



Vallée de la Dordogne
ROCAMADOUR • PADIRAC
COLLONGES-LA-ROUGE

COMITÉ DE DIRECTION DE L'OFFICE DE TOURISME
VALLÉE DE LA DORDOGNE

COMPTE-RENDU DE SÉANCE

Jeudi 23 octobre 2025

Salle polyvalente - Marcillac-la-Croze

À 14 heures 30

Nombre de membres en exercice : 47

Présents : 26

Votants : 26

Pouvoirs : 4

L'an deux mille vingt-cinq, le vingt-trois octobre,
le Comité de Direction de l'Office de Tourisme Vallée de la Dordogne,
dûment convoqué, s'est réuni en session ordinaire, à la salle polyvalente de Marcillac-la-Croze,
sous la présidence de M. Antoine Béco.

Date de convocation : 4 mars 2025

Présents :

Elus : BARDI Nicole, BECO Antoine, CARON Christophe, CAYRE Dominique, DELANDE Claire (visio)
DERACHINOIS Christian, FOUCHE Jean-Claude (visio), LAMOUROUX Maurice, LAVASTROU Gérard,
LEJEUNE Catherine, NOUZIERES Alain, SIMONET Alain.

Socioprofessionnels : ANDRE Philippe, BIROU Jean-Paul, BOUYER Jean-Marie, CASTANDET Nadège, CHAMBON Stéphane, CHIROL Christophe, HEURTEVENT Yoann, HOBBE Frédéric, MARTINEZ José, MONS Roselyne (visio).

Procurations : CID Jean-Christophe à BECO Antoine, LONGUEVILLE Philippe à LAVASTROU Gérard, SALLARD Jean-Basile à BARDI Nicole, LEBRETON Ronan à SIMONET Alain.

Socioprofessionnels non votants car titulaires présents : DOLISY Kévin, GUITTONNEAU Christine, PIANTANIDA Sylvain (visio), PRADAL Maurice (visio).

Le Président remercie M. Jean BOUYSSOU, Maire de Marcillac-la-Croze, pour son accueil et lui donne la parole pour une présentation de la commune.

Le quorum est atteint.

M. Alain Simonet est désigné secrétaire de séance.

Rappel de l'ordre du jour :

- Approbation du compte-rendu du comité de direction du 20 juin 2025
- Bilan de la saison estivale
- Plan de promotion 2025 - état d'avancement
- Tourisme accessible - diagnostic de l'offre
- Décisions budgétaires modificatives
- Attribution de la prime de partage de la valeur
- Questions diverses



Lien vers la présentation

1. Approbation du compte-rendu du 20 juin 2025

> Compte-rendu approuvé à l'unanimité des membres présents ou représentés

2. Bilan de la saison estivale

L'été 2025 en Vallée de la Dordogne s'achève sur un léger recul de la fréquentation, à l'image d'une tendance nationale. La destination a enregistré 1,77 million de nuitées en juillet et août, soit une baisse de 7 % par rapport à 2024.

Ce repli touche principalement la clientèle étrangère (-19 % en juillet, -14 % en août), tandis que la clientèle française, plus stable, représente désormais près de quatre séjours sur cinq.

Malgré ce contexte, la destination a confirmé son attractivité en accueillant un volume important de voyageurs. On enregistre plus de 2M de journées excursionnistes, en très légère baisse par rapport à l'été 2024.

135 000 visiteurs ont été accueillis cet été dans les différents points d'accueil de l'OT, un chiffre stable, confirmant l'importance du contact humain dans la réussite d'un séjour.

La saison a également été marquée par des dispositifs innovants. À Rocamadour, un triporteur électrique itinérant, présent sur les principaux points de passage, a permis d'aller directement au-devant des visiteurs. 12 000 personnes ont bénéficié de ce nouvel accueil mobile.

Le RoadBOOK, outil numérique de recommandations personnalisées, a rencontré un vif succès :

5 429 contacts enregistrés entre avril et septembre, dont plus de 3 200 sur la seule période estivale.

Les demandes ont porté en priorité sur les randonnées, les animations et les marchés, confirmant l'intérêt des visiteurs pour des expériences locales et authentiques.

L'activité commerciale poursuit sa dynamique, en mettant en lumière les sites et activités du territoire, en valorisant les productions artisanales et gastronomiques du territoire.

Au 30 septembre, on enregistre un chiffre d'affaires des activités boutique et billetterie de 247 000 € (+1,2%).

Les visites guidées nocturnes de Collonges-la-Rouge ont affiché complet tout l'été, tandis que les toutes premières visites nocturnes du barrage du Chastang ont rencontré un succès immédiat.

C'est d'ailleurs un été 2025 exceptionnel pour le barrage, porté par une hausse de fréquentation de 24 %, 3 000 visiteurs déjà conquis depuis le début d'année, l'obtention des labels Destination d'Excellence et Tourisme & Handicap, ou encore l'édition d'un tout nouveau guide découverte pour explorer le site autrement.

La saison estivale fut marquée par la hausse des coûts, les aléas météorologiques et les difficultés de recrutement dans une moindre mesure. 53% des professionnels du tourisme lotois évoquent une baisse d'activité par rapport à 2024 et 32% une stabilité.

En revanche, 46% des professionnels du tourisme corrézien indiquent un CA en hausse.

En Corrèze, 73% des pros sont satisfaits de la haute saison 2025 (83% en août et 53% en juillet).

Cf. support de présentation

Synthèse des retours des professionnels :

Les professionnels du territoire dressent un bilan contrasté de la saison estivale, marqué par des conditions climatiques atypiques, des évolutions de comportement des clientèles et une pression accrue sur certaines activités.

La saison a globalement été sauvée par un été chaud, compensant un mois de juin difficile et un printemps avec moins de grands week-ends qu'en 2024.

Plusieurs acteurs constatent une baisse modérée de fréquentation ou de chiffre d'affaires (-3 à -4 % selon les sites), notamment sur les mois de juin, juillet et août, en partie liée à la canicule.

Septembre (et parfois octobre) affiche en revanche des résultats en amélioration, confirmant l'intérêt de l'arrière-saison.

Le ticket moyen et la consommation sont globalement en légère baisse ou stables, sans réelle dynamique de progression.

Les fortes chaleurs estivales, en particulier en août, ont eu un impact négatif sur la fréquentation de certains sites et restaurants.

Les événements climatiques ponctuels (tempête début juillet notamment) et des problématiques environnementales (cyanobactéries) ont entraîné des annulations, des inquiétudes clients et des difficultés d'exploitation pour les activités de plein air.

Les campings enregistrent une baisse des nuitées, avec un recul marqué de la clientèle étrangère, notamment néerlandaise, dans un contexte économique défavorable et une concurrence accrue d'autres destinations plus proches.

Les réservations anticipées concernent surtout les longs séjours, la réservation de dernière minute reste majoritaire.

Les événements structurants rencontrent un fort succès populaire, confirmant leur rôle d'attractivité pour le territoire (Montgolfiades...).

L'intérêt pour les itinéraires de randonnée et de marche est en hausse.

Des propositions émergent pour diversifier l'offre hors saison, notamment via des produits touristiques itinérants (randonnée équestre, slow tourisme).

Les professionnels soulignent l'importance d'un meilleur accompagnement et d'une communication maîtrisée, notamment sur les réseaux sociaux en cas de crise ou d'informations sensibles. On note aussi la nécessité de structurer des projets d'envergure (voie verte) pour renforcer l'attractivité à l'année. Il est important de poursuivre l'accompagnement des porteurs de projets, avec un appui technique et financier adapté.

3. Plan de promotion 2025 - état d'avancement

Une partie de l'équipe du pôle communication-marketing présente le bilan des actions de communication menées par l'Office de Tourisme entre janvier et septembre 2025, ainsi que les perspectives et projets pour 2026.

Cf. support de présentation

Bilan 2025

- **Site web** : 1,6 million de visites, 2,5 millions de pages vues, forte visibilité sur les requêtes "Rocamadour", "Dordogne" et "Padirac" (plus de 40 millions d'impressions SEO).
- **Réseaux sociaux** : plus de 4,7 millions de personnes touchées, 12 millions d'impressions. TikTok, Facebook et Instagram sont les canaux les plus performants (notamment la campagne des Montgolfiades et "Beaulieu, village préféré des Français").
- **Presse & influence** : 150 retombées pour une valeur de 2,5 M€ d'équivalent publicitaire, avec des parutions nationales (TF1, France 2, Le Figaro, Elle, Ushuaïa TV...). Collaboration avec plusieurs influenceurs valorisant bien-être, gastronomie, patrimoine et tourisme durable.
- **Production de contenus** : vidéos et reportages photo sur les villages, artisans, producteurs, micro-aventures et nouveautés.
- **Campagnes publicitaires** : ciblage multi-plateformes (Google Ads, Meta) pour promouvoir les campings, les offres Elloha et les temps forts touristiques.

Projets et perspectives 2026

- Élaboration d'un "**Récit de destination**" collectif et inspirant pour renforcer l'identité du territoire.
- **Magazine** diffusé à 135 000 exemplaires et à tous les habitants de la vallée.
- Développement d'**offres bas-carbone** et obtention du label "**Destination Qualidog**" pour l'accueil canin.
- Révision du **site web groupes** pour améliorer l'expérience utilisateur.
- Acquisition d'un **drone** pour produire du contenu interne toute l'année.
- Renforcement des **partenariats stratégiques** : Gîtes de France Corrèze, CRT Occitanie et Nouvelle-Aquitaine, contrat de destination "Dordogne Valley", ADN Tourisme, VSF.

Enjeux et adaptation digitale

La présentation souligne la mutation vers la plateformisation (Google, IA, réseaux sociaux) : les sites web perdent leur rôle central. L'OT doit donc produire des contenus authentiques, humains et multi-formats, tout en adaptant ses indicateurs de performance (visibilité, engagement, notoriété plutôt que trafic brut).

En somme, l'Office de Tourisme renforce son rayonnement, modernise ses outils et prépare une communication plus narrative, durable et connectée aux nouveaux usages numériques.

José MARTINEZ rappelle l'importance pour les prestataires de republier et de commenter les publications de l'OT pour amplifier la visibilité des campagnes publicitaires social media.

Camille LACHEZE précise que la campagne dédiée aux campings sera renforcée et optimisée l'année prochaine pour valoriser d'autres filières.

Antoine BECO annonce qu'une étape du Tour de France passera intégralement en Corrèze le 12 juillet 2026, notamment via Collonges-la-Rouge, Meyssac, Lanteuil, Beynat.

4 . Tourisme accessible - diagnostic de l'offre

Le projet de développement du tourisme accessible en Vallée de la Dordogne s'inscrit dans le cadre du programme Avenir Montagnes Ingénierie. La mission a été confiée à l'association AcceSens d'évaluer l'accessibilité de l'offre touristique existante afin de poser un diagnostic partagé et d'identifier les leviers d'amélioration. L'objectif est de développer une offre de courts séjours adaptée aux personnes en situation de handicap, tout en renforçant l'attractivité inclusive du territoire. Cette démarche constitue une première étape vers la construction d'une destination accessible à tous.

Cf. support de présentation

Sandrine Ramery (AcceSens France) rappelle que 12 millions de personnes en France sont concernées par le handicap, dont 80 % par des handicaps invisibles, soulignant l'importance d'une approche globale de l'accessibilité.

Lou Fialip (OTVD) annonce la création prochaine d'une cartographie interactive des sites accessibles, l'enrichissement des données d'accessibilité et une rubrique dédiée sur le site internet.

Une formation interne sur l'accueil des personnes en situation de handicap a été réalisée et sera proposée aux professionnels.

Deux collaborateurs de l'OT seront formés fin 2025 pour devenir évaluateurs du label "Tourisme & Handicap".

5. Décisions budgétaires modificatives n° 01 - 2025

Décision budgétaire n° 01-2025 :

Mise en œuvre d'un nouveau fonctionnement comptable pour les produits commerciaux

Suite à une demande de la Trésorerie, il a été décidé de mettre en place un nouveau mode d'enregistrement comptable des produits commerciaux.

Désormais, les recettes et dépenses commerciales sont imputées respectivement aux comptes 706 et 604, tandis que la TVA sur la marge est calculée et enregistrée au compte 6588.

À ce jour, les crédits prévus s'avèrent insuffisants, en raison d'un niveau de recettes supérieur aux prévisions initiales.

Il convient donc de procéder à une augmentation des crédits correspondants.

Toutefois, il est à noter que les dépenses afférentes à ces opérations seront prochainement enregistrées, ce qui permettra un rééquilibrage global du compte.

Crée le 09/10/2025

Intitulé	DEPENSES			RECETTES		
	Compte	Opé.	Montant	Compte	Opé.	Montant
Dépenses imprévues 022	022		-32 000,00			
Honoraires 011	6226		-18 000,00			
Autres charges diverses de gestion cou 65	6588		50 000,00			
Fonctionnement						

> Approbation à l'unanimité des membres présents ou représentés

Décision budgétaire n° 02-2025 :

Réajustement de crédits en section d'investissement – Opération "Photos-Vidéos"

En section d'investissement, il est constaté une marge disponible sur l'opération "Mobilier". Il est donc proposé de réaffecter une partie de ces crédits afin de renforcer l'opération Photos-Vidéos", à hauteur de 5 000 €.

Cette réévaluation budgétaire permettra de procéder à des achats d'art dans le cadre du développement de la photothèque.

Intitulé	Diminution sur crédits déjà alloués			Augmentation des crédits		
	Compte	Opé.	Montant	Compte	Opé.	Montant
Concessions et droits assimilés				2051		115
Mobilier	2184	111	5 000,00			
Investissement dépenses	5 000,00			5 000,00		
	Solde			0,00		

> Approbation à l'unanimité des membres présents ou représentés

6. Attribution de la Prime de Partage de la Valeur (PPV) au personnel - exercice 2025

Le comité de direction est invité à se prononcer sur le projet de versement de la Prime de Partage de la Valeur (PPV) aux salariés de l'Office de Tourisme.

Ce versement s'appuie :

- sur la disponibilité des crédits inscrits à la ligne budgétaire correspondante,
- ainsi que sur l'atteinte des objectifs financiers fixés pour le service commercial, la boutique et la régie publicitaire.

Engagé dans une démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), notre Office de Tourisme accorde une importance particulière à la qualité de vie au travail et à la reconnaissance de l'investissement des équipes. La valorisation de l'engagement des salariés, contribuant aux performances collectives, constitue un levier essentiel de motivation et de fidélisation.

En conséquence, il est proposé d'accorder la Prime de Partage de la Valeur (PPV) pour l'année 2025 à l'ensemble des salariés de l'Office de Tourisme présents à la date de versement, pour un montant forfaitaire de 1 000 euros, réduit à 100 euros pour les agents d'entretien à temps partiel.

Le versement de cette prime interviendra en une seule fois sur la paie du mois de décembre 2025.

> Approbation à l'unanimité des membres présents ou représentés

7. Questions diverses

En l'absence de questions diverses, Antoine Béco remercie tous les membres et lève la séance à 17h25.