

## **Compte-rendu Atelier n°2 : Adaptation de l'offre Mercredi 5 juin - Conseil Général**

### Etaient présents :

Aline Bachellerie – Comité Régional du Tourisme d'Aquitaine  
Maggy Berthier – Responsable Tourisme - Pôle International de la Préhistoire  
Hélène Bizeul – U.D.O.T.S.I.  
Jean-Luc Bousquet – Président de l'Union des Métiers et de l'Industrie Hôtelière  
Marie-France Bunel – Adjointe de Direction - O.T de Périgueux  
Florence Buisson – Animatrice Clé Vacances - CDT  
Philippe Colomy – Président du Syndicat National des Loueurs de canoës Kayaks  
Frédérique Constantini – I.U.T. Tourisme  
Monsieur Delbos – Sites en Périgord  
Carlos Duarte – Chef du Service Loisirs Accueil - C.D.T.  
Pascal Dupouy – Directeur de l'O.T Bergerac Sud Dordogne  
Alain Duverneuil – Président de l'Association Valentin Haüy  
Maxime Ferrier – SEMITOUR  
Françoise Foucaud – Office de Tourisme de Terrasson  
Gé Kusters – Président du S.D.H.P. A  
Madame Lamoure – U.N.A.T. Aquitaine  
Jacqueline Leymarie – Présidente de l'association Logis de France  
Marjolaine Manein – O.T de Périgueux  
Christophe Meppiel – Président du Club Hôtelier de Périgueux  
Michèle Morisonneau – chargée de Promotion Presse - CDT  
Marie Moulènes – Conseillère municipale de la Ville de Périgueux déléguée aux questions relatives au développement économique, au tourisme, au commerce, à l'artisanat et à l'emploi  
Annick Nepveu – Conseillère de Développement Conseil général  
Monsieur Parsy – Président de l'Association Maîtres Restaurateurs  
Frédéric Perraud – Directeur de l'O.T de Périgueux  
Claude Poulain – Gîte de France  
Boualhem Rekkas – Directeur de l'O.T Sarlat Périgord Noir

### **Introduction par Jean-Philippe Sautonie, Directeur Général de l'Organisation et du Développement Territorial du Conseil général :**

Cet atelier s'inscrit dans la continuité de la Première Conférence Départementale du Tourisme qui s'est déroulée le 24 janvier dernier.

Ce travail de préparation du nouveau schéma touristique départemental s'inscrit dans un contexte en pleine évolution, notamment, avec le projet Acte III de la Décentralisation, les fusions des EPCI et le regroupement des offices de tourisme. Il s'inscrit également dans une conjoncture financière incertaine, notamment à travers la refonte des critères d'éligibilité au programme européen avec l'enjeu, pour nos territoires, d'inscrire les politiques touristiques. La volonté du Président est de définir une politique départementale par une démarche concertée et partenariale permettant de créer une véritable dynamique départementale sur l'ensemble du territoire.

Le Département poursuivra les investissements sur les sites départementaux pour renforcer l'offre touristique des territoires (Bourdeilles, sites de pleine nature, ...) avec un projet phare Lascaux IV.

La stratégie de promotion du Périgord, l'animation des filières et la structuration de l'offre sont confiées au Comité Départemental du Tourisme (Lascaux III, stratégie de marque, ...).

Christophe Gravier, Directeur du Comité Départemental du Tourisme présente la méthodologie d'animation des ateliers.

### **Objectifs à atteindre avec le groupe de travail à l'issue de cet atelier :**

Pour conquérir un million de clients dans les 5 ans à venir, comment nous y prendre ?

En complément du schéma, le Comité Départemental du Tourisme lancera un plan marketing et une plate-forme de marque. Pour nous aider à les construire, modifier le guide des aides départementales, DEMAIN quelles clientèles cibler, quelle segmentation adopter, quels profils de comportements privilégier ?

### **Les participants associés :**

Les têtes de réseaux, socioprofessionnels (hébergeurs, gestionnaires d'activités), principaux Offices de Tourisme, Conseil Régional d'Aquitaine.

### **La Thèse :**

**Pensez-vous que la Dordogne (destination touristique) est capable de satisfaire tous les types de clientèle ?**

Les participants se positionnent à tour de rôle, selon leur opinion, sur l'échelle de valeur suivante :

- ++ = tout à fait d'accord
- + = d'accord
- = pas d'accord
- = pas du tout d'accord

**Nombre de votants : 24**

### **Résultat des votes :**

--	-	+	++
1	14	9	0
-- et - = 15 votes pas d'accord		+ et ++ = 9 votes d'accord	

## Commentaires recueillis suite aux votes des participants :

Le tableau ci-dessous retranscrit les commentaires des participants :

Pensez-vous que la Dordogne (destination touristique) est capable de satisfaire tous les types de clientèle ?

-	+
<ul style="list-style-type: none"><li>♦ Il y a des clientèles que le département ne peut pas accueillir</li><li>♦ Quel moyen pour accueillir 1 million de touristes si le nombre d'établissement hôtelier continue à baisser ?<ul style="list-style-type: none"><li>- la clientèle très haut de gamme (niche à développer)</li><li>- les séminaires de grande taille (<math>\geq 300</math> personnes), problème de restauration (<math>\geq 150</math> personnes)</li><li>- le tourisme de remise en forme</li><li>- la clientèle sans moyen de locomotion personnel</li></ul></li><li>♦ peu de sites et activités accessibles aux personnes handicapées</li><li>♦ Hôtellerie d'un niveau de qualité inégal</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>♦ La palette de prestations est très large, supérieure à la moyenne mais il y a un problème de méconnaissance de l'offre</li><li>♦ Tous types d'hébergements marchands présents sur le département</li><li>♦ Département reçoit déjà tout type de clientèle</li><li>♦ Potentiel existant pour aller vers de nouvelles clientèles</li></ul>

## Question n° 1 :

**Quels seront nos clients de demain ? Qui voulons-nous cibler ?**

A partir des 9 profils de clientèles types proposés à groupe, hiérarchisez :

profils de clientèles types	Nouvelle appellation	votes	Rang
Explorateur culturel	Découvreur culturel	19	<b>1</b>
Touriste sans tracas	Touriste cool/esprit tribu/évasion	19	<b>2</b>
L'explorateur en toute douceur	Le tout compris en douceur	18	<b>3</b>
L'adepte d'expériences authentiques	L'adepte d'authenticité	17	<b>4</b>
Le passionné d'histoire culturelle	Le spécialiste d'histoire culturelle	14	<b>5</b>
L'explorateur d'histoire naturelle		12	6
En quête de jouvence		12	7
L'esprit libre		7	8
Le voyageur en réalité virtuelle		5	9

Le vote fait ressortir que les 5 profils de clientèles à cibler demain seront :

- 1 - Découvreur culturel
- 2 - Touriste cool/esprit tribu/évasion
- 3 - Le tout compris en douceur
- 4 - L'adepte d'authenticité
- 5 - Le spécialiste d'histoire culturelle

Commentaires :

La gastronomie, la convivialité, le développement durable sont des thèmes transversaux associés à la destination.

## Question n° 2 :

**Pour les 5 profils prioritaires, dire s'ils sont des clients à fidéliser, développer ou conquérir ?**

Profils	A fidéliser	A développer	A conquérir
Le découvreur culturel	<b>15</b>	4	0
Le touriste cool/esprit tribu/évasion	6	<b>16</b>	1
Le tout compris en douceur	1	<b>17</b>	3
L'adepte d'authenticité	5	<b>15</b>	4
Le spécialiste d'histoire culturelle	8	<b>13</b>	4

Commentaires :

La majorité des participants s'interroge sur les priorités en termes de périodes de fréquentation. Il en ressort la nécessité de privilégier le hors saison ou la demi-saison même si certains indiquent qu'il y a une marge de progression en haute saison selon les territoires. Il faut étaler l'offre sur le territoire et la fréquentation sur les quatre saisons.

## Question n°2 bis:

**Quelle période doit-on travailler pour chacune des 5 clientèles choisies ?**

Profils	Basse saison novembre à mars	Haute saison avril mai juin septembre octobre	Très Haute saison juillet août
Le découvreur culturel	6	<b>15</b>	0
Le touriste cool/esprit tribu/évasion	2	<b>13</b>	1
Le tout compris en douceur	<b>14</b>	4	0
L'adepte d'authenticité	6	<b>13</b>	0
Le spécialiste d'histoire culturelle	<b>13</b>	7	0

### **Question n°3:**

**Demain, quelles expériences touristiques actuelles et ou nouvelles proposer pour les 5 profils prioritaires ?**

<b>Profils</b>	<b>Images associées aux produits/expériences</b>
Découvreur culturel	1 - patrimoine : 12 réponses (Château : 3 réponses, Lascaux / Vallée Vézère / Préhistoire : 6 réponses ; autres : 3 réponses) 2- animation : 10 réponses (visite, festival, marché, ...) 3 - patrimoine immatériel : 2 réponses (occitan savoir-faire)
Touriste cool/esprit tribu/évasion	1 - Activités de pleine nature : 7 réponses (canoë, randonnée) 2 - Convivialité : 6 réponses (marché, gastronomie, fête gourmande, ...) 3 – Hébergement : 5 (dont 1 produit camping tout compris) 4 – Autre : festival, Vallée Vézère, ...
Le tout compris en douceur	1- Gastronomie : 4 réponses 2- Forfait tout compris : 5 réponses (hébergement, loisirs, gastronomie) 3- Préhistoire : 2 réponses 4- Evènementiel : 2 réponses 5- Autres : tourisme urbain, activité de pleine nature, promenade en gabare, ...
L'adepte d'authenticité	1- Nature et randonnée : 10 réponses 2- Patrimoine : 3 réponses (1 château, 1 Lascaux et 1 site) 3- Evènementiel : 1 réponse 4- hébergement : 1 réponse (glamping)
Le spécialiste d'histoire culturelle	1-Patrimoine : 9 réponses (6 réponses Préhistoire / Vallée Vézère) 2- Art de vivre et gastronomie : 4 réponses 3- Evènementiel /manifestation : 3 réponses