'une stratégie globale ainsi qu'un plan d'actions. Ils rencontreront les différents acteurs de la filière truffe. L'étude a débuté le 21 octobre 2020 pour un rendu le 30 juin 2021.

Le protocole d'accord signé entre la Communauté d'Agglomération et l'Association pour la Promotion de la Truffe et de la Trufficulture (AP2T) prévoit la constitution d'un comité de pilotage. Ce dernier a été mis en place le 21 octobre 2020. Il est composé de membres de l'AP2T, de la commune de Sorges, de la communauté d'agglomération « Le Grand Périgueux » et de l'Office de Tourisme du Grand Périgueux. Il va être étendu à un réseau d'acteurs plus large comprenant des scientifiques, les groupements, les Fédérations Régionale et Départementale des Trufficulteurs, le Conseil Départemental, la Chambre d'Agriculture, la DRAC. Ce comité a pour principale mission d'alimenter la réflexion sur la transformation de l'écomusée en centre de ressources sur la truffe à un niveau national.

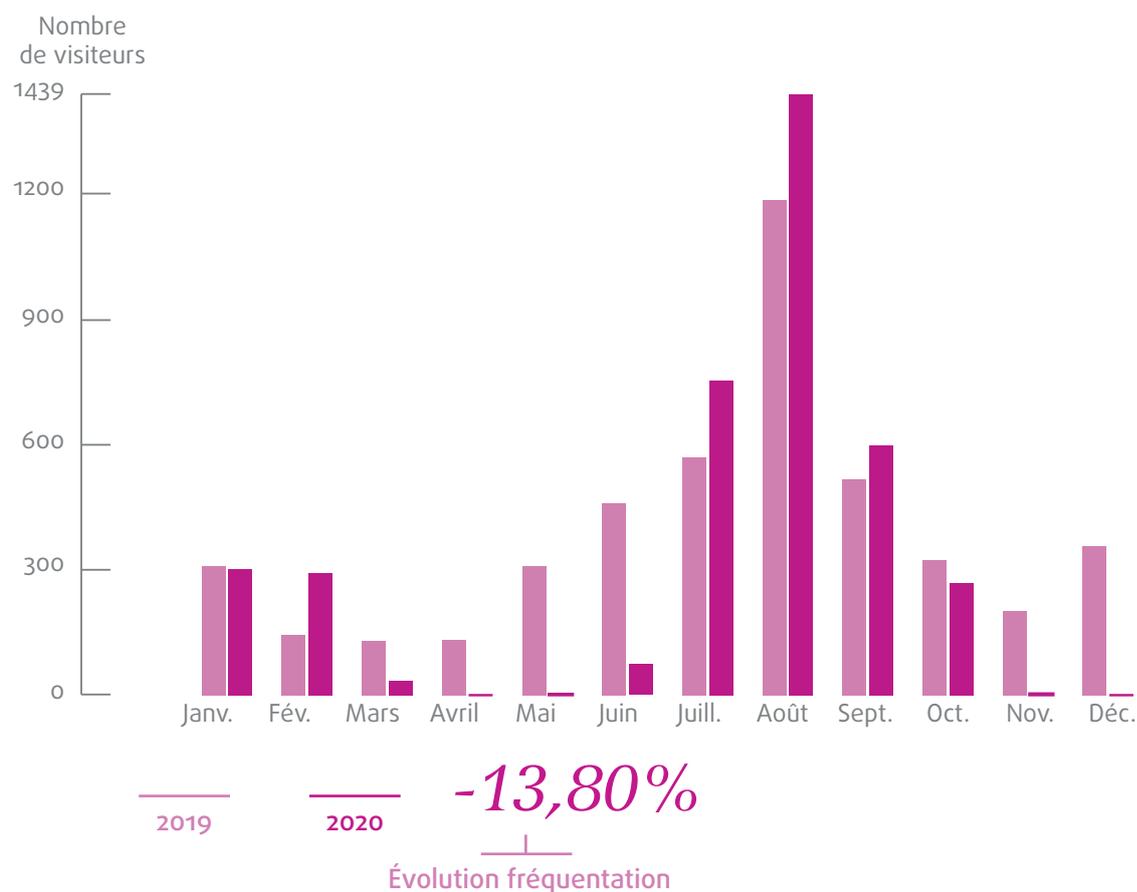
De nouveaux aménagements ont été initiés au rez-de-chaussée. Un espace dégustation y sera aménagé avec l'apport de mange debout. Il permettra de recevoir les petits groupes dans une atmosphère sympathique à proximité de la boutique.

Confrontée à une saison trufficole 2020/2021 très moyenne en matière de production, l'équipe de l'écomusée a réussi à contenter les clients grâce à de « nouveaux apporteurs ».

Fin décembre, le département de la Dordogne a sollicité l'Office de Tourisme du Grand Périgueux

pour la participation de l'écomusée au 1<sup>er</sup> marché aux truffes de la ville de Courbevoie, les 23 et 24 janvier 2021 en compagnie de producteurs du Périgord, de représentants de la Fédération Départementale des Trufficulteurs du Périgord et de la Chambre d'Agriculture de la Dordogne.

## \_COURBE DE FRÉQUENTATION 2019/2020\_



## \_CHIFFRES D'AFFAIRES\_

**64 505€**

—  
2020

**-13,45%**

**74 526€**

—  
2019

—  
Évolution

Les produits phares du musée restent les ventes de truffes, tant en frais (+ de 11kg vendus en 2020) qu'en conserves, mais aussi les produits à base de truffes : huiles, sels, crèmes à tartiner.

Malgré une fermeture ou une semi-activité avec ouverture de la boutique seule (mars, avril, mai, juin, novembre, décembre), la perte totale de chiffre d'affaires est de 10 021€, la perte de bénéfice limitée à 4 460€.

# NOUVELLES TECHNOLOGIES D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION

## Site internet OTI

**[www.tourisme-grandperigueux.fr](http://www.tourisme-grandperigueux.fr)**

Porte d'entrée de la destination et aide au séjour, le site grand public offre, aux visiteurs, informations pratiques, inspirations et facilités de réservation.

Disponible en 3 versions (français, anglais et espagnol), le site Internet référence tous les adhérents dont l'activité cible le grand public. Le site Internet a connu une croissance importante en

2020, avec des pics de fréquentation notamment liés à l'actualité sanitaire en juin (+32% par rapport à 2019), juillet (+40% par rapport à 2019) et août (+32% par rapport à 2019).

L'Office de Tourisme a retravaillé en 2020 les contenus des pages les plus consultées de son site Internet avec ces objectifs : séduire et améliorer l'expérience utilisateur.



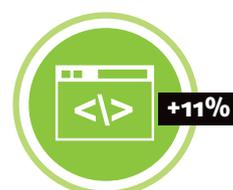
98 566

visiteurs uniques



120 879

visites en 2020



138 688

pages vues

### TOP NATIONALITÉS

80%

France

12%

USA

2%

Belgique

### TOP RÉGIONS

39%

Nouvelle-Aquitaine

22%

Île de France

11%

Occitanie

### TOP VILLES

13%

Paris

10%

Bordeaux

9%

Chicago

#### Bon à savoir :

Nouveau back-office en 2021 sur le site Internet.



## Les réseaux sociaux Facebook, Instagram, Youtube

Des réseaux sociaux, en constante progression qui comptaient en 2020 plus de 8 500 abonnés, tous réseaux confondus.

Les pages Facebook, Instagram et YouTube sont des pivots des opérations de communication de l'Office de Tourisme à destination du grand public. Elles entretiennent la notoriété et la réputation numérique de la destination. Ces pages ont joué un

vrai rôle dans la gestion de la crise sanitaire. Si le ton employé s'adapte au réseau et à la communauté (il est notamment plus jeune sur Instagram).

« Tourisme Grand Périgueux » se positionne toujours comme un expert de la destination, à l'écoute, proche et rassurant. Afin de capter et fidéliser ces publics, l'Office de Tourisme a multiplié les contenus originaux (jeux, vidéos, stories Instagram) durant l'année 2020.



6 388

abonnés  
315 publications



2 041

abonnés  
42 publications  
1 489 photos partagées avec le  
#tourisme\_perigueux  
362 photos partagées avec le  
#tourisme\_grandperigueux



89

abonnés

### TOP PAGES

En 2020, nous enregistrons en top 3 des pages les plus consultées : la page d'accueil et juste en suivant, les pages « Les restaurants, vente à emporter » et « Bons plans ».



## Site internet Neufont & Les réseaux sociaux

[www.neufont.com](http://www.neufont.com)

Facebook, Instagram, Youtube



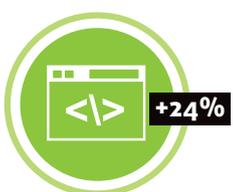
9 044

visiteurs uniques



11 388

visites en 2020



25 095

pages vues



1 417

abonnés  
44 publications



128

abonnés  
25 publications

### TOP NATIONALITÉS

85%

France

8%

USA

2%

Pays-Bas

### TOP RÉGIONS

54%

Nouvelle-Aquitaine

18%

Île de France

10%

Occitanie

### TOP VILLES

13%

Paris

11%

Bordeaux

11%

Périgueux

### TOP PAGES

En 2020, nous enregistrons en top 3 des pages les plus consultées : la page d'accueil et juste en suivant, les pages « Camping » et « Loisirs ».



## Site internet Ecomusée de la Truffe & Les réseaux sociaux [www.ecomuseedelatruffe.com](http://www.ecomuseedelatruffe.com) Facebook, Instagram, Youtube



2 740

visiteurs uniques



3 593

visites en 2020



9 586

pages vues



131

abonnés  
33 publications



285

abonnés  
8 publications

### TOP NATIONALITÉS

84%

France

4%

USA

2%

Belgique

### TOP RÉGIONS

59%

Nouvelle-Aquitaine

20%

Île de France

9%

Occitanie

### TOP VILLES

12%

Paris

12%

Bordeaux

9%

Périgueux

### TOP PAGES

En 2020, nous enregistrons en top 3 des pages les plus consultées : la page d'accueil et juste en suivant, les pages « Préparez votre visite » et « Visites et activités ».

### Bon à savoir :

Lancement de la boutique en ligne printemps 2021.



## De nouveaux outils pour l'accueil du public

### Tables tactiles

**KALKIN**  
OPEN WORLD MAKER

L'Office de Tourisme du Grand Périgueux s'est équipé au cours de l'année de deux tables tactiles de 32 et 27 pouces dans deux points d'information touristique : Périgueux et Sainte-Alvère. Ces outils numériques, apportent ludisme et nouvelles fonctionnalités en modélisant et en valorisant le patrimoine, le territoire à travers les activités de pleine nature.

Les tables tactiles transmettent une nouvelle information aux personnes qui rentrent dans l'Office de Tourisme et permettent aux conseillers en séjour de valoriser les randonnées, les parcours d'itinérance, les partenaires... à travers la modélisation 3D et les activités digitales.

### Roadbook et Taka



En écho aux nouveaux comportements des touristes lors de leur préparation de vacances ou durant leur séjour, l'Office de Tourisme Intercommunal travaille depuis fin 2020 sur un nouvel outil d'accueil territorial : la création de « Roadbooks » personnalisés. Cette solution web innovante, permettra à chaque conseiller de produire des « carnets de voyage » établis avec le visiteur, qui seront tout de suite envoyés par mail, SMS ou imprimés. L'outil ici décrit suppose bien sûr un travail préalable conséquent de description de l'offre touristique, répertoriée par thématiques.

Les conseillers en séjour ont, dans un premier temps, répertorié les demandes les plus récurrentes des visiteurs afin de prévoir un contenu pour chacune d'entre elle. Il a fallu ensuite, assimiler le fonctionnement du back office de ce nouvel outil pour construire des articles ou « feuillets » thématiques. Le but étant de couvrir le plus largement possible les demandes des visiteurs mais aussi d'anticiper leurs futurs besoins. Certains feuillets ont fait l'objet d'un contenu éditorial avec du texte et des photos illustratives et d'autres sont composés d'offres directement importées de la base de données Sirtaqui. Ainsi, une personne qui contacte l'Office de tourisme par téléphone, mail, chat ou au comptoir, pour obtenir, par exemple, des informations sur les campings, les incontournables autour de Périgueux et sur les lieux de pique-nique, recevra son carnet de voyage personnalisé avec les informations souhaitées. Des rubriques incontournables sont également présentes dans chaque « roadbook » comme des informations sur les marchés, le stationnement dans Périgueux ou encore le Pass Tourisme.

Avec la fin des adhésions et de ce fait, la suppression de certaines brochures, cet outil palliatif proposera aux visiteurs une nouvelle façon de consommer notre destination.

En complément de cet outil, l'Office de Tourisme Intercommunal développera son accueil digital en proposant depuis son site Internet, un widget « TAKA ». Il permettra aux visiteurs qui souhaitent découvrir l'offre territoriale, de prendre rendez-vous en visio avec des conseillers en séjour en fonction d'un planning proposant différents créneaux horaires. Là encore, la création d'un roadbook en direct avec le conseiller permettra au visiteur de repartir avec une offre personnalisée.



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

Le site Internet :  
[www.tourisme-grandperigueux.fr](http://www.tourisme-grandperigueux.fr)

\_TRIPADVISOR\_

**4**  
Avis en 2020

**111**  
Avis en 2019

**-96%**  
Évolution

\_Google\_

**36**  
Avis en 2020

**149**  
Avis en 2019

**-76%**  
Évolution

Le site Internet :  
[www.ecomuseedelatruffe.com](http://www.ecomuseedelatruffe.com)

\_TRIPADVISOR\_

**5**  
Avis en 2020

**63**  
Avis en 2019

**-92%**  
Évolution

Le site Internet :  
[www.neufont.com](http://www.neufont.com)

\_TRIPADVISOR\_

**3**  
Avis en 2020

**6**  
Avis en 2019

**-50%**  
Évolution

### La synergie des organismes

L'e-réputation du Grand Périgueux révélée à travers l'accueil réservé aux différents sites, a diminué en 2020. Cependant nous n'avons pas la capacité d'évaluer les retombées directes sur l'e-réputation du Grand Périgueux en tant que Communauté d'Agglomération.

# IMAGE DU GRAND PÉRIGUEUX ET DE LA MARQUE DE TERRITOIRE



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

Cette année, nous avons axé notre stratégie de promotion sur des tournages de vidéos, des accueils de journalistes, d'achats de publi-rédactionnels...

### Tournage de vidéo « travel on the board »

Afin de toucher de nombreuses clientèles, 2 vidéos de promotion du territoire ont été tournées fin juin 2020. Ainsi, du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2021, ces vidéos du Grand Périgueux seront diffusées à bord de tous les vols Air France long-courriers au départ et à destination de la France. Ces 2 clips (d'environ 4 min chacun) sont une invitation au voyage et à la découverte du Grand Périgueux.

1 clip met en valeur les paysages, les richesses architecturales, les activités de loisirs... du Grand Périgueux. Pour donner du dynamisme et ne pas avoir un simple défilé d'images sous-titrées, une voix off commente les séquences. Puis, le second clip fait la part belle aux produits locaux : la truffe, la fraise et la noix. L'objectif est de mettre en valeur ces produits mais aussi les producteurs de notre territoire.

Pour cela,

- Sandra Gontier des "délices de Sandra" de Veyrines de Vergt.
- Olivier Leserne du domaine du Grand Merlihot de Savignac les Eglises.
- Franck Monsallier du moulin de la Gaumerie à Grun Bordas (filière bio).

**Le coût total de cette opération : 30 000€ HT.**

### Achat d'espaces de publi-rédactionnels

En partenariat avec le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle Aquitaine, 2 pages de publi-rédactionnels dans un supplément composé de 32 pages "vendent"

la destination Grand Périgueux auprès d'un lectorat espagnol. Supplément encarté dans la presse quotidienne (Correo, El Mundo Madrid, Heraldo de Aragon et El periódico de catalunya) 270 000 exemplaires. La période initiale de parution était prévue en Mars 2020 mais avec la crise sanitaire, la diffusion a été décalée en juin.

### Accueil de journalistes

Les journalistes s'adressent soit directement à l'OTI ou bien au Comité Départemental du Tourisme. Un programme leur est proposé pour répondre à leur demande.

En 2020, nous avons accueilli 4 journalistes :

- Chaîne Tv Al Arabya pour un sujet sur la truffe diffusé le 17 février 2020
- Magazine "Le monde du Camping-car". Parution printemps 2021
- Article de presse dans le quotidien "El Pais". Sujet "les vacances reportées pour des couples sans enfants". Parution Septembre 2020
- Guide Hachette "Grand Week-end en Dordogne-Périgord". Parution en Mai 2021

### Achat d'encarts publicitaires

Avec la crise sanitaire, nous avons été très peu sollicités en 2020. Cependant, nous souhaitons toujours favoriser les supports de communication touristiques locaux.

- Périgord Découverte : guide touristique édité à 250.000 exemplaires
- Guide du Périgord : site web diffusant toutes formes d'informations touristiques du Périgord. Un pack partenaire pour visibilité de la destination et diffusion sur leurs réseaux sociaux.

## Nouvelle Organisation Touristique des Territoires et Marque de destination

L'adoption du Schéma Local de Développement Touristique du Grand Périgueux fin 2018, a généré la mise en œuvre de plusieurs actions, dont la réponse à l'appel à projet régional Nouvelle Organisation Touristique du Territoire en 2019.

La politique de professionnalisation et de promotion supra-communautaire à l'échelle de 8 intercommunalités du nord et de l'ouest de la Dordogne ou la création d'une destination « Vallée de l'Isle / Val de Dronne » alors visée et validée par la Région Nouvelle Aquitaine, supposait quelques prérequis :

- Une volonté collective ferme d'agir ensemble pour une durée prolongée des visiteurs sur ce vaste territoire,
- Un engagement à moyen-terme permettant l'ancrage de ce nouveau territoire touristique au sein de la destination plus large « Vallée de la Dordogne »,
- Des moyens humains et financiers à adosser au projet ainsi que l'élaboration d'un outil intercommunautaire.

L'animation du projet confiée à une cheffe de projet recrutée en décembre 2019 par l'Office du Tourisme du Grand Périgueux, co-financée par les 8 intercommunalités et la région NA, devait quant à elle consolider ces prérequis et favoriser la coordination des actions.

Il est apparu assez tôt dans le suivi du projet que certaines intercommunalités n'étaient pas convaincues par le principe d'un pôle touristique intercommunautaire.

Une discussion entre les présidents ou vice-présidents tourisme des huit territoires intercommunaux lors d'un déjeuner fin septembre 2020, a permis à chacun d'exprimer ses doutes et points d'achoppement, non encore partagés à ce stade.

Il s'agissait d'entendre et de vérifier le contenu même de l'ambition collective originelle, puisque les échos plutôt défavorables à un outil intercommunautaire faisaient la part belle à des regroupements infra-territoriaux, très éloignés du projet initial, risquant de précipiter sa révision.

**La définition d'une marque de destination touristique** est bien la seule action sur laquelle tous se sont alors mis d'accord abandonnant toutes les autres opérations phares : site internet commun, internet de séjour, brochures communes, recrutements mutualisés...

Le consensus politique, non-véhiculé par l'animatrice du projet a engendré la rupture anticipée de son contrat et soumis l'ensemble des territoires à une question majeure : quelle suite donner au projet ? Quel lien résiduel entre la marque de destination consensuelle et les orientations régionales relatives au dispositif NOTT ?

La remise en question de la pertinence de l'échelle territoriale visée initialement, le constat d'une ambition qui aurait nécessité un pacte administratif et financier préalable, ont précipité à la fois l'arrêt du projet NOTT et le maintien d'une marque commune à déterminer, à 6 et non plus à 8 : les intercommunalités de Dronne et Belle et du Nontronnais faisant le choix de s'appuyer sur l'image naturelle du Périgord vert.

**Pour rappel**, le Comité Départemental du Tourisme de la Dordogne (CDT/24) a redéfini sa marque de destination et son positionnement en 2012 et sur proposition des Offices du tourisme du département, a validé lors d'ateliers collaboratifs en décembre 2020, la déclinaison de sa marque à l'échelle des territoires infra.

Le constat de non-appropriation par la majorité des territoires touristiques de la marque départementale s'impose en effet depuis de nombreuses années.

L'opportunité pour le Grand Périgueux élargi à la Vallée de l'Isle et une partie de la Dronne, de porter sa candidature pour expérimenter avec le Département, la faisabilité d'une déclinaison de la marque touristique de la Dordogne, a semblé évidente.

L'aval des 6 territoires concernés et du Conseil départemental de la Dordogne a donné corps à une consultation lancée par le CDT 24 et l'Office de Tourisme du Grand Périgueux, auprès d'agences de communication.

La logique de destination attendue par les uns et l'appropriation de la marque touristique départementale visée par les autres, rappelée dans la commande, a permis de sélectionner l'agence TAO de Toulouse (agence créatrice de la marque départementale).

Les travaux de l'agence ciblant avant tout la déclinaison de la marque départementale, valable pour un premier territoire candidat ainsi que pour tous les autres volontaires, ne consiste cependant pas à déterminer une signature de destination. Il s'agira dans un second temps d'identifier ce « Grand Périgueux élargi ».

# FOIRES, SALONS & MICROMARCHÉS



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

En 2020, diverses actions sont programmées. L'objectif est de développer de nouvelles clientèles françaises et étrangères comme la Chine. Pour cela, l'Office de Tourisme du Grand Périgueux devait être présent au China Work shop en Janvier à Paris puis au salon Mondial du Tourisme en Mars. Le début de la crise sanitaire (particulièrement vécu en Chine) ainsi qu'une décision gouvernementale avant le confinement ont généré dans un premier temps le report, puis l'annulation de ces événements.

Cependant, l'Office de Tourisme était présent au So événements à Bordeaux en septembre. **SO Événements est le rendez-vous annuel de la filière événementielle** du grand Sud-Ouest.

Cet événement est réservé aux organisateurs de séminaires, incentives, congrès, soirées, réunions d'entreprises, d'agences, de comités d'entreprises. A ce titre, l'Office de Tourisme du Grand Périgueux a rencontré 12 organisateurs d'événements professionnels (agences spécialisées, entreprises et associations).





## Favoriser la fréquentation locale à l'Office de Tourisme du Grand Perigieux

### Les accueils/boutiques de Perigieux, Vergt et Sainte-Alvère

Il est indéniable que les effets de la crise sanitaire ont eu un impact sur l'activité commerciale des boutiques des sites de l'Office de Tourisme du Grand Perigieux. Cependant avec une année 2020 base sur 9 mois d'activité et une amplitude horaire réduite sur les mois de juillet et août, la boutique du bureau d'accueil principal de Perigieux connaît au final une baisse de son chiffre d'affaires de 36,4%. Les deux premiers mois de l'année laissaient pourtant présager une belle année avec une augmentation du chiffre d'affaires de plus de 56%. Malgré tout, le mois d'août a connu une légère hausse par rapport à 2019. La fréquentation de la clientèle française a en effet été importante sur cette periode, ressentie en termes de consommation.

Le bureau de Sainte-Alvère reste à l'équilibre et celui de Vergt connaît lui une augmentation de 22,14%. Cette hausse peut se justifier par le rôle joué par ce bureau qui pour la clientèle locale reste un lieu de consommation, assimile à une boutique de producteurs locaux, même si l'offre reste encore à étoffer.

L'impact de la crise est également visible au niveau de l'activité des billetteries de spectacles, gelant la reprise de ces activités ou tout du moins les proposant avec des conditions strictes pas toujours envisageables et soutenables financerement pour les organisateurs. Aussi  Perigieux sur

6 conventionnements de billetteries signes, seulement un spectacle a pu se dérouler dans les conditions habituelles. Idem sur le site de Sainte-Alvère, où le traditionnel Festival Musiques en Sol n'a pas pu avoir lieu. La perte sur les commissionnements s'élève à plus de 2 000e.

L'activité de location de la galerie d'art sur le site de Vergt a pu être maintenue et progresser avec 5 semaines de location en plus que l'an passe.

Le confinement de début d'année 2020 et le caractère inédit de la crise sanitaire ont également bouleverse à la fois les calendriers en termes de gestion de la boutique (commande de nouveaux produits, gestion des stocks, livraison des fournisseurs) mais aussi les modes de consommation des clientèles présentes. La consommation de la clientèle française et locale est en effet bien différente des clientèles étrangères, ce qui n'a pas été sans effet sur les achats constates en boutique. Par ailleurs, la crise a de fait instaure de nouveaux canaux de distribution et il a fallu s'adapter pour essayer de relancer l'activité. En fin d'année, un système de "click and collect" avec mise en place d'un protocole sanitaire et réalisation d'un catalogue en ligne des produits a été propose. Ne pouvant intégrer, pour des contraintes administratives, la plateforme Ma ville mon shopping soutenue par le Grand Perigieux, une réflexion sur un projet de vente en ligne a été amorce.

## \_CHIFFRE D'AFFAIRES DES ESPACES BOUTIQUES OFFICE DE TOURISME DU GRAND PÉRIGUEUX\_

### • Vente boutique



### • Commission billetteries



### • Location Galerie d'Art



### Les chiffres clés 2019-2020 :

CA Boutique Périgueux : 27 188€ / 17 290€  
Dépense moyenne/visiteur : 0,36€ / 0,72€  
Panier moyen : 6,27€ / 7,39€  
Taux de captation : 5,58% / 7,73%

### Perspectives-projets :

- Développement de la boutique en ligne intégrée sur le site internet de l'Office de Tourisme du Grand Périgueux, avec le prestataire habituel qui gère le logiciel de caisse Aloa Consonance Web. Opérationnel pour le printemps 2021.
- Déménagement du bureau du site de Vergt, avec réflexion à mener sur le lieu et l'aménagement de l'espace boutique.
- Développer un univers et une gamme de produits autour de la thématique de la randonnée, qui reste une demande forte des clients des bureaux du secteur.
- Etudier la mise en place de nouveaux conventions de billetteries avec le connecteur



Eloha/Aloa pour multiplier l'offre de services proposés, et étoffer l'offre de billetteries spectacles en espérant une reprise des activités culturelles et événementielles au plus vite.

- Meilleure connaissance des modes de consommation des clientèles françaises.

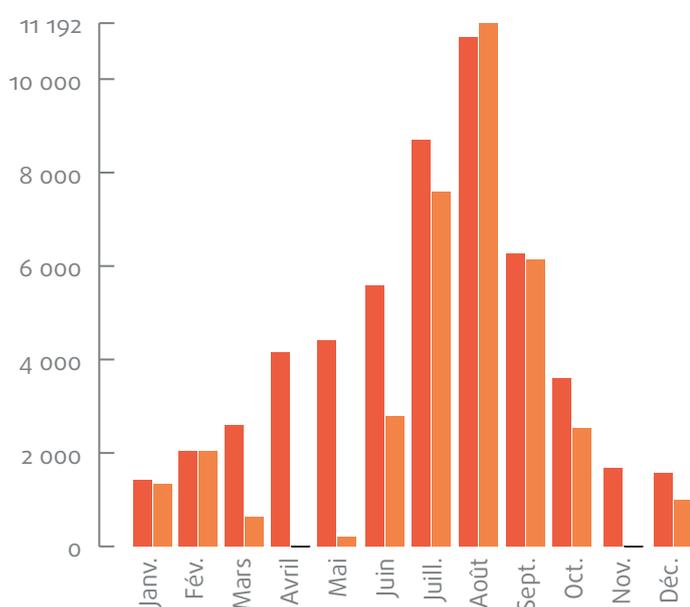


## Favoriser l'adhésion des habitants du Grand Périgueux à l'offre touristique du Grand Périgueux

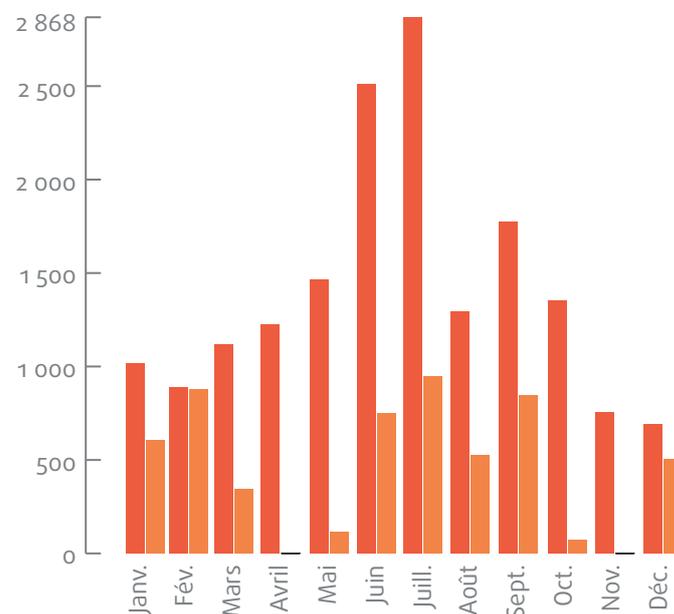
### Zoom sur les habitants du Grand Périgueux 2020

Chaque année, la proportion de personnes habitant le Grand Périgueux est beaucoup plus importante en basse saison et beaucoup plus faible lors de la période estivale. En 2020, cette proportion a fortement diminué sur l'ensemble des mois (sauf en décembre et sur les mois de mars et mai qui

correspondent aux mois de confinement avec la restriction de circulation). Au total, **5 583 locaux (soit 16 % de la clientèle française)** ont donc franchi les portes de l'Office de Tourisme cette année contre **16 959** l'année dernière (soit 39%).



\_NOMBRE DE VISITEURS FRANÇAIS\_



\_NOMBRE DE VISITEURS GRAND PÉRIGUEUX\_

2019

2020

Mars & mai, Office de Tourisme fermé une partie du mois  
Avril & novembre, Office de Tourisme fermé tout le mois

## Les partenaires privés

Fin 2020, l'Office de Tourisme du Grand Périgueux, dans une démarche volontariste, a fait le choix de ne plus éditer de brochures hébergements, restaurants et sites et loisirs. Le nouveau comportement des touristes lors de la préparation ou pendant leur séjour, nous a amené à constater que les brochures dans toute leur diversité, ne sont plus des supports privilégiés. Hormis la revue touristique qui promeut chaque année le territoire, nous avons voulu digitaliser l'ensemble des informations illustrées jusqu'alors dans des brochures.

Afin de répondre le plus finement possible aux besoins accrus des visiteurs, nous avons sollicité le grand public et les prestataires touristiques à travers 2 questionnaires sur la promotion de demain (supports de communication, services adaptés, conseils cousus main, valorisation de notre territoire).

Nous avons obtenu 17 retours de prestataires touristiques et 43 retours grand public.

## Le grand public

- note que les professionnels du tourisme, pour développer la promotion de la destination "Grand Périgueux", devraient être plus présents sur le web (ex. via l'organisation de jeux concours, avec la mise en place de tarifs attractifs/billet jumelé entre les sites...) mais aussi à travers plus de promotion dans les salons, revues spécialisées...

- attend de l'Office de Tourisme du Grand Périgueux, plus de conseils personnalisés, des amplitudes horaires plus larges dans les bureaux d'informations touristiques, plus d'accès à des outils numériques...

- accorde une grande importance aux visuels, photos et pense qu'avec de belles images/vidéos nous pourrions enchanter l'expérience des touristes sur le territoire. De plus, on observe une grande importance pour le grand public de mettre en avant la gastronomie (ex. à travers plus d'opérations dégustations).

- imagine l'Office de Tourisme de "demain" tournée vers le numérique sans oublier l'importance de l'humain.

## Les prestataires touristiques

- indiquent vouloir participer à des campagnes sur les réseaux sociaux, des salons, des accueils ambassadeurs. D'autres émettent également le souhait que l'Office de Tourisme propose davantage de rencontres entre les professionnels du secteur.

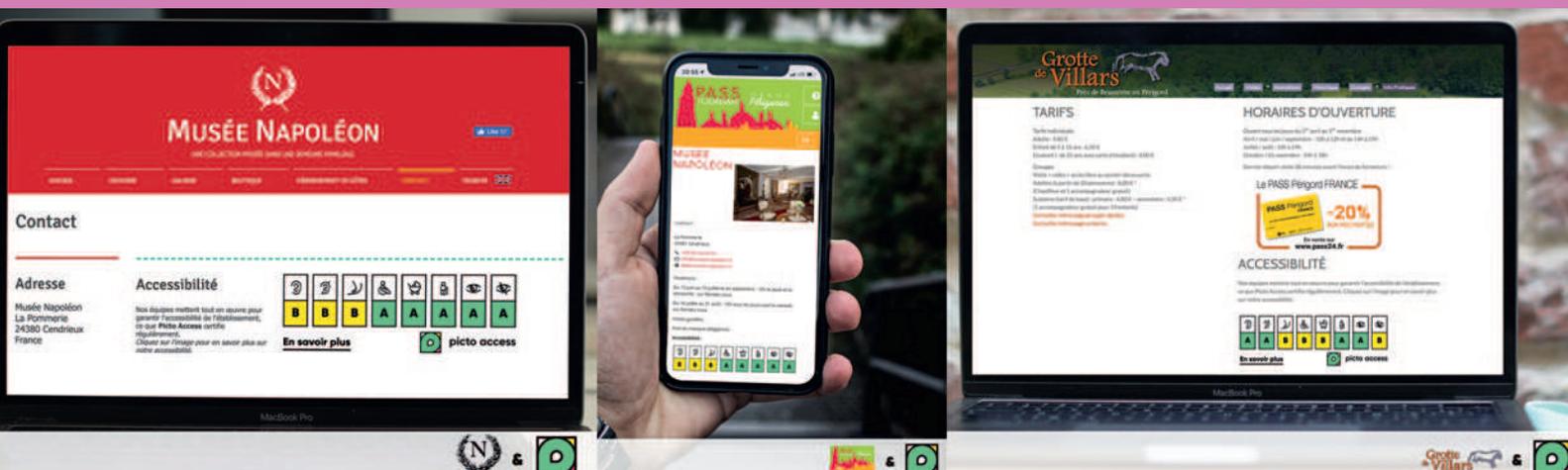
- pour accroître leur activité auprès des nouvelles clientèles, ils attendent plus de visibilité web, plus de documents papier à pouvoir fournir à leurs clients et que nous les impliquions/sollicitions plus lors des événements organisés sur le territoire.

- estiment que nous pourrions améliorer l'expérience client en mettant plus en avant le travail des producteurs locaux, notre patrimoine culturel et historique, nos manifestations. Pour améliorer la qualité d'accueil, d'autres indiquent vouloir être accompagnés sur les labellisations.

- imaginent l'accueil dans les Offices de Tourisme de "demain" avec des horaires d'ouverture plus amples, un accueil physique et virtuel plus personnalisé.



# PUBLIC SOUFFRANT D'UN HANDICAP

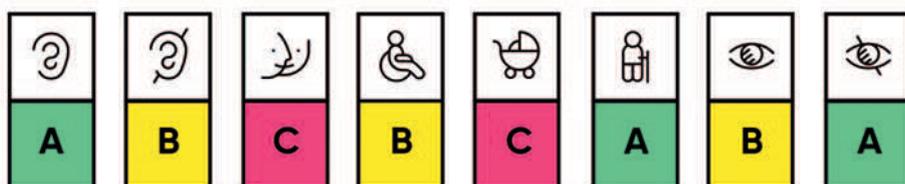


En 2020, l'Office de Tourisme du Grand Périgueux a été le premier Office de tourisme en France à s'engager pour construire un monde accessible partout et par tous, aux côtés de Picto Access.

Depuis 10 ans, l'Office est engagé en faveur du tourisme inclusif. Cet engagement se traduit avant tout par la mise à disposition du public d'un espace d'accueil et d'information facilement accessible. Reconnu par le label Tourisme et Handicap, l'Office de Tourisme du Grand Périgueux propose une offre accessible complète qui intègre le transport, l'hébergement, la restauration et les loisirs. La création de visites guidées adaptées témoigne de cet investissement sans relâche en faveur d'un tourisme accessible à tous. Afin de communiquer auprès de tous nos visiteurs

sur les efforts du territoire en termes d'accessibilité et de pouvoir proposer une découverte des sites et monuments en toute tranquillité, l'Office de Tourisme du Grand Périgueux a noué un partenariat avec Picto Access en 2020.

Picto Access permet de rendre visibles les équipements touristiques inclusifs et donc de renforcer l'attractivité du territoire. Pour ce faire, Picto Access réalise un diagnostic de l'accessibilité des lieux et traduit le résultat dans un langage universel avec des pictogrammes de couleurs. Chaque pictogramme représente une fragilité (personne touchée par une déficience visuelle partielle ou totale, personne touchée par une incapacité à marcher, personne rencontrant des troubles de la mobilité temporaire...) et est associé à une couleur et un lettrage qui renseignent le niveau de l'accessibilité du lieu.



- Vert/A, le lieu est accessible en toute autonomie,
- Jaune/B, le lieu est accessible avec un accompagnateur ou n'est accessible que partiellement,
- Rouge/C, le lieu n'est pas accessible.

Ces pictogrammes renvoient l'utilisateur qui souhaite en savoir plus vers un référentiel qui reprend, point par point, les équipements d'accessibilité du lieu, en s'adaptant aux spécificités de chaque bâtiment (lieu culturel, sportif, hébergement...). Via les outils de communication de Picto Access, l'Office de Tourisme peut alors valoriser ces informations, les outils de communication que consultent les visiteurs et leur apporter l'information d'accessibilité de manière simple et efficace (sites internet, pages Google business manager, Facebook).

Grâce à cette prestation financée par l'Office de Tourisme du Grand périgueux en 2020, 10 établissements accessibles et emblématiques du territoire (musée Vesunna, musée Napoléon, Château des Reynats...) ont été diagnostiqués par Picto Access pour informer les visiteurs de leurs conditions d'accueil. Les touristes peuvent désormais anticiper sereinement leurs déplacements dans ces établissements et les découvrir en autonomie.

**Coût de la prestation : 3 960€**

# TOUS LES PUBLICS



## Proposer une information fiable, pertinente et de qualité

### Qualité tourisme, nous assurons la qualité des services

L'Office de Tourisme du Grand Périgueux est engagé dans la Marque Qualité Tourisme depuis 2009.

Le dernier renouvellement de la marque remonte à 2018. Depuis 2019, la validité de la marque a été portée à cinq ans au lieu de trois. Nous aurions dû faire l'objet d'une « visite mystère » pour la partie Gestion de la Relation Client avant le 31 décembre 2020 mais la crise sanitaire a modifié le calendrier avec un report possible jusqu'au 31 décembre 2021.

En l'absence de référent Marque Qualité Tourisme en Dordogne, notre dossier est suivi par Gironde Tourisme par le biais d'une convention. Le contexte de la pandémie a généré des critères de réassurance sanitaire.

Notre implication dans la Marque Qualité Tourisme nous permet de mettre nos engagements à la disposition et au service de différents publics : les touristes, les publics locaux, les prestataires du territoire ou bien encore les élus.



## Proposer une offre touristique et culturelle variée

### Activité groupes / séminaires

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



dossiers de réservations

280

2019



dossiers de réservations

57

2020



personnes accueillies

7 426

2019



personnes accueillies

1 261

2020



chiffre d'affaires €

88 092

2019



chiffre d'affaires €

43 638

2020



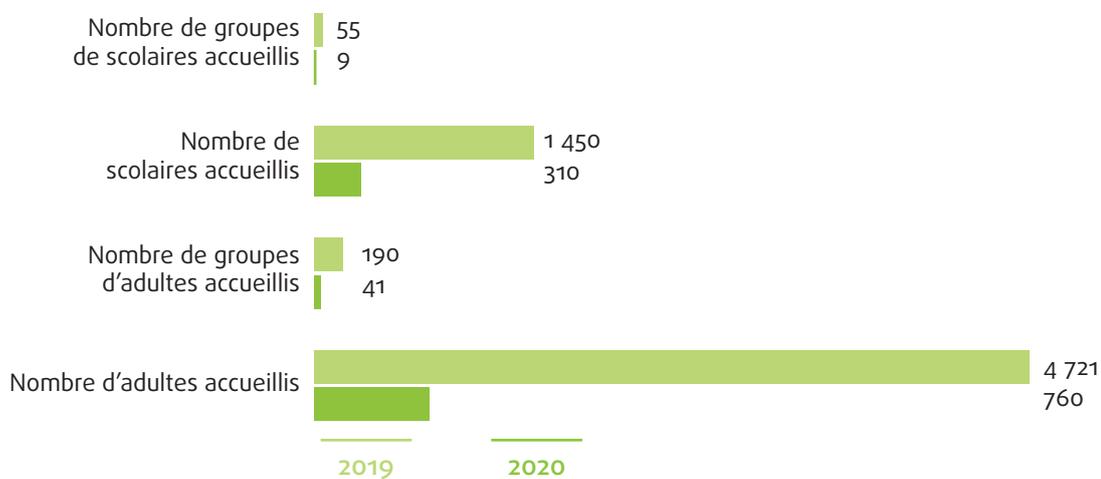
L'année 2020 s'annonçait très satisfaisante avec un nombre de réservations en hausse, que ce soit pour les visites ou les produits packagés. Malheureusement, la pandémie a stoppé ce bel élan.

L'ordonnance mise en place par le gouvernement permettant aux opérateurs de voyage de proposer

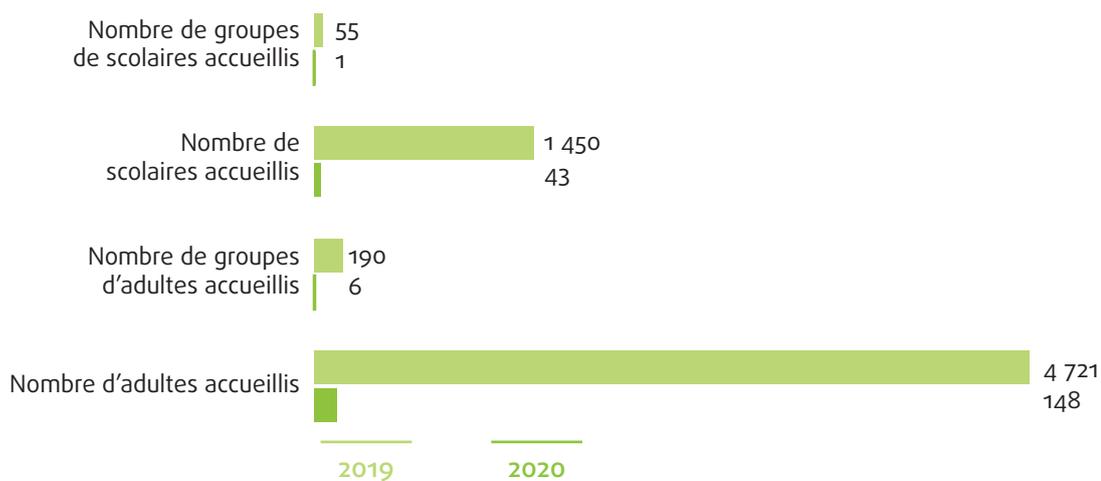
un système d'avoirs, a cependant permis à l'Office de Tourisme de sauvegarder la trésorerie tout en offrant la possibilité aux clients de reporter leur prestation en toute sérénité. Toutefois, certains groupes ont réussi à venir sur notre territoire, même si les effectifs étaient inférieurs aux réservations initiales.



### GROUPES EN VISITES



### GROUPES EN JOURNÉE OU SÉJOUR





## Les visites à destination des individuels

L'Office de Tourisme du Grand Périgueux propose des visites guidées de ville et dans le Grand Périgueux à chaque période de vacances scolaires (toutes zones confondues) et durant l'été. Pour valoriser tout le territoire et satisfaire un public le plus large possible plusieurs types de découvertes sont programmés.

### À noter :

Cette année, nous avons été contraints à des jauges pour nos groupes de visites (selon les variations du protocole sanitaire).

#### \_LES TOITS DE LA CATHÉDRALE\_

**1 961** personnes  
accueillies

**250** visites

**10 494 €**

#### \_VISITE VILLE DE PÉRIGUEUX\_

**1 180** personnes  
accueillies

**91** visites

**6 317 €**

#### \_VISITE DES VILLAGES\_ Paunat - Le Change - Sainte-Alvère

**25** personnes  
accueillies

**5** visites

**120 €**

#### \_VISITE DE SITES\_

Château de Lauterie et Prieuré de Merlande

**26** personnes  
accueillies

**2** visites

**168 €**

#### \_RANDONNÉE URBAINE\_

**20** personnes  
accueillies

**1** visite

**120 €**

## Diversifier l'offre des parcours de visites

Dès le mois de novembre, les guides-conférenciers ont commencé un repérage photographique, par secteur, de la ville de Périgueux. Ce travail a pour objectif de délimiter des parcours thématiques de visites et de permettre aux visiteurs (locaux et touristes) de découvrir le centre historique et les quartiers environnant.

Jusqu'à présent des plans de visites proposant seulement 2 parcours sont à disposition du public

à l'accueil de l'Office de Tourisme. En 2021, nous avons pour projet d'éditer, sous la forme d'un guide, 12 parcours de visites.



# PASS TOURISME GRAND Périgueux

Visitez malin à prix réduits  
Choisissez votre formule



## Le PASS tourisme

Lancé en 2019, le Pass tourisme a connu un bel essor en 2020 avec 193 ventes (contre 12 en 2019) entre juillet et octobre. Ces ventes ont généré 677 entrées dans les 13 sites partenaires. Le changement de formule, l'accroissement de la communication autour du Pass ainsi que sa vente en ligne ont rendu possible cette augmentation des ventes.

A noter en fin d'année la vente de 430 Pass, cadeaux de Noël d'une entreprise à ses salariés, qui seront utilisés courant 2021.



chiffre d'affaires €

321

2019



chiffre d'affaires €

9 188,50

2020

## Terra Aventura

L'Office de Tourisme du Grand Périgueux a développé en 2020 une seconde chasse aux trésors Terra Aventura sur son territoire en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme. Ce nouveau parcours intitulé « Périgueux, l'Isle aux trésors... » de 4 kilomètres mène les joueurs vers la voie verte et le centre historique de Périgueux. Mise en ligne le 1<sup>er</sup> août 2020 suite à la virtualisation du parcours, 749 joueurs ont été enregistrés cette année.

\_Périgueux, l'Isle aux trésors\_

749

Joueurs 2020

Ouverture août 2020

\_Vésone et le dragon\_

1 778

Joueurs 2019

1 305

Joueurs 2020

-36%

Évolution



Quant au parcours « Vésone et le dragon » initié en juin 2019, situé sur le secteur Gallo-Romain de Périgueux, 1 305 joueurs en 2020 (-36% par rapport à 2019) ont été enregistrés.

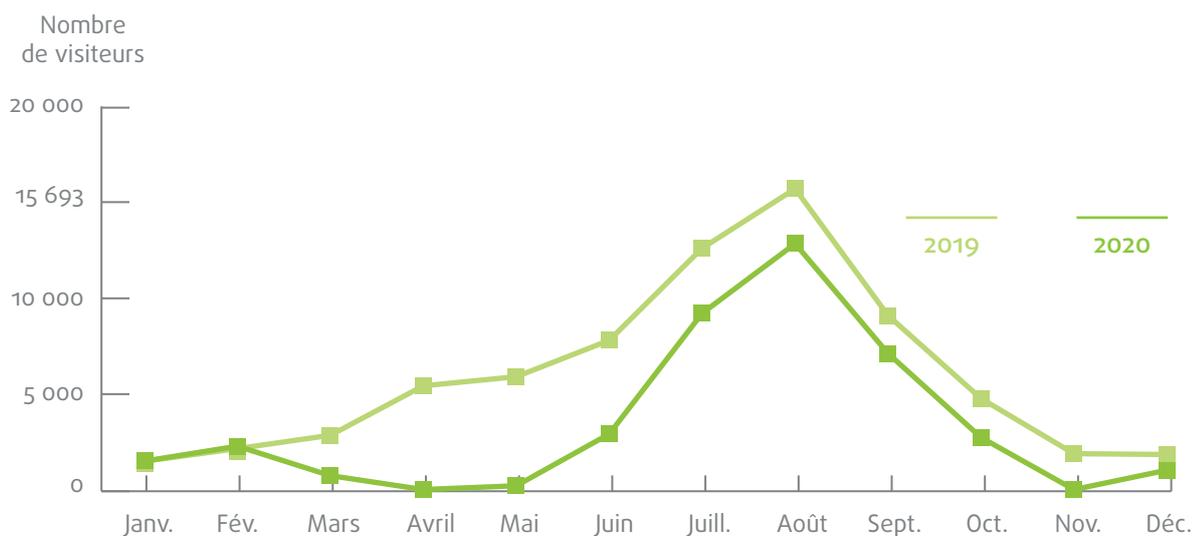
Avril, mai et novembre, aucune participation enregistrée pour cause de confinement.

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

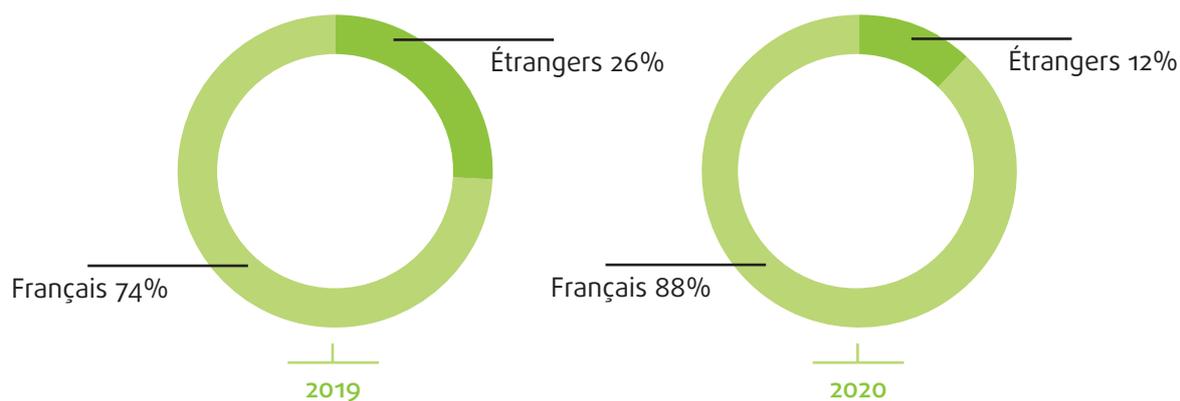
En cette année 2020 si particulière, on constate une **baisse de la fréquentation de 43%**. Au total **43 108 visiteurs** se sont succédés à l'Office de Tourisme du

Grand Périgueux (dont 37 918 français et 5 190 étrangers). La proportion d'étrangers passe ainsi de 26% en 2019 à 12% en 2020.

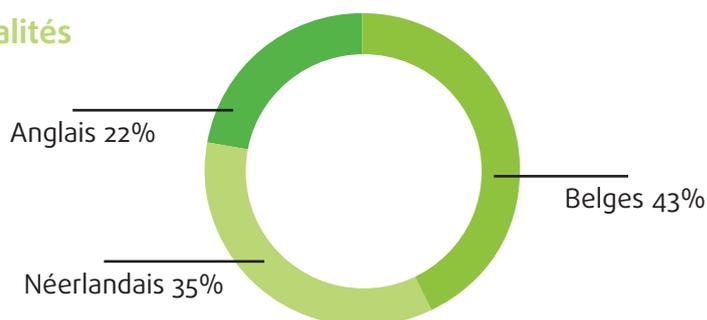
	_FRANÇAIS_	_ÉTRANGERS_
_Bureau d'accueil de Périgueux_	35 487	4 949
_Bureau d'accueil de Sainte-Alvère_	793	166
_Bureau d'accueil de Vergt_	1 638	75
_TOTAL_	37 918	5 190



## 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 - Déclic&Décolle  
L'Œil du Margouillat - Vergt Patrimoine - Nicolas Lux - Jonathan Barbot  
Petite Souris Photographie

**SUPERIGUEUX**

Office de Tourisme  
du Grand Périgueux

9 bis, place du Coderc  
24000 Périgueux

-

[tourisme-grandperigueux.fr](http://tourisme-grandperigueux.fr)