Publié le 28 juillet 2020

Semitour Périgord, condamné à se réinventer !

Entre les pertes sèches d'hier et le manque à gagner de demain, la Semitour « accuse le coût » ! Mais loin de broyer du noir, la première entreprise touristique de Dordogne y voit une occasion de renouveler le métier… Voire de le retrouver !

À la colonne débit, il n'y a pas photo ! Avec une fermeture qui lui a coûté 3 millions d'euros, soit 30 % de son chiffre d'affaires, la Semitour Périgord a déjà perdu l'équivalent de son résultat financier projeté pour l'année 2020 ! Et c'est sans compter les dommages à venir, la Sem gestionnaire des principaux sites de Dordogne redoutant autant la limitation des jauges que la désaffection de la clientèle étrangère, habituellement nombreuse à venir d'Asie et des deux Amériques pour goûter ici aux frissons de la préhistoire. Pour autant, pas question de baisser les bras : « Rouvertes depuis le 4 juillet, toutes nos structures se sont adaptées en un temps record pour assurer aux touristes la meilleure expérience possible dans le cadre imposé par la situation sanitaire », garantit le directeur général de la Sem départementale, André Barbé.

Dix protocoles différents

L'adaptation en question a requis quelques trésors d'innovation. En effet, entre la célèbre Lascaux II, la grotte à concrétions du Grand Roc, les gisements préhistoriques de Laugerie Basse, le château de Biron ou encore les campings, « ce ne sont pas moins de dix protocoles différents qu'il a fallu bâtir, à partir des préconisations des deux syndicats du secteur* », rapporte le responsable. Objectif : se réinventer afin de tirer le meilleur parti de

ces réorganisations contraintes. Et le pari est réussi : « si la réservation en ligne, désormais obligatoire, conduit à mieux planifier ses vacances, les circuits revus à l'aune des mesures barrière offrent aussi une lecture plus paisible et intime du patrimoine », confie André Barbé.

Le sens du métier retrouvé

Pour optimiser les flux malgré le contingentement des groupes, des visites spéciales ont également été concoctées, plus courtes ou en nocturne, suscitant l'intérêt de nouveaux publics. Enfin, et c'est là une sacrée surprise, « en remisant aux vestiaires tous les audioguides et autres tablettes susceptibles de transmettre le virus, la pandémie a remis l'humain au cœur des visites, pour le plus grand plaisir, et des touristes, plus accompagnés, et des équipes, qui retrouvent le sens du métier », note le directeur général. Une leçon à retenir ou comment, grâce à la Covid 19, voir un préjugé… démasqué !

* *L'Association nationale des exploitants des cavernes aménagées pour le tourisme (ANECAT) et le Syndicat national des espaces de loisirs, d'attractions et culturels (SNELAC).*