

OFFICE DE TOURISME BERGERAC – SUD DORDOGNE

COMPTE RENDU DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DU 4 DECEMBRE 2018

Administrateurs présents : Mesdames KROST-PÉTÉ, AMELOT, KORBENDAU, CHEVALLIER, Messieurs BOURGEOIS, BOURNAZEL, NOEL ARTAUD, LAPOUGE, RABAT, LLEDOS, GALLOT, LAREQUIE, LACOSTE BOUDOUIN.

Administrateurs excusés : Mesdames DELPON, ROUAN (pouvoir), Messieurs MAMONT, GARRIGUE.

Egalement présents : Nathalie GIROL (La Cab), Anne Claude TUSSEAU (La Cab), Christophe GRAVIER (CDT), Philippe LAPORTE (La Cab), Pascal DUPOUY.

La présidente remercie les administrateurs pour leur présence ; elle adresse en particulier ses remerciements aux élus de la CAB présents, pour la mise à disposition de la salle de réunion ; le quorum (10) est dépassé ; le Conseil d'administration peut donc siéger.

Présentation du projet de plateforme départementale de commercialisation en ligne

Elloha est un outil est de réservation en ligne au service de tous les prestataires touristiques. Il a été choisi par le CDT pour donner lieu à un large déploiement auprès des professionnels de Dordogne.

Cette opération confortée aussi par le conseil régional représente une dépense de 30 000 € sur 2 ans ; elle permettra à plusieurs centaines de prestataires de bénéficier gratuitement d'une licence pendant 24 mois (pour ce qui est de la version de base. Au-delà il leur en coûtera environ 80 ttc par an.

Lors du précédent conseil d'administration, nous avons largement évoqué l'indispensabilité pour un professionnel de disposer désormais d'un outil de réservation et de vente en ligne ; en particulier du fait de l'évolution récente des comportements et attentes des voyageurs ; pour ne citer qu'un seul chiffre, 70 % des réservations de loisirs touristiques se font aujourd'hui en ligne et à partir d'un smartphone.

Il s'agit cette fois de présenter les différents modes d'abonnement et fonctionnalités d'ELLOHA. Marie Pierre MAILLET qui est chargé au sein de l'Office de Tourisme de promouvoir cet outil auprès de nos adhérents explique au moyen de quelques diapositives comment ELLOHA peut répondre aux attentes des internautes simplement en permettant à chaque prestataire local de disposer d'un outil de réservation et de paiement en ligne aussi pratique et intuitif que ceux mis en place par les OTA (**O**nline **T**ravel **A**gencies : booking, airbnb, abritel, etc). Une information complète a été mise en ligne sur [notre site web pro](#). Marie Pierre y a notamment logé des tutoriels spécifiques à chaque catégorie de prestataires et qui permettent de mesurer la simplicité de cet outil.

A titre d'exemple elle a mis en place sur notre site internet 3 offres commercialisées par l'OT et qui sont accessibles depuis notre site internet : l'une concerne [la visite de Noël de Bergerac](#) et 2 autres des [propositions de Weekend](#).

Il est important de savoir qu'en tant que partenaire du CDT, l'Office de Tourisme ne se rémunère pas sur le futur produit des ventes ou sur le nombre de contrats d'abonnement ; il propose à ceux qui le souhaitent un accompagnement personnalisé pour les aider au paramétrage et à la mise en place de cette solution de réservation. C'est le temps consacré à cet accompagnement qui peut donner lieu à une facturation de la part de l'OT.

Diverses questions provenant des administrateurs professionnels donnent alors à Marie Pierre l'occasion de préciser certains points comme par exemple l'outil de paiement en ligne inclus dans la solution proposée.

Pascal DUPOUY indique qu'il était important d'aborder ce sujet au sein du CA car, même si ELLOHA

ne demande pas d'investissement financier de la part de l'OT, celui-ci va y consacrer beaucoup d'heures de travail dans les mois qui viennent.

Statistiques de l'année touristique ; tendances départementale et locale.

Christophe GRAVIER et Pascal DUPOUY commentent les statistiques relatives à la fréquentation du département fournies par l'Observatoire départemental du CDT.

L'analyse des données fournies par le syndicat de l'Hôtellerie (de janvier à septembre), celui de l'Hôtellerie de Plein Air (d'avril à septembre) et des chiffres communiqués par les sites et monuments de Dordogne (de janvier à octobre) débouche sur le constat d'une baisse de la fréquentation en 2018 par rapport en 2017.

Un examen plus approfondi fait toutefois apparaître d'importantes nuances. Ainsi, la baisse s'avère plus marquée dans les campings (-3,64%) que dans les hôtels (-1,9%). Dans les deux cas, ce sont les nuitées françaises qui tirent la statistique vers le bas alors que la fréquentation étrangère affiche un solde positif. Le contexte social du printemps et du début de l'été n'y est certainement pas étranger ; rappelons aussi l'effet « booster » du Tour de France en 2017. C'est en juillet que la baisse a été la plus marquante au point qu'on peut s'interroger sur l'opportunité de qualifier encore ce mois de haute saison.

En matière de clientèle étrangère le podium est le suivant :

Pour l'hôtellerie traditionnelle :

- 1- Royaume Uni (-1%)
- 2- Belgique (+18,1%)
- 3- Espagne (-6,5%)

A noter aussi une belle progression des Etats Unis (+13%) ; ils sont même en tête dans les hôtels du Sarladais où ils progressent de 24%.

Pour les campings :

- 1- Pays Bas (+1%)
- 2- Royaume Uni (-0,5%)
- 3- Belgique (+2%)

Les Pays Bas représentent plus de 54 % des nuitées étrangères dans les campings de Dordogne. La Suisse, au 6^{ème} rang, affiche une progression importante de +12,5%.

Côté sites et Monuments, 2018 a constitué la deuxième année d'exploitation pour Lascaux. Les entrées de ce fleuron départemental sont comptabilisées dans la rubrique musées (733 025) en recul de près de 15% ; le contre coup après l'année d'ouverture est flagrant. Ce qui est assez marquant c'est de constater l'embellie de la fréquentation des gisements, grottes et autres abris ornés, bénéficiant visiblement d'un effet de levier de la part de Lascaux et de toute la communication qui a été mise en œuvre pour son lancement.

Au-delà des statistiques fournies par les hébergements hôteliers et les sites qui bénéficient d'une structuration professionnelle, il convient aussi d'observer la fréquentation touristique générale du département. Pour ce faire, depuis deux ans le CDT est en partenariat avec Orange pour la mise en place de « Flux Vision ». Ce dispositif permet d'obtenir des chiffres assez précis ; il sait en effet identifier par géolocalisation, à l'entrée et à la sortie du territoire départemental, tout porteur d'un téléphone dont l'abonnement n'est pas domicilié en Dordogne.

Les données ainsi récoltées font apparaître le Pays de Bergerac comme le deuxième bassin touristique récepteur du département avec 22 % des nuitées françaises et 24 % des nuitées étrangères (respectivement 44% et 43% pour le Périgord Noir).

Pour les nuitées françaises, les 3 régions les plus pourvoyeuses de visiteurs (anciennes régions) sont Ile de France (29%), Pays de Loire (8%) et Nord-Pas de Calais (7%).

Pour les nuitées étrangères, le podium est le même que pour les campings mais avec le Royaume Uni sur la plus haute marche.

Concernant la fréquentation des 2 points d'accueil de l'Office de Tourisme, celle-ci a fléchi de 10% par rapport à 2017. Le recul est plus marqué chez les visiteurs étrangers que chez les Français. Cette tendance globale à la baisse est observée depuis plusieurs années dans tous les offices de tourisme ; elle est le pendant du recours systématique à l'outil internet durant son séjour afin de se procurer toutes sortes d'information. Il s'agit donc, pour les Offices de Tourisme de maintenir un haut niveau de qualité dans l'accueil physique des visiteurs et d'être de plus en plus performants dans ce domaine.

Pour le site internet de destination www.pays-bergerac-tourisme.com, 2018 constituait sa deuxième année d'existence. Sa fréquentation a bondi de 21% en nombre de visiteurs uniques et de près de 26 % pour ce qui concerne le nombre de sessions. Le taux de rebond quant à lui a diminué de 17% ce qui démontre une très bonne progression du référencement de nos pages.

Budget 2019

Le budget 2019 doit tenir compte de la césure qui s'opèrera fin juin à l'occasion de l'ouverture de la Maison des Vins et du Tourisme. A partir de cette date, les charges et recettes inhérentes à l'Accueil, de l'Office de Tourisme aux visites guidées, à la billetterie et à la boutique relèveront de la nouvelle structure de gestion qui devra être mise en place. En contrepartie, les heures de travail correspondant à la mise à disposition des personnels pour continuer de remplir ces missions seront facturées à cette nouvelle structure.

L'année 2018 nous a permis de renouer avec un niveau satisfaisant en matière de ventes de séjours (179 000 € ttc). Le budget proposé pour 2019 table à la fois sur la pérennisation de cette tendance et sur le maintien de la subvention de la CAB au même niveau qu'en 2018 à savoir 252 500 €.

L'objectif de ventes de séjours, un peu paradoxalement, reste prudent (155 000 €) du fait du recul annoncé par IVBD quant à ses opérations de promotion et qui se concrétisaient jusqu'alors par l'achat, auprès de l'OT, de nombreux séjours individuels.

Toujours au chapitre des recettes, on trouve une ligne importante dédiée aux subventions européennes (programme Leader). Depuis le 1^{er} avril 2018 et pour une durée trois ans, notre opération Ambassadeurs du Territoire « B for You » reçoit un fort soutien financier de l'Union Européenne ; il s'agit essentiellement de la prise en charge de l'ingénierie, autrement des salaires, correspondant au temps de travail dédié à cette opération. Après 9 mois en 2018, c'est en année pleine que cette contribution apparaîtra sur le budget 2019 mais avec un pourcentage plus faible que pour la première année. Cette dégressivité se poursuivra d'ailleurs en 2020.

Côté charges d'exploitation, celles-ci diminueront sensiblement du fait du déménagement en cours d'année. Par contre celles qui concernent les éditions et la promotion augmenteront car nous pourrions renouer avec un programme d'actions nettement plus ambitieux que lors des deux exercices précédents.

La masse salariale au-delà de son augmentation mécanique liée à l'ancienneté du personnel sera doublement impactée en 2019 par l'augmentation du point d'indice conventionnel de près de 1% (il n'avait pas évolué depuis juillet 2016) et par le retour à temps plein d'une collaboratrice, après 2 années de travail à temps partiel.

Afin de stopper l'érosion de notre fonds associatif (véritable capital social de l'association) nous avons souhaité consacrer une enveloppe (15 000 €) à sa reconstitution progressive.

Le projet de budget 2019 est voté à l'unanimité des membres présents. Il sera transmis à la CAB et la cdc Montaigne Montravel et Gurson en même temps que les demandes de subvention annuelle de fonctionnement.

Promotion 2019

Depuis plusieurs années, les 3 offices de tourisme qui composent le Pays de Bergerac Vignobles et Bastides se sont engagés sur la voie de la mutualisation des supports de promotion (éditions, site internet). Pour la première fois en 2019, ils vont constituer une enveloppe commune (17 000 €) qui financera les actions à mener. L'apport de l'OT sera de 10 000 €.

En préambule à la présentation des actions de promotions qui pourraient être menées par l'office de tourisme, Christophe GRAVIER, directeur du CDT, expose les grandes lignes de celui qui sera mis en œuvre par l'organisme de la promotion touristique du département.

Le budget promotion du CDT est de 410 000 € ; il sera consacré aux marchés prioritaires et parmi ceux-ci la France représentera 44 % des dépenses.

Sur le marché national, le tourisme de proximité fera l'objet d'un soin tout particulier ; la plus grosse opération consistera en une campagne de clips dans les salles de cinéma de Nouvelle Aquitaine et d'Occitanie (deuxième année consécutive) ; cette campagne sera abondée par le Comité Régional d'Aquitaine qui lui donnera une ampleur accrue grâce à des bannières publicitaires sur le site Allocine (leader spécialisé sur le web) et en diffusant des messages promotionnels (pushing) sur les smartphones des personnes ayant visionné le clip sur le Périgord.

L'Office de Tourisme propose d'entrer dans le tour de table financier de cette opération à hauteur de 3 000 €. En contrepartie le Pays de Bergerac obtiendra une visibilité spécifique dans le montage du clip. D'autres partenaires comme l'OT Sarlat feront de même.

De même, toujours pour travailler le marché de proximité, est-il proposé, en partenariat avec le CDT, que l'office de tourisme soit présent à l'occasion de l'événement Bordeaux Fête le Fleuve du 20 au 23 juin prochain.

Une autre belle opération menée par CDT consistera en une campagne d'affichage en avril 2019 dans le métro parisien en partenariat avec le syndicat départemental de l'hôtellerie de plein air (SDHPA).

Enfin et toujours sur le marché français, le président du conseil départemental a souhaité développer en 2019 la présence touristique du Périgord sur le Salon de l'Agriculture (SIAT). Il a donc proposé à tous les Offices de Tourisme qui le souhaitent de contribuer par leur présence à l'animation du dispositif mis en place ; le CDT devrait coordonner la présence des partenaires OT ; nous répondrons à cette invitation en dépêchant durant 2 ou 3 jours une collaboratrice sur ce salon.

Côté presse, nous serons présents au WAT19, salon des blogueurs francophones de voyages, à Lille en avril, par le biais de nos collègues de l'office de tourisme Bastides Dordogne Périgord.

Pascal DUPOUY présente au conseil d'administration l'opportunité de communiquer à nouveau comme nous le faisons encore voici 3 ans dans le magazine **Périgord Découvertes**. Les contraintes budgétaires et l'investissement très important avaient conduit le CA à renoncer à ce type de publicité. La conséquence fut de disparaître des pages de ce magazine. Son responsable, Monsieur POUYOT, craignant sans doute de voir à nouveau sa proposition rejetée par l'Office de tourisme a jugé opportun, pour 2019, de contacter directement la Cab ainsi que la Mairie de Bergerac. Parallèlement, et sans prise de contact préalable, il a déposé à l'attention de Pascal DUPOUY un bon de commande pour une page de publicité vendue à 3216 € ttc. Compte tenu de cette approche un peu particulière, Pascal DUPOUY a proposé à la présidente d'ajouter cette question l'ordre du jour.

S'en suit alors une discussion animée entre les administrateurs partisans d'un retour dans les pages de ce magazine et ceux qui ne conçoivent pas d'y consacrer une telle somme. Les premiers avancent l'argument de sa très grande diffusion (essentiellement sur le territoire départemental) et sur le fait que la plupart des autres secteurs du Périgord y figurent. Les seconds opposent le fait que le format comme le contenu de la publicité y sont imposés et que la présentation est restreinte à la seule ville de Bergerac. Pascal DUPOUY précise qu'il a essayé en vain, les deux dernières années, d'obtenir un autre type d'espace publicitaire dans cette brochure et qui correspondrait davantage à notre organisation territoriale mais aussi à nos moyens. En conclusion et la demande de la présidente il est demandé au conseil d'administration de se prononcer sur la proposition de Monsieur POUYOT. Sur les 13 membres encore présents, 7 se prononcent contre, 4 pour et 2 s'abstiennent. La proposition est donc rejetée en l'état mais il est toutefois demandé à Pascal DUPOUY de se rapprocher de Monsieur POUYOT afin de lui demander de faire à l'Office de Tourisme une proposition alternative et qui soit plus en rapport avec notre dimension territoriale et à nos possibilités financières.

Sur les principaux marchés étrangers traditionnellement émetteurs de visiteurs, le CDT a prévu un programme assez ambitieux ; l'office de tourisme ne pourra s'associer qu'à une partie seulement de ces opérations.

L'Office de tourisme sera en 2019 à nouveau partenaire d'un supplément spécial Périgord dans la presse régionale espagnole. Il prendra part également à la réalisation d'une brochure destinée aux

professionnels allemands et qui sera lancée à l'occasion du salon ITB Berlin en mars prochain ; cette édition consacrera une double page à la promotion du Pays de Bergerac.

Pour les Pays Bas, la principale action consistera en 3 jours de présence sur l'aéroport de Rotterdam les 19,20 et 21 février prochain. Initiée par l'Aéroport, et en partenariat avec le CDT, et l'OT de Périgueux, elle prendra la forme d'un stand situé avant les zones d'enregistrement. Seront également présents le chef du Château les Merles, un trufficulteur, et un vigneron. Un concours doté de séjours permettra de recueillir les adresses mail des contacts que nous réaliserons sur place (budget OT environ 1200 €).

Pour le Royaume Uni et la Belgique, nous misons toujours sur notre capacité à accueillir des journalistes et des blogueurs avec à la clé de bonnes retombées rédactionnelles. Etant en bout de ligne, nous ne maîtrisons pour autant pas le nombre de ces accueils car ils dépendent la plupart du temps de l'intervention d'une chaîne d'organismes institutionnels : Atout France, Comité Régional, Comité Départemental de Tourisme.

Maison des Vins et du Tourisme

Avancement du chantier : les travaux de démolition côté port et côté place Cayla ont démarré début septembre et se sont poursuivis jusqu'à la fin du mois d'octobre ; réalisée à ce jour également une phase de désamiantage, plus importante que prévue, avec son lot de confinement des espaces et donc d'interruption des travaux ; le mois de décembre aura marqué le pas afin de respecter certains délais administratifs consécutifs aux notifications des entreprises retenues. La construction du futur hall d'accueil démarrera au début du mois de janvier. Parallèlement, les travaux de voirie sur les quais liés à la réalisation de la voie verte progressent régulièrement.

Parallèlement, nous avançons chaque semaine dans la définition précise des besoins concernant le hall d'accueil et l'espace Vins. Pour ce faire, les équipes ont été mises à contribution à la faveur de plusieurs réunions.

L'Office de Tourisme va porter un dossier de financement régional pour la fourniture de logiciels et d'écrans ainsi que pour la réalisation d'un film sur l'histoire du territoire destiné à être projeté dans le caveau de la Vinée.

Concernant l'espace scénographique Cyrano de Bergerac (ouverture 1^{er} semestre 2020, le muséographe a poursuivi son travail et le tout a été validé par le comité de pilotage.

Concernant la forme d'exploitation de la future maison des vins et du tourisme, une étude a été menée par le cabinet SCET ; celui-ci a rendu ses conclusions sous la forme de préconisations ; il reste maintenant aux trois organismes (CAB, OT, IVBD) à se rencontrer à ce sujet pour convenir de la meilleure formule de gestion.

L'Office de Tourisme a entrepris de former ses personnels dans le domaine du Vin ; cela s'est traduit par des visites chez des vignerons pour aborder avec eux différents aspects de la vigne et du vin. Ces formations vont maintenant se poursuivre avec IVBD pour nous initier à la dégustation commentée ainsi qu'à la vente du vin. Parallèlement nous accueillerons régulièrement dans les prochaines semaines les collaboratrices d'IVBD pour des périodes régulières d'immersion au sein de l'office de tourisme.

Pour ce qui est du choix du futur nom (l'enseigne) de cette Maison des Vins et du Tourisme, après 2 séances de brainstorming, IVBD a été demandé à une agence spécialisée de plancher sur une sélection de possibilités afin d'analyser les conséquences de tel ou tel choix sur le graphisme, la communication, le référencement sur internet,....

L'ordre du jour étant épuisé, la Présidente remercie les membres du Conseil pour leur participation et lève la séance.

Fait à Bergerac le 21 décembre 2018

La Présidente Sabine Krost-Pété

