



TOURISME

La bonne dynamique des sites de Visites en Périgord

L'association de sites périgourdiens privés Visites en Périgord connaît un « bon premier semestre » d'activité, à la hauteur de son imposante communication

Étienne Estarellas
sec.sarlat@sudouest.fr

Les châteaux de Castelnau, des Milandes et de Hautefort, les grottes de Villars, de Maxange au Buisson-de-Cadouin, du Roc de Cazelle aux Eyziez, le gouffre de Proumeyssac à Audrix, les jardins de Marqueyssac à Vézac, La Roque Saint-Christophe à Peyzac-le-Moustier, Le Bournat au Bugue, les gabares Norbert à La Roque-Gageac ou encore la Maison forte de Reignac, à Tursac : ces 12 sites ou activités, qui sont parmi les plus prisés de Dordogne, se sont réunis sous forme d'association, Visites en Périgord.

En 2022, année faste pour les acteurs du tourisme périgourdin, ils ont accueilli 1,6 million de visiteurs, soit 100 000 de plus qu'en 2019, année de référence selon eux. « On a eu des Français mais aussi des étrangers », se satisfait Michel Léger, le président. « On a retrouvé les touristes étrangers à l'automne. On ne les avait pas trop au printemps », développe Nathalie Bapst, responsable des jardins de Marqueyssac et en charge de la communication de Visites en Périgord.

Communication

Il faut dire que l'association avait mis les moyens pour retrouver le niveau d'avant Covid. Le budget communication s'élevait à 250 000 euros. Des présentoirs avec des brochures de chacune des 12 entités de l'association avaient été installés dans 400 points à travers le département, tandis qu'un guide de l'association était mis à disposition dans des lieux recevant du public (hôtels, offices de tourisme, etc.). « On est per-



Le château des Milandes, à Castelnau-la-Chapelle, est l'un des douze adhérents de l'association Visites en Périgord. ARCHIVES STÉPHANE KLEIN / « SO »

formant en communication », estime Michel Léger. Une donnée importante, insiste-t-il, la renommée des sites ne suffit pas. « Le client d'aujourd'hui n'est pas celui de demain. Demain, il y aura de nouveaux clients qui ne nous connaîtront pas forcément. Ils nous trouveront peut-être sur Internet. Mais pour cela il faut l'aider. »

« Le client d'aujourd'hui n'est pas celui de demain »

Nathalie Bapst abonde : « On a des actualités qui varient d'une année à l'autre, avec des animations qui sont programmées

sur chacun des sites de façon annuelle. » En 2023, certains adhérents proposent des nouveautés, comme la nouvelle galerie aux grottes de Maxange, l'allongement de la visite au gouffre de Proumeyssac ou des ateliers gourmands au château de Hautefort. « C'est dans l'ADN de l'association : tous les ans, nous proposons de nouvelles activités », annonce fièrement le président.

Un bon semestre

« La communication est importante aussi parce que les visiteurs le demandent : ils ont besoin d'informations pratiques pour faire leur choix, justifie encore la responsable de la communication. Il y a beaucoup d'activités en Périgord. La com-

munication est une façon de se positionner par rapport à l'ensemble des sites du département et d'accroître notre notoriété. »

Elle et ses collègues ne souhaitent pas donner les chiffres de fréquentation de 2023, se contentant d'annoncer « un très bon premier semestre ». L'inflation et ses conséquences sur le pouvoir d'achat ayant très peu fait bouger les choses, estiment-ils. « On avait déjà une politique de prix assez familiale, juge Nathalie Bapst. D'autant plus avec le pass. » Mis en place par l'association, ce dernier permet d'obtenir 20 % de réduction sur le prix des visites.

Renseignements sur le site Internet visites-en-perigord.com.