



Communiqué de presse, le 20 mars 2025

Tourisme en Vallée de la Dordogne : un atout pour le territoire, plébiscité par ses habitants !

Une étude révèle un fort soutien des résidents et des pistes d'amélioration pour un tourisme toujours plus harmonieux.

Un territoire engagé pour un tourisme durable

De la Corrèze au Lot en passant par la Dordogne, la Vallée de la Dordogne se distingue par un dynamisme touristique qui profite à son attractivité et à son économie locale. Dans le cadre du **Contrat de destination « Dordogne Valley - Vallée de la Dordogne »**, un collectif d'acteurs publics et privés s'engage depuis 2023 pour la valorisation de la destination à l'international et un développement touristique équilibré, alliant expériences authentiques et préservation du cadre de vie.

C'est dans cet esprit qu'une **étude inédite**, réalisée en octobre 2024 par le **Cabinet MMGY TCI Research**, a interrogé les habitants sur leur perception du tourisme. **Résultat ?** Un soutien fort et une fierté d'appartenance au territoire, avec quelques enjeux à adresser pour renforcer la cohabitation entre résidents et visiteurs.

Un attachement fort au tourisme et à ses retombées positives, au dessus de la moyenne nationale

- **64 %** des habitants considèrent que le tourisme apporte **plus de bénéfices que d'inconvénients** (+25 pts vs moyenne nationale).
- **78 %** souhaitent que la Vallée de la Dordogne continue à se promouvoir pour attirer les visiteurs (+14 pts vs moyenne nationale).
- Un **Net Promoter Score (NPS)* de 37**, bien au-dessus de la moyenne nationale (23), témoigne de **l'enthousiasme des résidents à recommander leur destination**.
- **42 %** des résidents estiment que la politique touristique prend en compte **leur qualité de vie (+25 pts vs moyenne nationale)**.

Des bénéfices économiques perçus, mais un impact à renforcer

Si le tourisme est perçu favorablement, son impact sur l'emploi ou la création d'entreprise est jugé perfectible :

- **60 %** estiment que le tourisme n'a **pas d'impacts négatifs sur leur qualité de vie** mais :
- **39 %** pensent que le tourisme **ne contribue pas assez aux infrastructures locales**.
- **36 %** jugent que son impact sur **l'emploi pourrait être renforcé**.

Une dynamique éco responsable saluée, mais des défis à relever pour une bonne harmonie

- **70 %** des habitants considèrent que le tourisme en Vallée de la Dordogne est **respectueux de l'environnement**.
- **80 %** reconnaissent son **rôle clé pour les entreprises locales**.
- **70 %** relèvent néanmoins des **difficultés de circulation et un manque de stationnement en haute saison**.
- **63 %** identifient une influence du tourisme sur **le coût de la vie et de l'immobilier**.
- **42 %** souhaiteraient **être mieux informés** sur les décisions touristiques impactant leur quotidien.

Cap sur un tourisme encore plus harmonieux et durable

Face à ces constats, plusieurs pistes d'action se dessinent :

- **Favoriser l'information et la concertation** avec les habitants pour les impliquer davantage.
- **Valoriser les résidents** à travers des avantages et initiatives renforçant leur attachement à leur territoire.
- **Encourager des pratiques écoresponsables** en incitant, sans contraindre, visiteurs et locaux à adopter des choix durables.
- **Répartir les flux touristiques** pour mieux équilibrer l'affluence dans l'espace et le temps.

Une synthèse de l'étude sera prochainement disponible.

A PROPOS

Qu'est-ce que le Net Promoter Score (NPS) ?

Le **NPS** est un indicateur clé mesurant **le degré de recommandation** d'un territoire par ses habitants. Il est obtenu en demandant s'ils recommanderaient leur région à des visiteurs. Un score élevé traduit un attachement fort et une perception globalement positive du tourisme.

Le Contrat de destination « Vallée de la Dordogne »

Mis en place pour **renforcer l'attractivité touristique** du territoire, ce contrat fédère **18 partenaires publics et privés** sur trois départements (Corrèze, Dordogne et Lot). L'objectif ? **Soutenir un tourisme durable et structuré**, tout en ciblant trois marchés stratégiques : le **Royaume-Uni, les Pays-Bas et la Belgique**.

Les **18 partenaires** nationaux, régionaux, départementaux et locaux et institutionnels et privés :

- **Atout France** (l'Agence de développement touristique de la France)
- **2 Comités Régionaux du Tourisme** (Occitanie et Nouvelle-Aquitaine)
- **3 Agences de Développement Touristique ou Comités Départementaux du Tourisme** (Corrèze, Dordogne et Lot) ;
- **2 aéroports** (Bergerac et Brive) ;
- **10 Offices de Tourisme** : Brive Tourisme, Office de Tourisme Vallée de la Dordogne, Office de Tourisme Lascaux – Dordogne, Grand Périgueux Tourisme, Sarlat Périgord Noir Tourisme, Tourisme Haute-Corrèze, Office de Tourisme Pays de Fénelon, Office de Tourisme Vézère Perigord Noir, Office de Tourisme Pays des Bastides, Bergerac – Quai Cyrano.

Contact Presse – CRT Nouvelle-Aquitaine

Honorine GUILHEMOTONIA

06 52 35 77 31

honorine.guilhemotonia@na-tourisme.com

Pilote du Contrat – CRT Nouvelle-Aquitaine

Marina DARRIET

marina.darriet@na-tourisme.com