



# La Lettre du Tourisme

Le journal du Comité Départemental du Tourisme et des professionnels du tourisme de la Dordogne

Avril 2014

## Sommaire

- 02 Bilan de l'année 2013
- 03 Bilan média 2013
- 04 Le plan d'actions promotionnelles 2014
- 06 Lascaux III à Houston, Texas
- 07 Sirtaqui, v5  
Système d'Information Régional Touristique Aquitain
- 08 La Dordogne en famille {suite...}
- 09 Tourisme équestre
- 10 La vie des associations et des labels
- 12 Éditions, nouveautés



## Innover et séduire pour conquérir de nouveaux clients

**Les actions de promotion du CDT pour l'année 2014 s'inscrivent dans l'objectif ambitieux de conquérir 1 million de touristes supplémentaires à l'horizon 2020 dans le cadre du nouveau Schéma Départemental de Développement Touristique.**



Il nous faut donc adapter notre communication, nos actions et nos outils marketing pour séduire les nouveaux clients dont l'étude TNS SOFRES, réalisée en 2012, nous a appris que certains auraient peur de l'ennui... Il a donc été décidé d'adapter notre stratégie promotionnelle pour vanter la richesse de notre offre, la variété des séjours proposés par les professionnels du département et dynamiser la présentation de notre Destination en utilisant la vidéo, les clips publicitaires et en ciblant les séjours hors saison.

C'est dans cet objectif que le nouveau site Web de campagne - [www.je-pars-en-dordogne.com](http://www.je-pars-en-dordogne.com) - a été conçu : il présente des « Bons Plans », des courts séjours et séjours à thème commercialisés par les partenaires privés et publics associés.

L'intégration de vidéos et de nouveaux clips donne une image plus jeune de notre destination où chaque public peut trouver le séjour adapté à ses goûts, aux attentes de sa famille de ses enfants ou de ses amis. Le visiteur est invité aussi à participer à un jeu concours « national » avec plus de 40 séjours à gagner ; ce jeu nous permettra de dynamiser la fréquentation du site et de développer notre base de données contacts.

La promotion de ce site, avec un investissement de plus de 45 000 € alloué à la promotion télévisée de la Dordogne, débutera cette année par les régions Bretagne, Pays de Loire, Rhône Alpes et Auvergne dans lesquelles FRANCE 3 diffusera 2 spots de 20 secondes avant les Journaux Télévisés Régionaux pendant 14 jours dès le début du mois d'Avril.

Le Magazine des Vacances et des Loisirs, édition 2014, quant à lui, servira à séduire de nouveaux lecteurs, journalistes, agences de voyages et leaders d'opinion grâce à la variété et à la qualité des témoignages de nos gens de pays.

Gageons que les actions engagées par le CDT, avec le concours de tous, porteront leurs fruits dans les mois et les années à venir et participeront à réenchanter notre destination Dordogne-Périgord.



## L'année touristique 2013 : les chiffres !

### Malgré un contexte morose, la Dordogne a tiré son épingle du jeu en 2013 !

Alors que tous les indicateurs départementaux font apparaître une stabilité, voire un léger tassement (hôtellerie, sites...), l'hôtellerie de plein air confirme son attractivité, avec une belle progression (sachant que les campings aménagés représentent 52,2 % des lits marchands du département).

À noter que, parallèlement, le nombre de lits marchands a progressé de 2,39 % entre 2013 et 2014.

### Principaux chiffres du tourisme en Dordogne

**116 400 lits marchands/ 150 000 lits en résidences secondaires**

**190 sites et monuments** ouverts à la visite - 3 millions de visiteurs (estimation)

**Chiffre d'affaires de 1 milliard d'€**

**1<sup>er</sup> département en nuitées françaises** en environnement campagne (Source : SDT TNS SOFRES 2012)

Dépense moyenne (source : TNS SOFRES /PROTOURISME 2012) de 40,1 €/jour pour les clientèles françaises ; 69,5 €/jour pour les clientèles étrangères

#### Hôtellerie de plein air

(mai à septembre 2013) - Source : INSEE

**3 067 816 nuitées** : + 4,82 % par rapport à 2012

**Français** : + 5,57 % (60 % du total des nuitées)

**Etrangers** : + 3,72 % (40 % du total des nuitées -

1<sup>ère</sup> clientèle étrangère : Pays Bas

(57 % des nuitées étrangères)

Durée moyenne séjour : 7,03 jours

#### Sites et monuments

(80 répondants sur 190)

**3 millions de visiteurs** (estimation)

Légère baisse/2012 : - 0,62 %

#### Hôtellerie

(totalité de l'année 2013) - Source : INSEE

**1 020 357 nuitées** : - 1,48 % par rapport à 2012

**Français** : - 1,36 % (76% du total des nuitées)

**Etrangers** : - 1,86 % (24% du total des nuitées) -

1<sup>ère</sup> clientèle étrangère : Royaume Uni

(21 % des nuitées étrangères)

**2/3 des nuitées se font hors juillet-août**

Durée moyenne séjour : 1,76 jours

#### Activité du service Loisirs

#### Accueil - Dordogne Réservation - évolution 2012/2013

Nombre total de contrats : 3575 soit - 0,5 %

Nombre total de nuitées : 100 507 soit -1,5 %

Chiffre d'affaires global : 2 164 687 soit + 6,4 %

### Frequentation des sites web

L'ensemble des sites web du CDT (www.dordogne-perigord-tourisme.fr versions en FR, GB, hollandais, Italien, allemand, espagnol + Gîtes de France Dordogne + Clévacances Dordogne + canoë Dordogne) totalise près de **536 000 visiteurs**.

Pour plus de détails sur les chiffres : rubrique « observatoire » sur l'espace pro du site du CDT : <http://www.dordogne-perigord-tourisme.fr/fr/espace-pro-3.htm>



## NOTORIÉTÉ DE LA DESTINATION DORDOGNE-PERIGORD

### Bilan Argus de la presse 2013

Le CDT en 2013 a accueilli plus de 51 journalistes et sociétés de production et a réalisé 23 aides techniques.

En voici les résultats chiffrés :

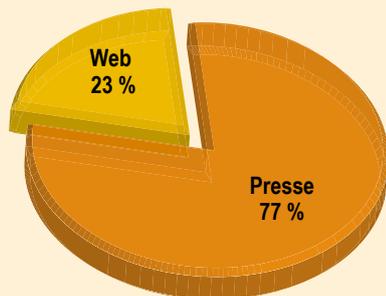
**Presse écrite** : 3 862 485 €

**Web** : 783 125 €

#### • Presse française :

480 pages de rédactionnel cumulés

35 975 113 exemplaires distribués (magazines et autre PQR)



Nombre de retombées en % par type de support

#### Equivalent publicitaires

4 645 485 € de retombées

#### Nombre de supports touchés

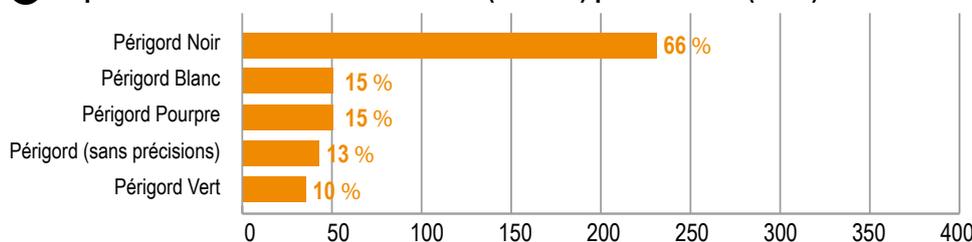
287 dont web 87

#### Nombre de supports touchés

526 retombées presses (articles, brèves, citations...etc) dont 121 sur Internet

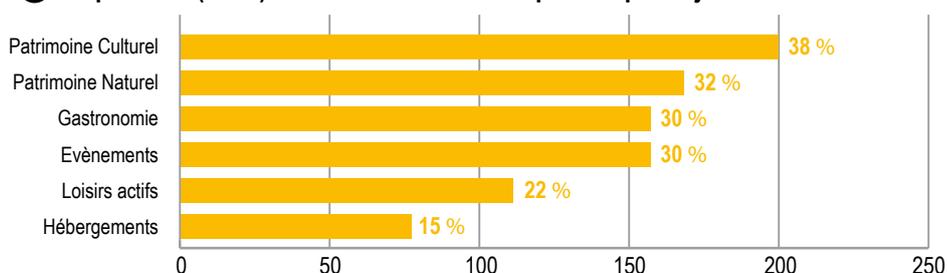
### Argus de la presse 2013 / Bilan des publications par territoire et par sujet

#### 01 Répartition du nombre de retombées (articles) par territoire (en %) - Année 2013



	Périgord Vert	Périgord (sans précisions)	Périgord Pourpre	Périgord Blanc	Périgord Noir
Nombre de retombées	54	69	78	80	349

#### 02 Répartition (en %) du volume des articles publiés par sujet - Année 2013

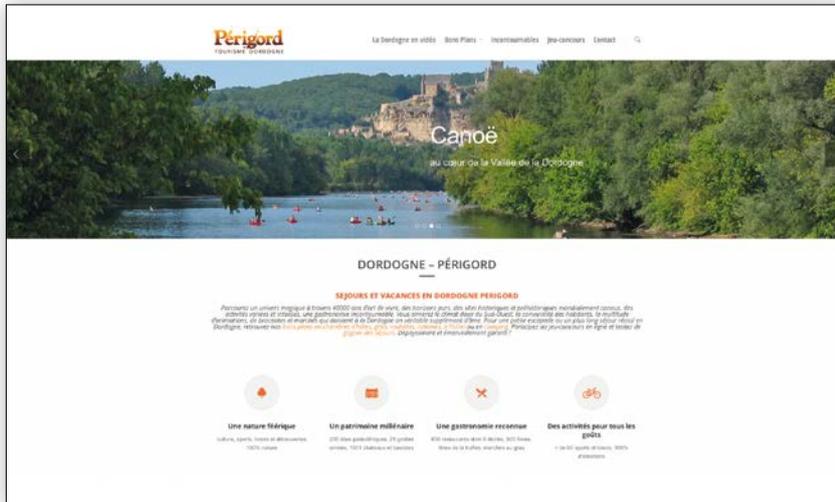


	Hébergements	Loisirs actifs	Evènements	Gastronomie	Patrimoine Naturel	Patrimoine Culturel
Nombre de retombées par sujets traités	77	114	157	158	170	199

# 04 LE PLAN D' ACTIONS PROMOTIONNELLES 2014



## 60 bons plans pour des séjours uniques en Périgord



À partir de Mars 2014, le Comité Départemental du Tourisme de la Dordogne lance un nouveau site internet de conquête, destiné à capter des primo visiteurs. Ce site de séduction est destiné à mettre en avant « des offres exclusives » en matière de vacances et week ends en Périgord.

De plus et dès la fin du mois de Mars, un jeu concours sera mis en place sur ce site pour une durée de 5 mois pour tenter de gagner des vacances de rêve.

Pour répondre à la tendance de l'achat malin, [www.je-pars-en-dordogne.com](http://www.je-pars-en-dordogne.com) propose aux internautes pas moins de 60 offres uniques et exclusives spécialement proposées au travers de ce site.

### Les bons plans concernent de nombreux séjours en campings mais pas seulement !

Le SDHPA (Syndicat Départemental de l'Hôtellerie de Plein Air), le Service Périgord Réservation, les Offices de Tourisme (Sarlat et Bergerac), la Sémitour, les Sites en Périgord, des hôtels et propriétaires de locations de vacances ont décidé de faire un geste commercial : qu'il s'agisse de remises sur le prix affiché, d'offres de visites ou d'activités gratuites durant le séjour...

Pour inciter à la consultation de ce site internet, plusieurs campagnes de communication vont être lancées sur le marché français, par le CDT Dordogne durant le printemps 2014.

Des spots publicitaires seront diffusés sur France 3 dans les régions émettrices de clientèle (Bretagne, Pays de Loire, Grand Rhône, Auvergne et Alpes). Les 28 spots de 20 secondes (2 spots par jour durant 14 jours, à compter de début avril), mettront en avant la richesse patrimoniale, naturelle, gastronomique, de la destination, au travers d'images fortes et séduisantes et inciteront le téléspectateur à se connecter sur le site des bons plans :

[www.je-pars-en-dordogne.com](http://www.je-pars-en-dordogne.com)

Cette campagne télé permettra de toucher 3 180 105 téléspectateurs de 35 ans et plus (dont 748 512 en CSP +) une communication va être lancée également au travers d'un supplément « Vacances et Weeks ends en Périgord » paru dans le MAG SUD OUEST du 05 avril (départements 33, 64, 16, 17) touchant de ce fait plus de 200 000 lecteurs pour un tirage de 190 000 ex.

Dans la chasse aux bons plans, Internet est devenu un outil très efficace. On constate que 69 % des Français considèrent Internet comme un moyen de gagner en pouvoir d'achat <sup>(1)</sup> et que 53 % des mobinautes se disent intéressés par les bons plans à proximité <sup>(2)</sup>. En créant [www.je-pars-en-dordogne.com](http://www.je-pars-en-dordogne.com), le CDT Dordogne répond exactement à la demande actuelle et espère attirer de nouveaux visiteurs dans le département.

(1) Sondagelfop pour l'observatoire netexplo: Internet dans la vie des Français 2012

(2) Observatoire de l'Internet mobile 2011

### Contact CDT Dordogne

Micheline MORISSONNEAU

Tel : 05 53 35 50 05 – [promo1cdt24@orange.fr](mailto:promo1cdt24@orange.fr)

[www.dordogne.perigord.tourisme.fr](http://www.dordogne.perigord.tourisme.fr)





## Salons Grand Public

### LYON : salon Mahana - 7 au 9 février 2014

#### Stand de 18 m<sup>2</sup> du CDT avec 3 partenaires :

Le Périgord Noir (OT de Sarlat, OT Vallée Vézère, Club hôtelier du pays de Sarlat) ; l'OT de Périgueux ; Le Pays Périgord Vert (OT de Nontron, OT Périgord Gourmand).  
Le salon a accueilli 28 029 visiteurs, soit une progression de 3,8 % par rapport à 2013.

On observe une augmentation de la fréquentation des familles avec enfants ; la tendance est orientée vers les courts séjours (3 jours) pour visiter le patrimoine.



### PARIS : Salon de l'Agriculture 22 février au 2 mars 2014

Le CDT était présent sur un espace du Conseil Général de la Dordogne dans un stand interrégional Aquitaine Midi Pyrénées : Bienvenue à la Ferme et différents producteurs du Périgord étaient présents sur cet espace. Les demandes concernaient les hébergements locatifs, les visites et les informations pratiques pour les camping caristes. Le salon a accueilli plus de 700 000 visiteurs.



## Salons Presse

### Pour susciter des accueils de journalistes en Dordogne



#### Paris : Forum DEPTOUR - 13 et 14 janvier 2014, salons Hoche

Présentation à la presse touristique nationale parisienne de l'offre touristique du département : 300 journalistes se sont rendus au salon.

**Bruxelles** : workshop presse organisé par Atout France- 21 janvier 2014. Rencontre avec 70 journalistes.

**Amsterdam** : workshop presse organisé par Atout France- 4 février 2014. Rencontre avec 52 journalistes.

## Salons Professionnels

### Clermont Ferrand : Rendez vous France 1 et 2 avril 2014

600 TO du monde entier ont été invités par Atout France pour découvrir les offres commerciales des partenaires. Présence du CDT et du SLA pour sa production. En amont, le CDT s'est associé au Comité Régional du Tourisme d'Aquitaine pour organiser 2 éductours précédant le Salon, du 27 au 31 mars :

- Accueil de 10 TO chinois sur le thème de l'œnologie : circuit Bordeaux, St Emilion, Bergerac et Vallée de la Vézère.

- Accueil de 12 TO : 5 des USA, 3 du Japon, 2 du Brésil et 2 du Mexique ; circuit Bordeaux, Arcachon, St Emilion, Périgueux, Sarlat et Vallée Vézère.

**Sites Web** : les sites étrangers\* du CDT changent de présentation et d'ergonomie pour les pays suivants : Espagne, Pays Bas, Allemagne, Italie, Royaume uni.

\* hébergés par Atout France

### Achat d'espace dans le supplément Sud Ouest le MAG du 5 avril :

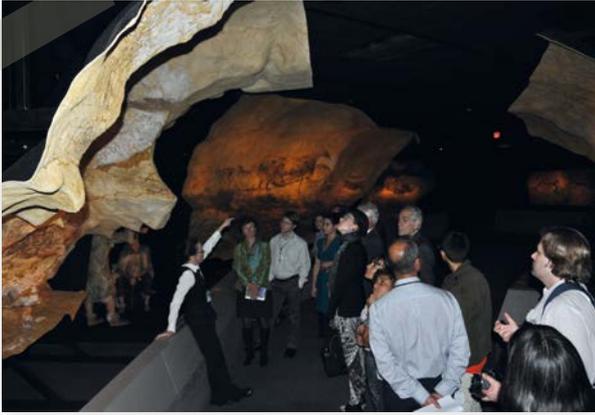
16 pages, 200 000 exemplaires diffusés en Gironde, Charente, Charente Maritime et Pyrénées Atlantiques.

### Edition 2014 du Magazine des Vacances et des Loisirs :

35 000 ex en FR, 20 000 en GB

# 06 LASCAUX III À HOUSTON, TEXAS

## BILAN DES OPÉRATIONS RÉALISÉES



Le Comité Départemental du Tourisme de la Dordogne a vanté les richesses touristiques et gastronomiques de la destination à l'occasion de l'exposition Internationale LASCAUX III qui s'est déroulée au Museum d'Histoire Naturelle de Houston (TEXAS) jusqu'en MARS 2014.

**Le CDT a accueilli 75 invités : 20 Journalistes - 5 VIP et leaders d'opinion et 50 Agents de voyages et Tours opérateurs.**

**Le mardi 03 Décembre 2013 de 17 h à 21 h :**

### 1/ Programme réalisé :

- Présentation commentée des richesses touristiques de la Dordogne sur grand écran complétée par la diffusion de 2 vidéos de séduction sur la Vallée de la Vézère et la Vallée de la Dordogne.
- Visite de l'exposition « Scenes from the stone age, the cave paintings of Lascaux »
- Cocktail dinatoire autour des produits emblématiques du Périgord

### 2/ Dégustation de produits du terroir à l'occasion du cocktail dinatoire :

- **Foie gras et produits autour du canard** (magrets, confits..) fournis au traiteur du Musée par Rougié USA
- Vins blancs moelleux de Bergerac
- **Une Truffe fraîche de 135 gr**, a été transportée sous vide dans les bagages et humée par tous les invités. Elle a ensuite été préparée et dégustée sur toast (en lamelle sur du foie gras),
- **Des cerneaux de noix enrobés de chocolat**, de l'huile de noix ont été aussi mis à l'honneur et dégustés.

**3/ Remis à chaque invité :** Le magazine des voyages et des vacances « Dordogne Périgord » version anglaise, le dossier de presse du CDT en anglais, une Clé USB contenant le manuel des ventes numérique en anglais, des vidéos séduction, des visuels de la Dordogne touristique en HD, des ouvrages de M. Walker « Bruno Chief of police » offerts par l'auteur et sa maison d'édition aux USA.



### Soirée du 03 décembre : point sur les contacts

- Pour la presse rencontre avec le quotidien le plus important de la zone « le Houston Chronicle ». Un accueil en Dordogne de la rédactrice en Chef ( Art de vivre et Tourisme) est prévu en 2014.
- Rencontre du Président de la Chambre de Commerce Franco-Américaine de Houston, Vice-Président du groupe TOTAL au Texas pour l'organisation d'une soirée de gala à la fin de l'expo en Mars-Avril 2014.
- Rencontre avec les agents de voyages : Des contacts ont été établis avec des agents très intéressés par des séjours haut de gamme, et par notre destination encore peu connue, l'essentiel de leur programmation se faisant sur Paris, la Provence, les canaux de Bourgogne et la Normandie.



### Mercredi 04 décembre 2013 : démarchage commercial en agences

Un démarchage technique auprès des 6 plus importantes agences de voyages de HOUSTON a été réalisé. Le potentiel touristique de la Dordogne a été présenté à 25 agents vendeurs en recherche de nouvelles destinations pour leurs clients. Les 6 agences rencontrées appartenaient toutes à l'un des 3 réseaux suivants : Réseau Virtuoso, Réseau Ensemble, Réseau Signature.

**Après Chicago (325 000 visiteurs) et Houston (200 000 visiteurs... Lascaux III s'expose à Montréal du 16 Avril au 14 Septembre 2014.**

# SIRTAQUI <sup>v5</sup> : SYSTÈME D'INFORMATION RÉGIONAL TOURISTIQUE AQUITAIN

07

Le Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine et les 5 Comités Départementaux du Tourisme d'Aquitaine ont décidé, avec le soutien financier de l'Europe, de l'État et de la Région, de se doter d'un outil de gestion et de partage de données d'information touristique, mutualisé et plus performant que les différents outils déjà en place dans la région. Accessible en ligne en mode extranet, ce réseau informatique régional doit faciliter l'échange des données et permettre la large diffusion d'une information fiable, gérée « en temps réel » par l'ensemble des partenaires touristiques institutionnels d'Aquitaine.



**L'objectif :** Collecter, mettre en commun et diffuser le plus largement possible une information complète et de qualité au service de nos visiteurs. Les informations ainsi collectées sont utilisées pour alimenter des éditions papier et des sites internet et pour renseigner les visiteurs. Elles sont aujourd'hui également diffusées via des annuaires et des agendas privés, sur autorisation du comité de pilotage régional.

## L'organisation :

**Au niveau régional :** Un pilotage du dispositif commun par le biais d'un Comité de Pilotage qui réunit les financeurs de la solution, l'État (représenté par la DIRECCTE Aquitaine), le Conseil Régional, les Conseils Généraux, les Directeurs des CDT et du CRTA. Un Comité Technique assure la gestion du fonctionnement du dispositif et l'harmonisation des procédures.

**Au niveau départemental :** Sous la forme d'un Réseau d'Information Touristiques (RIT), plusieurs niveaux sont représentés au sein d'un même département. Ainsi trois grands ensembles sont distingués : les OT, les Pays, le CDT et/ou le Conseil Général. Les CDT sont les référents au niveau départemental.

**Les Offices de Tourisme et/ou Pays :** Ils disposent des connaissances les meilleures et les plus actualisées de l'offre (géolocalisation, conditions d'ouverture, tarifs,...). Ils peuvent s'engager, en concertation avec le CDT et selon leurs ressources internes, à gérer les données de leur territoire de compétence dans le SIRTAQUI.

Ils saisissent souvent au moins les fêtes et manifestations. Ils gèrent leurs propres coordonnées dans le bordereau « Organismes ». Ils peuvent compléter les offres « hébergements classés », souvent sans droit de création et de suppression. Ils ont la main sur les autres types d'offres touristiques (hébergements non soumis à classement comme les aires de camping-car et les hébergements collectifs, activités, loisirs, patrimoine, restauration).

**LE CDT :** Outre l'administration générale du système et l'animation du réseau, le CDT saisit les informations réglementaires (classement, labels), certaines traductions et assure normalement le suivi des offres des zones blanches (non prises en charge par un OT).

## Les actions proposées par l'outil :

**La qualification d'une offre :** L'outil permet de renseigner une offre de qualité, notamment à partir des éléments de type géolocalisation, illustration (photos) et traduction afin de rendre la destination attractive.

**La gestion de la relation client :** Un module accueil est destiné à la gestion de la relation client (GRC). Il permet de recueillir, de qualifier, de quantifier et de traiter les

demandes d'informations. Ce module permet ainsi de constituer une base de données prospects à des fins statistiques ou des opérations marketing.

**L'exploitation des informations saisies :** Cet outil permet de réaliser des mailings papiers et électroniques, des exports (excel, PDF ou XML), ou encore des questionnaires de mise à jour. De même, les informations saisies dans la base de données servent également à alimenter des sites internet (syndication), en temps réel. Enfin, l'échange avec d'autres systèmes est possible par le biais d'import ou d'export (excel et/ou xml).

## La diffusion des données : la réutilisation des contenus pour la promotion de la destination

Afin de multiplier la visibilité des professionnels, les informations contenues dans la base de données sont fournies à des organismes tiers (ex : id2sorties.com, ideoguide.com, tourisme-animations.fr...) dans le cadre de conventions. Aujourd'hui, les prestations du département sont accessibles à près de 4 millions de personnes chaque année via les sites institutionnels du CDT, des offices de tourisme et du CRTA. Si l'on ajoute les organismes tiers, le potentiel estimé atteint 15 millions d'internautes.

## LES CHIFFRES (pour la Dordogne)

- 20 000 offres dans la base de données
- 150 utilisateurs
- 20 sites web et mobiles alimentés par la base de donnée

**L'actualité :** Depuis le 13 janvier 2014, une nouvelle version de cette base de données (**la V5**) a été mise à disposition. Elle propose une plus grande souplesse ergonomique privilégiant une interface conviviale et une utilisation simple et rapide. Des formations sont programmées en 2014.

## Les préconisations...

### pour un suivi efficace des mises à jour

Les prestataires peuvent vérifier les informations concernant leurs offres sur le site internet de leur Office de Tourisme, celui du CDT ou celui de la Région. Ils ne doivent pas hésiter à contacter l'Office de Tourisme de leur territoire dès qu'ils ont des modifications et des nouveautés à signaler.

**CONTACT au CDT :** Charles Brindamour

Tel : 05 53 35 50 34

Mail : cdt24sirtaqui@tourismeperigord.com

Site du CDT : www.dordogne-perigord-tourisme.fr



### **Cette initiative du Comité Départemental du Tourisme Dordogne-Périgord suit son cours et rencontre l'adhésion des partenaires.**

Comme indiqué dans l'article du dernier numéro de la Lettre du Tourisme, une Commission dédiée a été créée, composée des représentants des territoires et des différents secteurs du tourisme.

### **Sont ainsi représentés au sein de la commission de labellisation :**

- Les 4 Pays
- Les Offices de Tourisme
- Les sites privés
- Les sites publics
- Le Service des Sports du Conseil Général de la Dordogne
- Le Syndicat de l'Hôtellerie de plein air (SDHPA)
- L'Union des Métiers de l'Industrie Hôtelière (UMIH)



Cette Commission, composée de 15 membres, a vocation à valider les référentiels utilisés pour qualifier les offres au regard des attentes des familles et si nécessaire à les faire évoluer à terme en fonction des évolutions des attentes des clientèles. Il lui appartient également de valider les offres qui remontent des territoires.

La réunion constitutive s'est tenue le 18 décembre, et la suivante s'est tenue le 6 mars.

**2014 sera donc l'année de l'officialisation de la Dordogne en famille.**

### **En ce début d'année plusieurs actions se déroulent en parallèle :**

- la qualification menée par les Offices de Tourisme et dans certains cas les Pays auprès des professionnels intéressés
- la signature de la Charte par les professionnels qui souhaitent rejoindre le dispositif
- la participation du Service des Sports du Conseil Général (pour l'été actif notamment) et du Syndicat de l'Hôtellerie de plein air qui sont les référents du dispositif chacun pour son secteur et les garants de la conformité des prestations avec le référentiel
- le travail d'une agence de communication pour le futur guide, prévu pour le premier semestre 2014
- l'adaptation du site Internet du CDT pour améliorer la visibilité de l'offre
- la modification des fiches du Système d'Information Touristique Sirtaqui pour que les descriptifs et les informations puissent être saisis selon les spécificités des clientèles.

Bien que mobilisant beaucoup d'acteurs et d'énergie depuis plusieurs mois maintenant, Dordogne en famille est encore invisible mais son « éclosion » est proche et donnera lieu à un suivi dans la prochaine Lettre du Tourisme.



**Contact CDT :** Hélène Bizeul  
Tél. 05 53 35 15 61  
Mail : [dordogne-en-famille@orange.fr](mailto:dordogne-en-famille@orange.fr)



## Un partenariat constructif avec la chambre d'agriculture

En 2012, la Chambre d'Agriculture a proposé au Comité Départemental du Tourisme de participer à une **grande enquête socio-économique** sur l'ensemble de la filière équestre, à laquelle participait également le Cabinet Comptable CER France.

Le CDT a été chargé de réaliser le diagnostic touristique de cette étude.

Au final, **48 centres équestres**, sur une soixantaine potentiellement concernés, **ont été visités et audités**.

Le constat, assorti d'un certain nombre de **propositions d'actions et de préconisations**, a fait l'objet d'une présentation officielle le 15 octobre 2013 devant la profession, à la Chambre d'Agriculture de la Dordogne.

## Perspectives et objectifs

Suite à cette présentation, **3 groupes de travail** (composés de professionnels du cheval, d'institutionnels, des services de l'Etat et du Conseil Général, co-animés par la Chambre d'Agriculture et le CDT) ont engagé **3 axes de réflexion, à savoir :**

- 1) La qualification d'une offre de Stages
- 2) L'itinérance (infrastructure et production)
- 3) Les évènementiels

L'objectif est, à court et moyen terme, de **valoriser une offre équestre touristique qualifiée, formatée et segmentée** (produits et infrastructure dédiée) afin de positionner la Dordogne en tant que destination équestre.

Ce travail partenarial et continu d'animation a d'ores et déjà porté ses fruits puisque le **Service Loisirs Accueil**, profitant de cette dynamique, a créé sur son catalogue 2014 deux **nouvelles pages produits consacrées à la randonnée équestre**, en plus de la page roulottes hippomobiles très en vogue.

**A suivre...**

PS : La totalité de l'étude est consultable sur le site internet de la Chambre d'Agriculture de la Dordogne.

<http://www.dordogne.chambagri.fr>

**Contact au CDT :** Jean Luc Defarge

Tél. 05 53 35 50 36

Mail : [cdt24rando@tourismeperigord.com](mailto:cdt24rando@tourismeperigord.com)

209 meublés,  
88 chambres d'hôte



Label Clévacances

**CLÉVACANCES**

LOUEZ EN TOUTE QUALITÉ

Aujourd'hui, plus que jamais le label Clévacances se mobilise pour renforcer les deux piliers qui permettent de faire face à la conjoncture économique :

**La reconnaissance qualitative nationale du label**  
**La visibilité sur Internet**



S'agissant de la « qualité », Clévacances France est le seul label ayant mis en œuvre « une certification de service » qui prochainement sera certifié « AFNOR ». Soucieux de l'évolution des techniques et en particulier de la demande des locataires, des modules de formation et d'informations destinés aux adhérents animés par un cabinet de formation vont être créés dans le cours de l'année.

Un livret d'accueil téléchargeable à disposition des propriétaires, réalisé sous word ou PDF permet désormais au locataire de prendre connaissance des informations pratiques pour réussir son séjour (boulangerie, restaurant, gare).

**En ce qui concerne le département de la Dordogne, le label « Clévacances », est désormais un service du Comité du Tourisme de la Dordogne qui permet au label de bénéficier de la publicité réalisée sur les différents supports ; magazines, sites internet mais également l'accueil de journalistes.**

Les guides sont distribués gratuitement sur simple demande et sont téléchargeables sur les différents sites du CDT.

Ils sont traduits en Anglais pour nos hôtes étrangers.

Le Comité du Tourisme de la Dordogne vient de mettre en place « un site de campagne » : ce site de séduction a pour but la mise en avant des hébergements « bons plans séjours ». Le service Clévacances, en finançant une partie de ce site, offre la possibilité aux propriétaires de participer à cette vaste campagne de promotion, pour une participation de 70 euros seulement.

Alors, renseignez vous vite !

Lors de la dernière « Lettre du tourisme », nous vous annonçons l'ouverture du site « Clévacances » Dordogne et c'est désormais au site National de faire « peau neuve » avec une refonte technique de l'alimentation de la base permettant un enrichissement notamment en matière de statistiques, de services, d'équipements de listes de textes réglementaires relatifs à l'activité de loueur.

La mise en place d'une alerte, par mail, est réalisée par la Fédération pour la réactivation des plannings. Une rubrique « promotion » est en cours de création. Une géolocalisation de chaque fiche et désormais 20 photos (sans supplément de coût) sont disponibles et, à terme des vidéos de sites virtuelles pourront être insérées sur le site marchand.

De même, une version de ce site adaptée aux smartphones est en cours de réalisation.

Les propriétaires peuvent également afficher le planning de réservation de l'extranet sur leur site personnel.

La collaboration avec des sites leaders afin de décupler la visibilité, est poursuivie et nous vous annonçons le nouveau partenariat avec Agites.com et se logervacances.com qui permet des conditions tarifaires avantageuses (jusqu'à 50 % de remise) sur ces sites de grande audience : 4.5 millions de visiteurs par mois et 850 000 contrats réalisés par an, les annonces étant traduites en 7 langues.

Enfin, des négociations sont en cours avec « Booking.com » afin de proposer aux propriétaires Clévacances un canal de distribution permettant de garantir la qualité de l'hébergement.

### Revue de presse

La télévision met « Clévacances » à l'honneur avec l'émission sur France 2 « La maison préférée des français ».

Des hébergements labellisés ont été mis en avant dans l'émission de J-Pierre Pernaut sur TF1.

Sur la 6, l'émission 100 % Mag est en prévision de tournage sur la ville de Lyon.

**Vous êtes propriétaires de meublés ou de chambres d'hôtes, n'attendez plus et rejoignez le label « Clévacances » qui, grâce au renforcement de ses différentes actions, donne à vos hébergements la visibilité qu'ils méritent !**

Rejoignez-nous :

**Antenne Clévacances Dordogne Périgord :**

Florence BUISSON - Tél. : 05 53 35 50 26

Mail : clevacances24@wanadoo.fr

[www.clevacances-dordogne.com](http://www.clevacances-dordogne.com)



## Gites de France, les hébergements qui ont la cote

Les Gites et Chambres d'hôtes « Gites de France » ne connaissent pas la crise.

« La clientèle, à 83 % française, apprécie ce retour aux sources et la simplicité d'un accueil plus humain ; les Français choisissent aussi ce type d'hébergement pour préserver leur pouvoir d'achat », voici les témoignages entendus au Salon Mondial du Tourisme qui s'est tenu à Paris du 20 au 23 mars où les visiteurs se sont réjouis de la présence des Gites de France.

Le Journal professionnel « Le Quotidien du Tourisme » écrivait : « les produits français ont été plébiscités, en particuliers les « Gîtes de France » qui s'exposaient sur un immense stand ».

Une présence également au Salon des vacances de Bruxelles début février a confirmé l'engouement de la clientèle belge pour les séjours en « Gites de France ». Les Belges sont 74 % à voyager à l'étranger et la France reste à la première place de leurs destinations préférées (34 %) ; c'est aussi la première clientèle étrangère des « Gites de France ».

Les Belges apprécient ce type de vacances conviviales qui leur permet de satisfaire leur goût pour la gastronomie, la culture et le bien être grâce à l'accueil chaleureux qui leur est réservé. Malgré la crise, leur budget vacances reste un poste sur lequel ils font peu de concessions : le budget moyen est de 2508 €, soit 365 € de plus que celui des Français.

Le Relais des Gites de France de la Dordogne poursuit ses actions de promotion en améliorant le référencement de son site Internet et par sa présence renouvelée dans l'édition 2014 du Magazine des Vacances et des Loisirs du CDT.

L'accroissement du nombre d'hébergements labellisés Gites de France étant un impératif pour développer la marque dans le département, une campagne de recrutement a été lancée à nouveau cette année : après des messages diffusés sur France Bleu Périgord en 2013, une insertion a été faite dans « l'Essor Sarladais », soit deux parutions en avril 2014 pour inciter les propriétaires d'hébergements locatifs à rejoindre les Gites de France.

**Contact :** Catherine Saliège, Directrice  
Tél. : 05 53 35 50 07  
Mail : gf24@tourismepereigord.com



## L'actualité de l'UDOTSI Dordogne



Toujours en lien avec le contexte départemental des Offices de Tourisme, l'UDOTSI continue l'accompagnement des structures sur les deux thèmes les plus d'actualité pour le réseau, soit les regroupements territoriaux et les nouveaux classements des Offices de Tourisme.

Ces deux sujets concernant aussi les collectivités, c'est ainsi que journée technique à l'attention des techniciens d'OT en janvier et réunion à l'initiative de l'Union des Maires à l'intention des Présidents et techniciens d'EPCI en février scandent ce début d'année.

### Les actions du premier semestre 2014 :

- la première Rencontre Qualité des Offices de Tourisme marqués Qualité Tourisme du département
- la traditionnelle Bourse aux dépliant à Hautefort couplée à un eductour le 31 Mars
- des réunions autour de la thématique du projet touristique en lien avec le nouveau règlement d'intervention tourisme de la Région
- des formations sur la qualité en vue de préparer dès à présent les années à venir, pour améliorer et diversifier les accompagnements dédiés aux OT

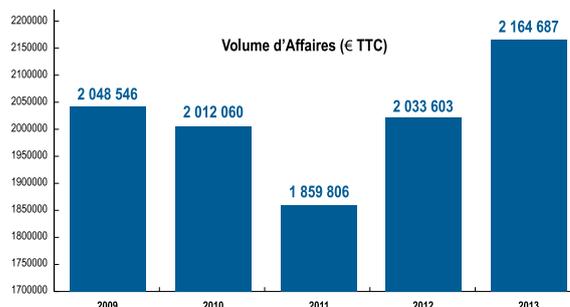


## La centrale de réservation du département (SLA) - Les résultats 2013 encourageants !



- Evolution du Volume d'Affaires du SLA entre 2011 et 2013 **+ 16%**
- Evolution des Commissions (hors Produits Annexes) du SLA entre 2011 et 2013 **+ 14%**

**Volume d'Affaires : 2 164 687 € - Hébergements + Produits**



### Chiffres-clés 2013

- 3600 contrats tous produits confondus
- + 1,5 semaine d'occupation des gîtes de France
- + 77 % pour les groupes et le tourisme d'affaires

# ÉDITIONS, NOUVEAUTÉS

## Éditions papier 2014 :

- Magazine des vacances et des loisirs : .....55 000 ex (35 000 en français, 20 000 ex en anglais)
- Gîtes de France Dordogne Périgord : .....5000 ex
- Gîtes Clévacances : .....5000 ex
- Chambres d'hôtes Clévacances : .....4000 ex
- Brochure Loisirs Accueil « Individuels » : .....8000 ex
- Brochure Loisirs Accueil « Groupes » : .....8000 ex (éditions 2014 / 2015)
- Brochure Logis du Périgord : .....7000 ex
- PASS'Périgord : .....25 000 ex



## Les vidéos du Périgord :

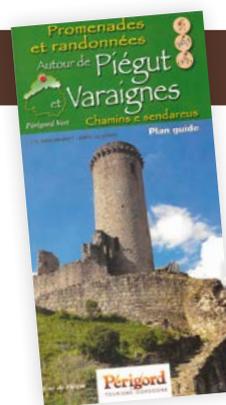
Les Prestataires peuvent intégrer sur leur site web les vidéos de la Dordogne, libres de droit, réalisées par le CDT : se connecter sur le site du CDT, rubrique vidéo : <http://www.dordogne-perigord-tourisme.fr/fr/videos>

## Sentiers du Périgord : La collection s'étoffe...

« Autour de Piégut et Varaignes » vient de paraître.

Ce Plan-guide couvre la pointe la plus septentrionale du Périgord Vert et concerne 11 communes aux confins des anciennes provinces du Périgord, de l'Angoumois et du Limousin. Pas moins de **22 boucles de Promenades et de Randonnées** ont été réalisées autour de la Base de Loisirs départementale du lac de St Estèphe, pour découvrir au plus près, tout ce qui fait le charme de cette région au passé riche de traces nombreuses, depuis la préhistoire jusqu'à l'invention de l'industrie. Mentions spéciales pour les nombreuses curiosités géologiques et l'archéologie industrielle omniprésente.

**Prix public unitaire : 2,50 €.** Cette carte indéchirable est disponible dans les OT de Varaignes et Piégut et bien entendu au CDT.



## ESPACE PRO

Retrouvez toute l'actualité de votre Comité Départemental du Tourisme en ligne sur l'Espace Pro du site [www.dordogne-perigord-tourisme.fr](http://www.dordogne-perigord-tourisme.fr)

**Périgord**  
TOURISME DORDOGNE

Conseil Général  
de la  
**Dordogne**

Comité Départemental du Tourisme de la Dordogne - BP 40032 - 24002 PÉRIGUEUX Cedex  
Tél.: 05 53 35 50 24 - Fax : 05 53 09 51 41

Mail : [cdt24direction@wanadoo.fr](mailto:cdt24direction@wanadoo.fr) / [dordogne.perigord.tourisme@wanadoo.fr](mailto:dordogne.perigord.tourisme@wanadoo.fr)

Directeur de la publication : Christophe Gravier - Photos et rédaction : CDT Dordogne-Périgord

Conception graphique : ILÔ Créatif - [www.ilo-creatif.com](http://www.ilo-creatif.com) / Impression : Imprimerie IOTA