

TOURISME LOT-ET-GARONNE



Rapport d'activités 2022



Observation

**Système
d'informations et
technologies**

**Itinérance
douce**

**Commercialiser
la destination**

**Tourisme
Lot-et-Garonne**

**Promouvoir le
Lot-et-Garonne**

**Qualifier l'offre,
les labels**

**Animer et
accompagner
les acteurs**

Assemblée générale - Mardi 27 juin 2023

Edito

Tourisme Lot-et-Garonne, une agence pour structurer l'offre touristique départementale, la développer, la promouvoir et accompagner sa mise en marché.

En 2022, le Comité Départemental du Tourisme est devenu **Tourisme Lot-et-Garonne**, l'Agence de Développement et de Réservation Touristique du Lot-et-Garonne. L'assemblée générale extraordinaire du 3 février 2022 a entériné la modification des statuts de notre association et sa nouvelle dénomination.

Ce changement répond à la nécessité de faire évoluer notre structure dans un secteur en mutation et qui fait face à des défis considérables : transition numérique et écologique, implantation de nouveaux grands acteurs du tourisme, nouvelles mobilités, nouveaux modes de consommation, cadre de vie des habitants...

Si l'attractivité et la notoriété de la destination restent au cœur des objectifs de l'agence, Tourisme Lot-et-Garonne accentue progressivement son rôle dans l'ingénierie et l'accompagnement à la mise en marché.

Bras armé du Conseil départemental, Tourisme Lot-et-Garonne a pour mission d'accompagner le développement touristique du Lot-et-Garonne selon les axes stratégiques définis par le Schéma d'aménagement touristique durable départemental 2022 – 2027.

Dans ce rapport d'activité, nous vous présentons les actions réalisées par l'équipe de Tourisme Lot-et-Garonne en 2022, une année qui a vu la fréquentation touristique du Lot-et-Garonne augmenter par rapport à 2021 et revenir dans l'ensemble à son niveau d'avant crise en 2019. Une année placée sous le signe de la nouveauté et de l'innovation avec l'ouverture exceptionnelle dans notre département du dernier domaine du groupe Pierre et Vacances Center Parcs®, un site nouvelle génération, le seul dans le Sud de la France.

Vous en souhaitant bonne lecture.

Valérie TONIN
Présidente.

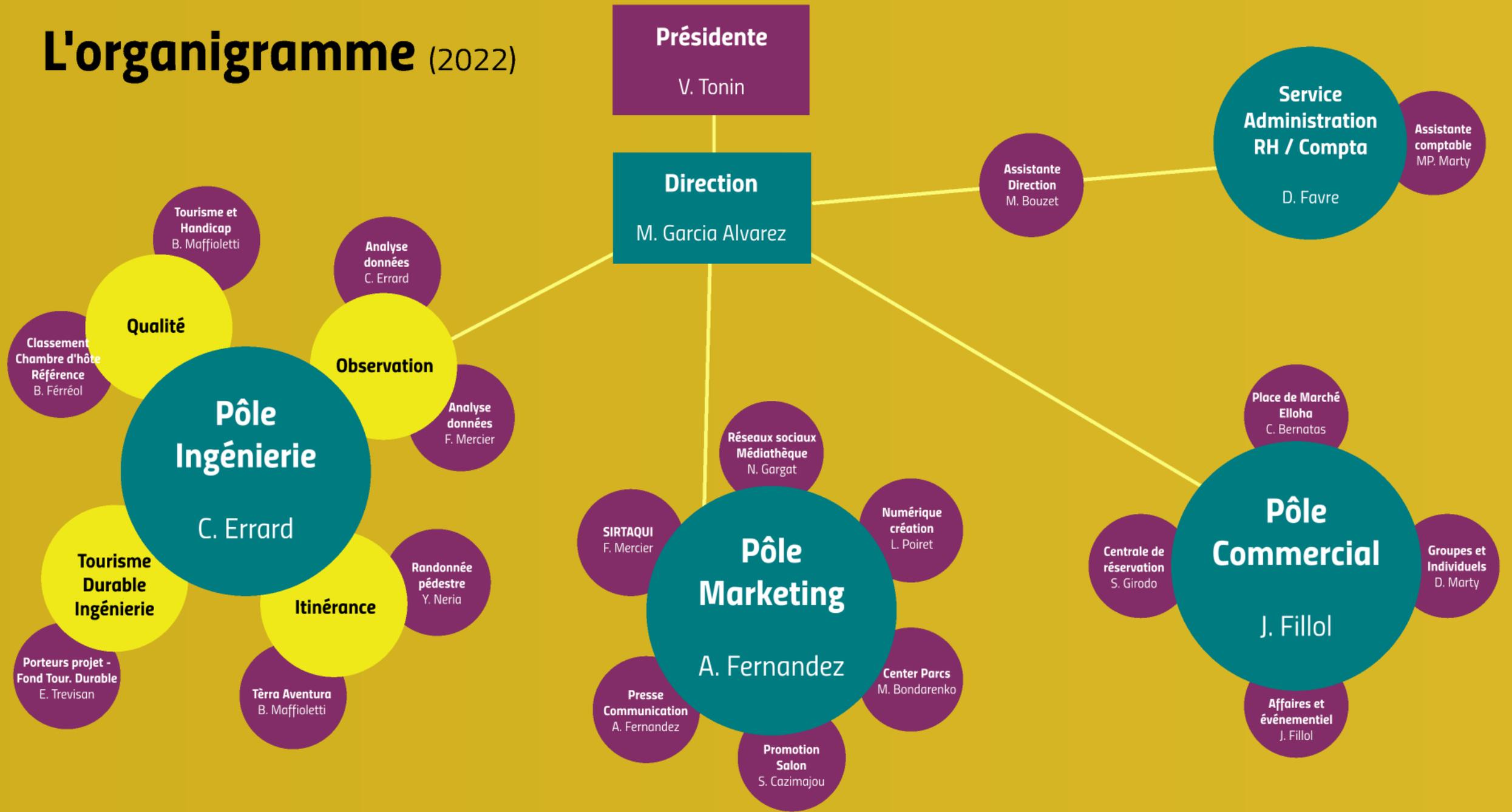
L'équipe

Nos missions

Nous contacter



L'organigramme (2022)





Nos missions

I. Dynamiser, stimuler l'offre touristique, **favoriser** l'innovation et la qualité



II. Valoriser l'attractivité du Lot-et-Garonne

III. Fédérer tous les décideurs et acteurs de la filière transversale du tourisme, les professionnels



IV. Connaître l'offre, agir pour la qualification et la structuration des filières / produits, en vue de leurs mises en marché



V. Mesurer, évaluer et analyser l'évolution des flux de clientèles, de leur typologie et en assurer un suivi et une analyse quantitative et qualitative



VI. Professionnaliser / Accompagner les acteurs pour faire progresser la satisfaction clients, la qualité

VII. Produire et commercialiser l'offre touristique



Contact

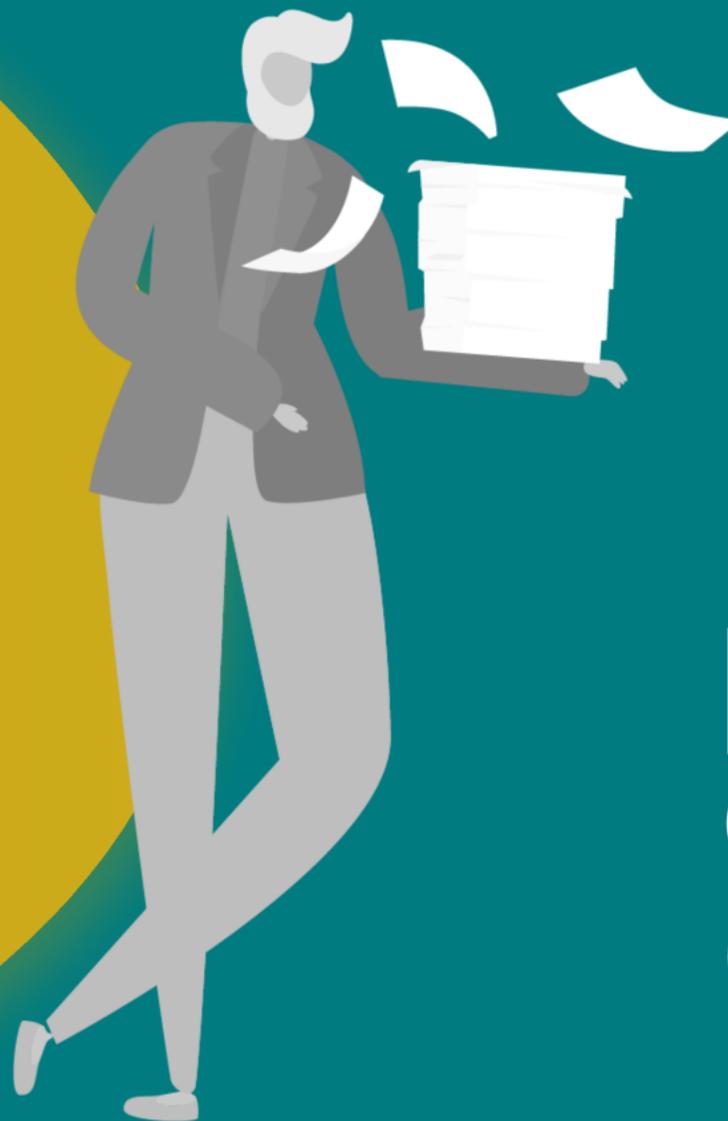
Tourisme Lot-et-Garonne

271 rue de Péchabout - BP 30158
47005 AGEN Cedex

✓ 05 53 66 14 14

✓ cdt47@tourisme-lotetgaronne.com

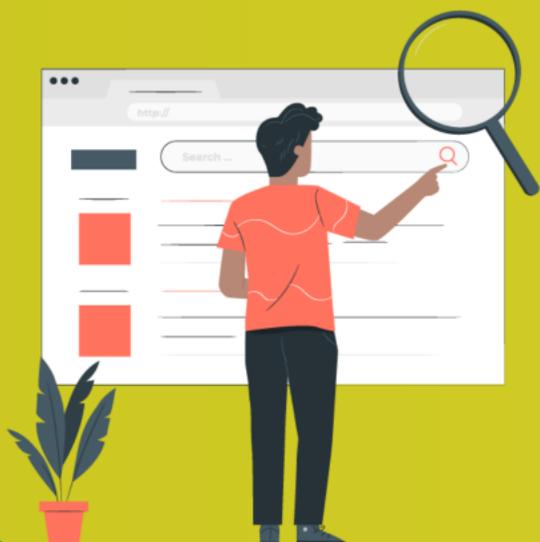
✓ www.tourisme-lotetgaronne.com



LOT
&
GAR
ON 

Observation et chiffres clés du tourisme

Observer pour suivre l'évolution de l'activité touristique :



- Collecter, traiter et analyser
- Connaître la clientèle
- Connaître l'offre
- Connaître l'activité

L'observation

Les chiffres clés
de fréquentation

Zoom
Center Parcs

L'observation



**Suivre l'évolution de l'activité touristique
de la destination Lot-et-Garonne,
données quantitatives et qualitatives :**

- Les chiffres clés du Tourisme en Lot-et-Garonne
 - Le poids économique
 - La conjoncture

**Réaliser un bilan et une estimation
du poids économique de l'activité touristique**

**Les
données**

**Nos
publications**

Les données



De Fréquentation :

- **Enquête de fréquentation hôtelière**, mensuelle, INSEE/DGE/CRTNA/CDT 47 (Département - EPCI Agen)
- **Enquête de fréquentation dans l'hôtellerie de plein air**, mai à septembre, INSEE/DGE/CRTNA
- Enquête de fréquentation dans les hébergements collectifs de tourisme - INSEE/DGE - résultats région
- **Interrogation annuelle des sites, lieux de visite et manifestations** - CDT 47
- AirDNA locations commercialisées sur les plateformes collaborative, résultats mensuels

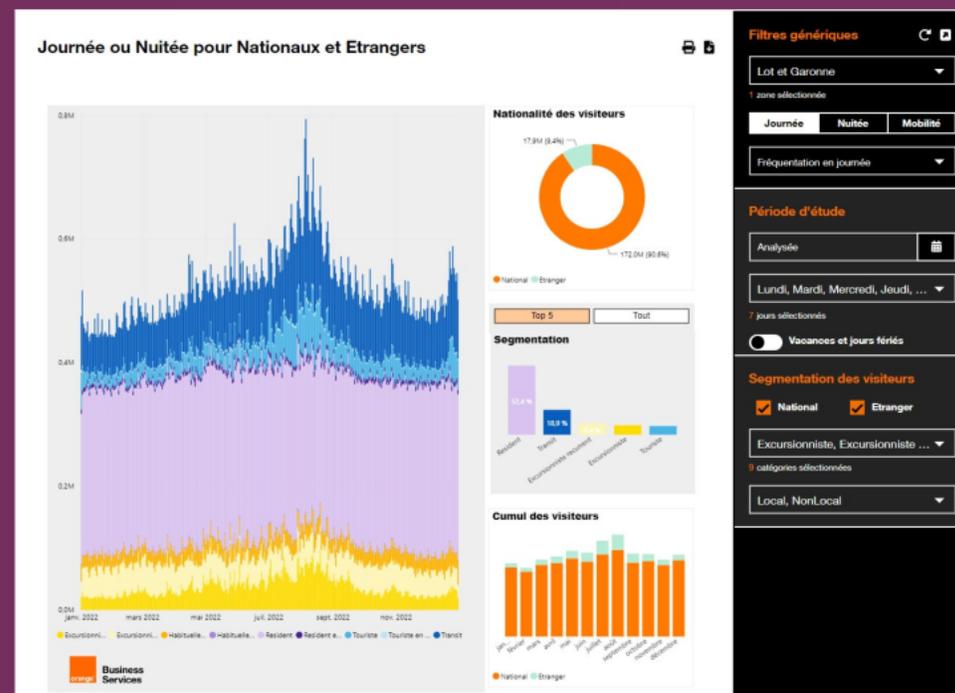
Par Filières :

- Veille auprès des filières
- Département Eco-compteurs – éco-visio : comptage vélos jours, mois, année
- Département Passage bateaux aux écluses du Lot et de la Baise, Mai à septembre
- Enquête en ligne tourisme fluvial Baise – Département Gers et Lot-et-Garonne / OT riverains
- Radioscopie Enquête MONA tous les 2 ans

Nouveauté 2022

Flux vision Orange – CRTNA achète un zonage départemental.

Flux Vision permet de convertir des **millions d'informations techniques** du réseau mobile Orange en **indicateurs statistiques** afin d'analyser la fréquentation de territoires et le **déplacement des populations.**



Nos publications



- 1 Enquête quantitative : bilan de la saison 2021

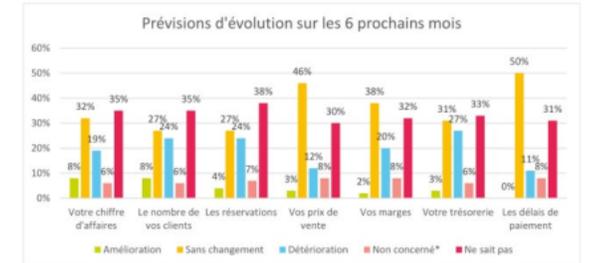
- 5 notes mensuelles de conjoncture sur le déroulement de la saison (mai à septembre)

- 1 Enquête de conjoncture : bilan de la saison estivale 2022

Télécharger

PREVISIONS

Les prestataires ont été interrogés sur leurs prévisions quant à l'évolution d'un certain nombre d'indicateurs économiques. Peu croient à une amélioration et ils s'attendent plutôt à ce qu'il n'y ait pas de changement. Dans chaque secteur, environ 1/3 d'entre eux ne se prononcent pas.



CONTEXTE GENERAL :

- Incertitudes géopolitiques dues à la guerre en Ukraine
- Une inflation record en 2022 (source INSEE)
- Été 2022 et ses extrêmes météorologiques (source Météo France)



- 2^{ème} été le plus chaud après 2003
- 3 vagues de chaleur pour un total de 33 jours
- sécheresse historique

LES VACANCES DES FRANÇAIS – ETE 2022 :

(Sondage Opinion Way pour Atout France et ADN Tourisme – août 2022)

- Les Français sont plus nombreux à être partis en vacances cet été
- En 2022, **64% des Français sont partis** en week-end et/ou en vacances entre juillet et août soit **5 points de plus qu'à l'été 2021**
 - Près de **9 sur 10**, comme en 2021, ont choisi la **France** pour passer leurs vacances d'été
 - Les contraintes financières restent de loin la principale raison de ne pas partir en vacances cette été, devant les raisons personnelles (raisons financières (37%), des raisons personnelles (20%), des congés à une autre période (19%), n'en éprouve pas le besoin (18%), prix du carburant trop élevé (17%))

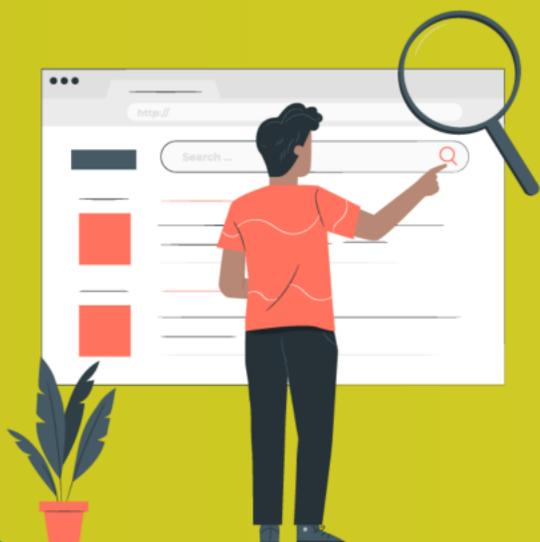
- Des séjours en France ...
- ... toujours d'une **durée moyenne de 9 jours** (comme en 2021) mais un nombre de séjour en baisse (1,5 en 2022 contre 1,8 en 2021)
 - ... plutôt dans les régions côtières, le littoral a été le 1^{er} espace plébiscité (37%), devant la **campagne (32%)**
 - ... dans **des hébergements marchands (3 cas sur 5)** avec dans le top 3, les locations entre particuliers, les hôtels et les campings.

- Le tourisme de proximité continue de prendre de l'ampleur, notamment dans dû aux fortes chaleurs de l'été 2022
- 24% des Français déclarent s'être rendus davantage qu'en 2021 dans un **lieu de baignade** proche de chez eux
 - Les **lieux, activités en extérieurs** ont été également plus recherchés que l'année dernière

- Une **arrière-saison qui séduit toujours une partie des Français** notamment pour des courts séjours
- 42% ont l'intention de partir en septembre, 30% en octobre et 31% pour les vacances de la Toussaint.

Observation et chiffres clés du tourisme

Observer pour suivre l'évolution de l'activité touristique :



- Collecter, traiter et analyser
- Connaître la clientèle
- Connaître l'offre
- Connaître l'activité

L'observation

Les chiffres clés
de fréquentation

Zoom
Center Parcs

Les chiffres clés

Fréquentation
hébergements

Randonnée
pédestre

Capacité lits
touristiques

Itinérance
douce

Cyclotourisme
& fluvial

La clientèle et
les retombées
économiques

Structures et
équipements
de loisirs

Patrimoine
architectural
et culturel



CAPACITÉ D'ACCUEIL TOURISTIQUE

Le Lot-et-Garonne dispose d'une capacité d'accueil touristique de **85 011 lits**.

LITS MARCHANDS	Nombre de structures	Nombre de lits	%
Albret	165	3 875	4,6
Coeur de Bastides	180	6 787	8
Confluent et Coteaux de Prayssas	76	1 223	1,4
Coteaux et Landes de Gascogne	113	4 138	4,9
Destination Agen	235	4 581	5,4
Fumel - Vallée du Lot	166	3 297	3,9
Grand Villeneuveois	112	1 578	1,8
Lot-et-Tolzac	82	2 277	2,7
Pays de Duras	94	1 040	1,2
Pays de Lauzun	90	1 574	1,9
Val de Garonne	137	2 135	2,5
Hors zone OT de rattachement	1	6	0,01
TOTAL	1 451	32 511	38,3

+

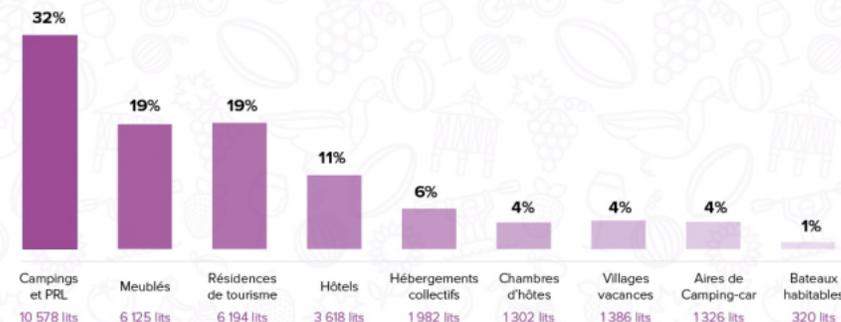
LITS NON MARCHANDS	Structures	Nombre de lits	%
TOTAL : résidences secondaires	11 339	52 500	61,7

=

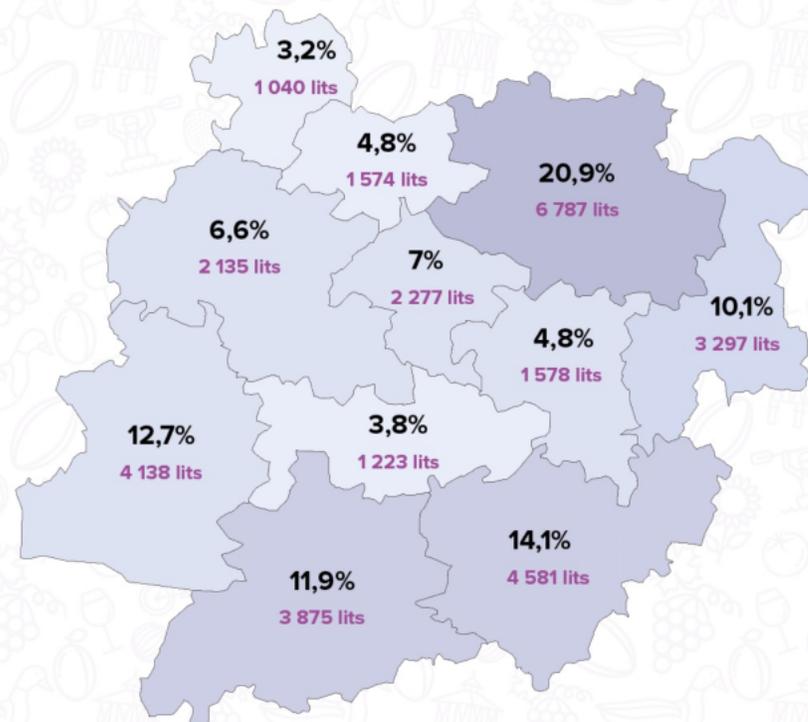
LITS TOURISTIQUES	Structures	Nombre de lits	%
TOTAL	12 790	85 011	100

Répartition des lits touristiques marchands

Par type d'hébergement :



Par territoire géographique :



Source : SIRTAGUI - Mars 2023

Source : INSEE

Structures et équipements de loisirs

1 Center Parcs

8 plages surveillées naturelles

1 Aqualand

5 accrobranches

1 Walygator



8 parcs aquatiques

8 bases de loisirs

8 golfs

2 grottes naturelles

3 parcs à thèmes

1 station thermale

43 parcours Terra Aventura

Patrimoine architectural et culturel

42 bastides

40 châteaux

6 Musées de France



4 Plus beaux villages de France

5 Jardins Remarquables

57 sites et monuments classés



L'ITINÉRANCE DOUCE



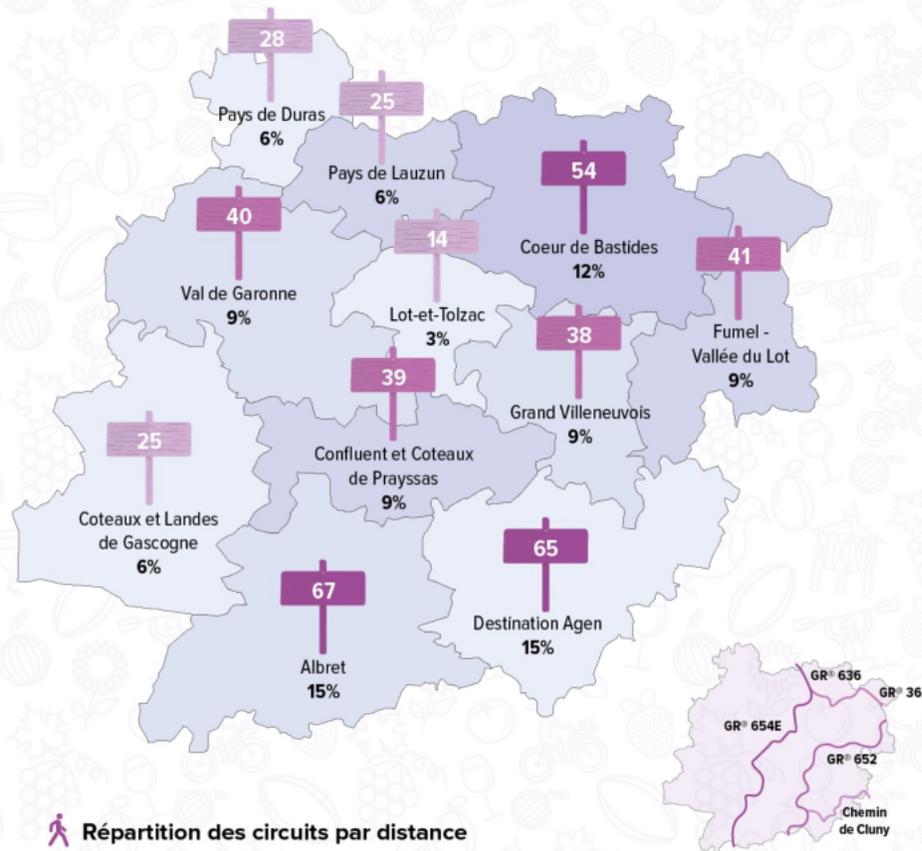
RANDONNÉE PÉDESTRE

Typologie des itinéraires

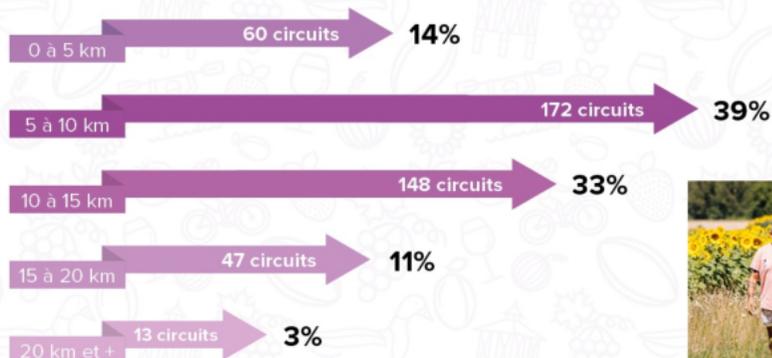
Le Lot-et-Garonne dispose de **440 boucles PR®** et **5 itinéraires** de grande randonnée (4 sentiers GR® + le Chemin de Cluny), soit **4 815 km** de sentiers balisés sur l'ensemble du territoire.

		Nombre de circuits	Nombre de km balisés
440 BOUCLES PR®	Albret	67	708,5
	Coeur de Bastides	54	571
	Confluent et Coteaux de Prayssas	39	376,4
	Coteaux et Landes de Gascogne	25	254,7
	Destination Agen	65	653
	Fumel - Vallée du Lot	41	429,8
	Grand Villeneuveois	38	356,3
	Lot-et-Tolzac	14	142,3
	Pays de Duras	28	267,2
	Pays de Lauzun	25	251,6
	Val de Garonne	40	376,2
	Hors zone OT de rattachement	4	49,8
	SOUS-TOTAL	440 circuits	4 436,8 km
5 ITINÉRAIRES	GR® 36	19	
	GR® 636	41	
	GR® 652	120	
	GR® 654E	143	
	Chemin de Cluny	55	
SOUS-TOTAL		378 km	
TOTAL		4 814,8 km	

Répartition géographique des boucles PR® / grands itinéraires



Répartition des circuits par distance



115 283
téléchargements
fiches PDF

11 560
téléchargements
traces GPX

Top 3 circuits

1. Moirax, sur la route des pèlerins de Saint-Jacques-de-Compostelle
766 téléchargements
2. Penne-d'Agenais, sur le plateau Saint-Michel
751 téléchargements
3. Bon-Encontre, panorama sur la vallée de la Garonne
737 téléchargements

CYCLOTOURISME

5 grands itinéraires vélo

Le Lot-et-Garonne compte **5 grands itinéraires vélo** inscrits au Schéma national des véloroutes et voies vertes (AF3V).

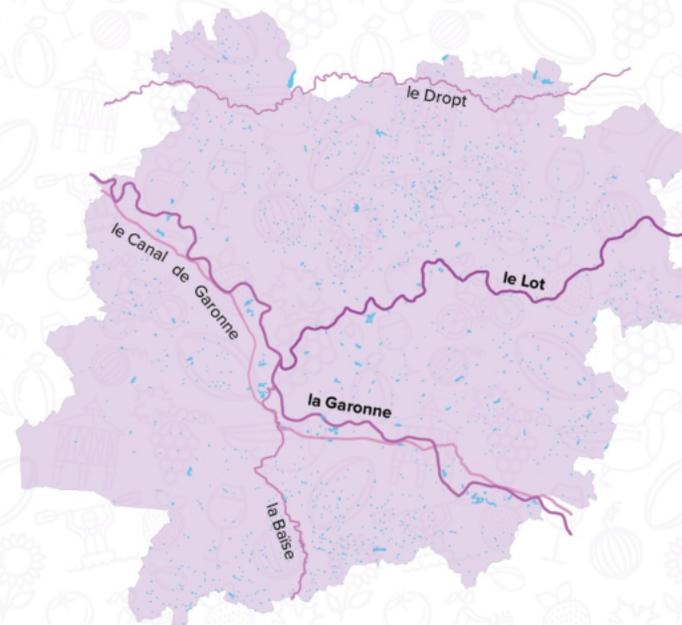
Nom de l'itinéraire	Distance	Départ / Arrivée Lot-et-Garonne
Le Canal des 2 Mers à Vélo - V80	87,8 km	Meilhan-sur-Garonne <> Clermont-Soubiran
La Véloroute de la Vallée du Lot - V86	85,1 km	Aiguillon <> Fumel
La Scandibérique - EV3	51,9 km	Meilhan-sur-Garonne <> Saint-Pé-Saint-Simon
La Véloroute de la Vallée de la Baise - V82	24,8 km	Barbaste <> Moncrabeau
La Véloroute de la Vallée du Dropt	87,9 km	Saint-Pierre-sur-Dropt <> Fumel

Source : Service Itinérance - Décembre 2022



NAVIGATION FLUVIALE

200 km de voies navigables



Location de bateaux habitables sans permis

Le Lot-et-Garonne recense **4 sociétés** de location de bateaux habitables sans permis et une flotte de **62 bateaux**.

Société de location	Lieu	Nombre de bateaux
Le Boat	Le Mas-d'Agenais	26 bateaux
Locaboat Plaisance	Agen	20 bateaux
Aquitaine Navigation	Buzet-sur-Baise	14 bateaux
Emeraude Navigation	Fourques-sur-Garonne	1 bateau
Bateau Tocora	Le Temple-sur-Lot	1 bateau

Source : Service Itinérance - Décembre 2022

5
grands
itinéraires vélo
(337 km)

34
circuits
cyclotourisme
(1 695 km)

15
circuits
VTT-FFC
(266 km)

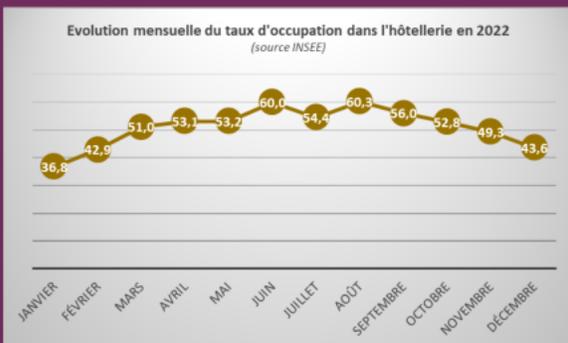
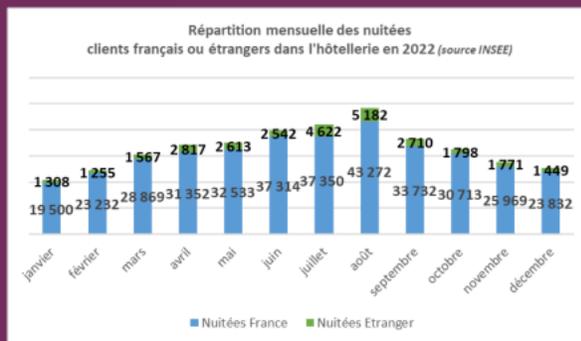
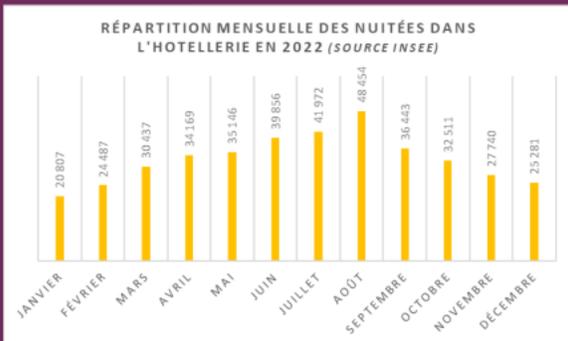
Fréquentation hébergements



Hôtellerie

Source : INSEE

- Nombre de nuitées totales : **397 405** (+0,8% par rapport à 2019)
 - Dont 92,55% de nuitées de clientèle française (+4,6% par rapport à 2019)
 - 7,45% de nuitées de clientèle étrangères (-30,4% par rapport à 2019).
- Taux d'occupation annuel : **51,30%** (+2,5% par rapport à 2019)
- Taux de clientèle professionnelle annuel : **73,40%** (+4,5% par rapport à 2019)



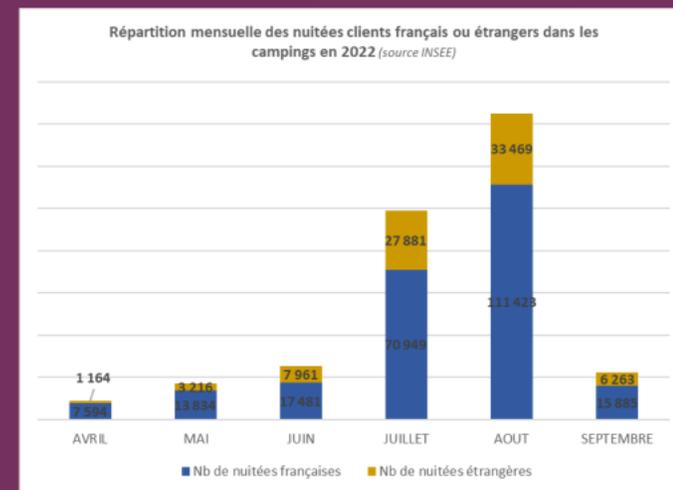
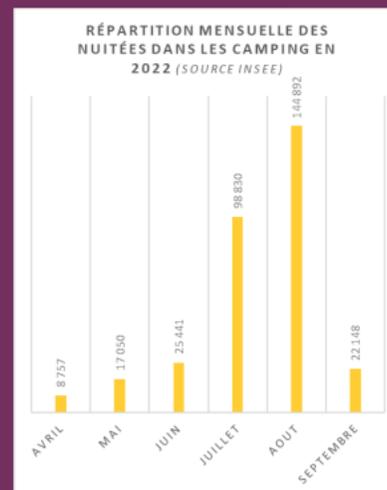
Hôtellerie de plein air

Source : INSEE en partenariat avec la DGE et des partenaires régionaux

- Nombre de nuitées* totales : **317 119** (-10,3% par rapport à 2019). Si la baisse est notable dans les campings 3 étoiles (-13%), il faut noter que dans les campings 4 et 5 étoiles, la fréquentation globale (français et étrangers) est en hausse de 9,6%, portée par la fréquentation française en hausse de 26%.
- La clientèle française représente **74,8%** des nuitées.
- La clientèle étrangère représente **25,2%** des nuitées. La clientèle étrangère est majoritairement originaire des Pays-Bas (51,9% des nuitées), suivi par le Royaume-Uni (22,5% des nuitées), la Belgique (12,8% des nuitées), l'Allemagne (4,5% des nuitées), l'Espagne (4,2% des nuitées) et la Suisse (1,7% des nuitées).

* Nuitées (ou fréquentation) : nombre total de nuits passées par les clients dans un établissement d'hébergement. (2 personnes séjournant trois nuits dans un camping comptent ainsi pour 6 nuitées de même que 6 personnes ne séjournant qu'une nuit.)

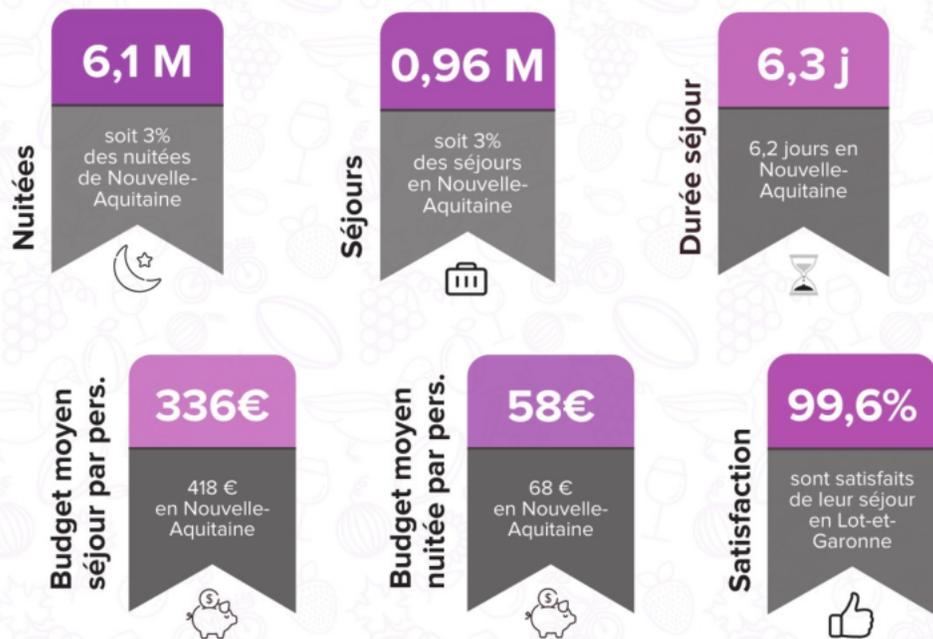
- Taux d'occupation moyen d'avril à septembre : **29,4%** (+2% par rapport à 2019)



L'ÉTUDE CLIENTÈLE

Source : Enquête clientèle BVA 2019/2020

La fréquentation touristique



65% des nuitées sont réalisées en saison (de mai à octobre). L'été (juillet/août) en concentre 50% avec des séjours assez longs. On observe des séjours relativement courts au printemps. Plus d'un tiers des séjours sont réalisés par des résidents néo-aquitains.

Les retombées économiques



350 Millions d'€ générés

(3% des retombées économiques directes de la Région)

La clientèle

• Typologie



Les séjours se font le plus souvent dans un cadre familial... pour un groupe moyen de 3 personnes. En été, les familles représentent près des deux tiers des séjours dans le département.

• Origine géographique

	% Séjours	% Nuitées	Durée de séjour		% Séjours	% Nuitées	Durée de séjour
FRANCE	88,5 %	82,0 %	5,9	ÉTRANGER	11,5 %	18,0 %	9,9 %
Sud-Ouest	48,2 %	32,0 %	4,2	Royaume-Uni	2,9 %	4,7 %	10,4
Ile de France	11,0 %	15,1 %	8,7	Pays-Bas	2,6 %	4,9 %	11,7
Sud-Est	9,1 %	8,9 %	6,2	Espagne	1,6 %	0,9 %	3,5
Ouest	8,5 %	8,8 %	6,6	Allemagne	1,1 %	1,3 %	-
Nord	7,4 %	10,7 %	9,1	Belgique	1,1 %	2,1 %	12,4
Est	3,7 %	4,1 %	7,0	Suisse	0,5 %	0,8 %	-
Dom Tom	0,4 %	1,3 %	-	Etats-Unis	0,3 %	0,4 %	-
Corse	0,2 %	1,2 %	-	Autres pays	1,4 %	3,0 %	14,4

Les Néo-Aquitains sont la 1^{ère} clientèle du département (37%), suivis par les Occitans (11%) et les Franciliens (11%).

Center Parcs - Domaine Les Landes de Gascogne



Ouverture le **23 mai 2022**

400 cottages & hébergements insolites

278 175 nuitées de juin à décembre 2022

Taux d'occupation de **94% en juillet/août, 76% sur l'année**

95% de la clientèle **d'origine française**

dont **35%** de Nouvelle-Aquitaine, **24,6%** d'Occitanie, **10,8%** d'Île-de-France

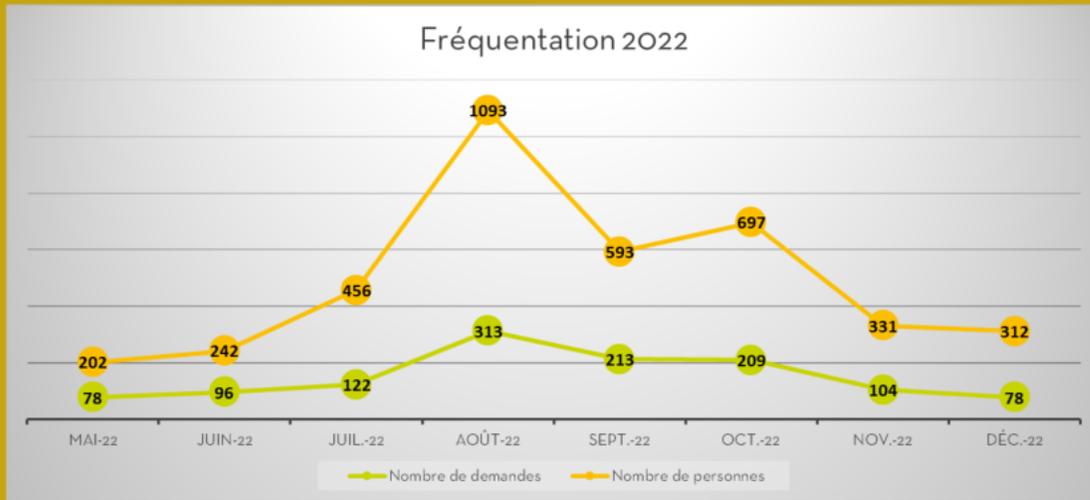
60% de la clientèle
à moins d'1h30 / 2h de route



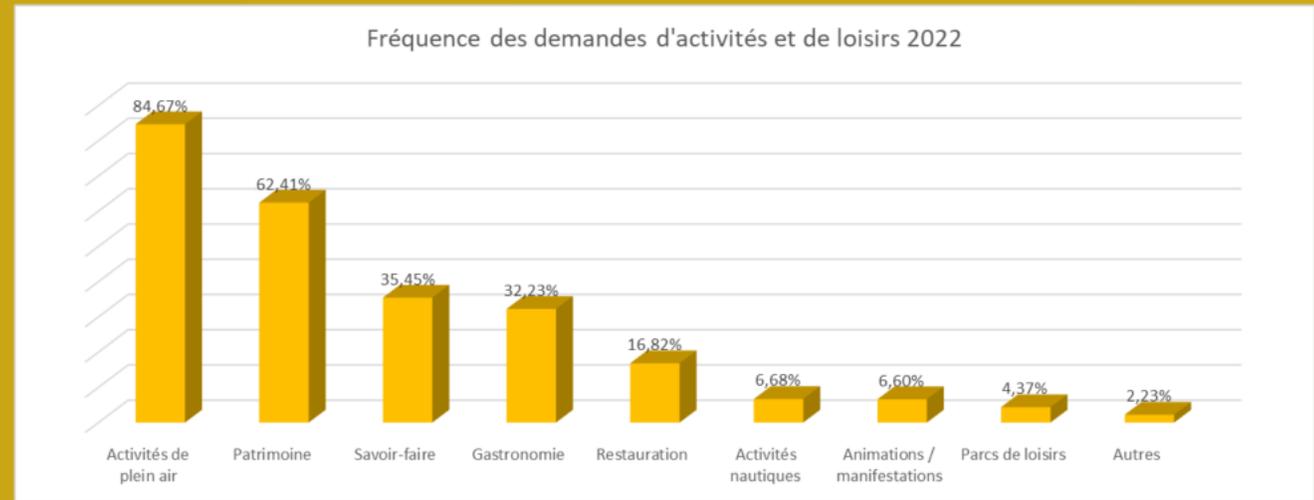
**Point
Information
Tourisme**



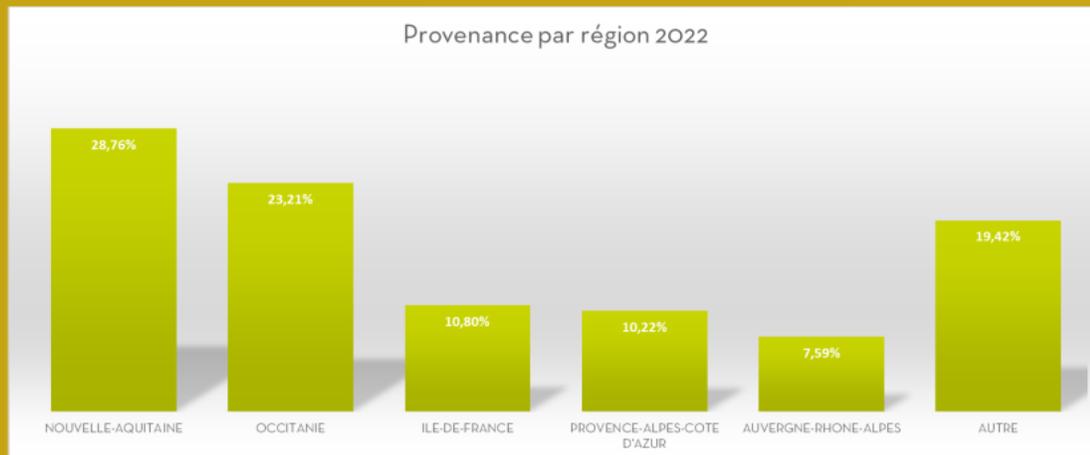
Fréquentation PIT Center Parcs - Saison 2022



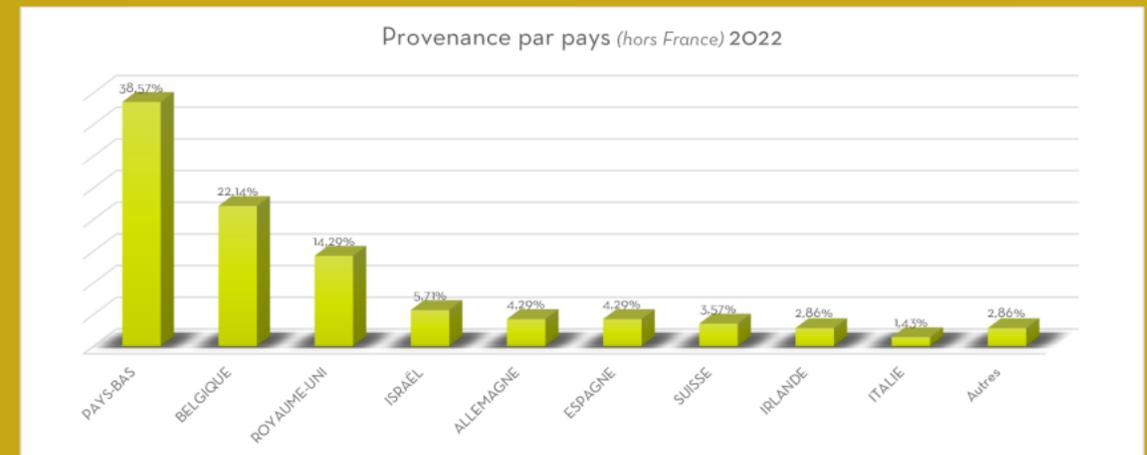
2076 personnes renseignées - 685 demandes traitées



Les demandes concernent en majorité les activités de plein et les sites à visiter.



88,5% de clientèle française



11,5% de clientèle étrangère



Communication & marketing

Développer l'image touristique du Lot-et-Garonne et promouvoir son offre



Site internet

Campagnes programmatiques

Réseaux sociaux

Les éditions

Plan média

Les salons & événements

Déploiement de la marque

Les relations presse

Médiathèque & Podcast

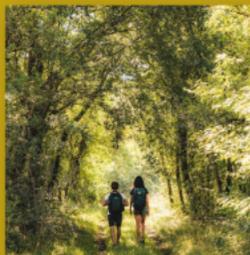
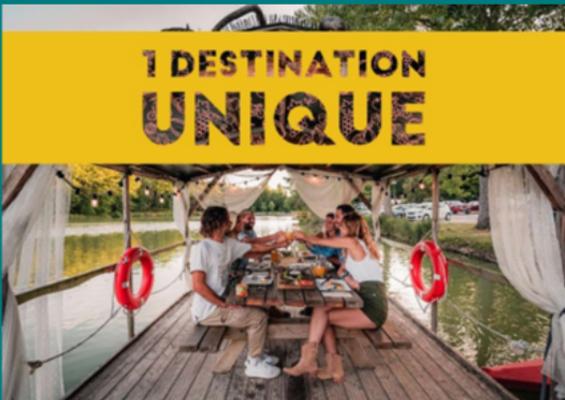
Site internet

Mise en place d'une stratégie de contenu éditorial afin d'améliorer l'information et le référencement du site internet :

Séduire, convaincre et faire consommer

- 4 pages piliers
- 12 pages expérientielles
- 6 pages produits
- 1 livre blanc
- 3 mails automatisés

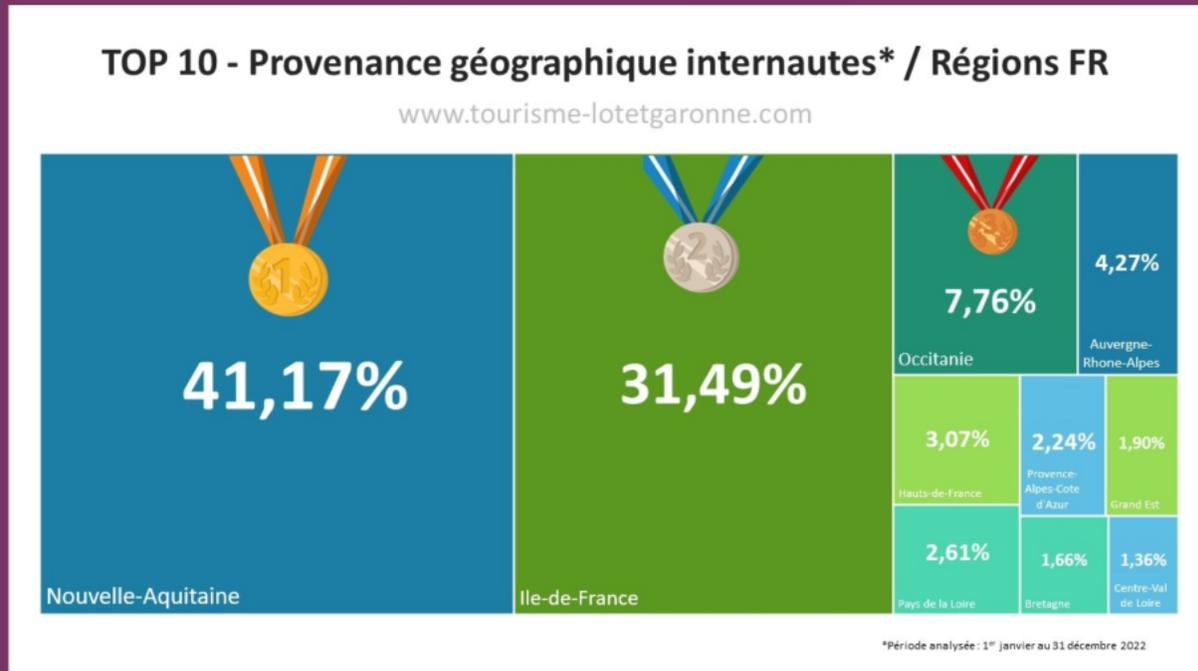
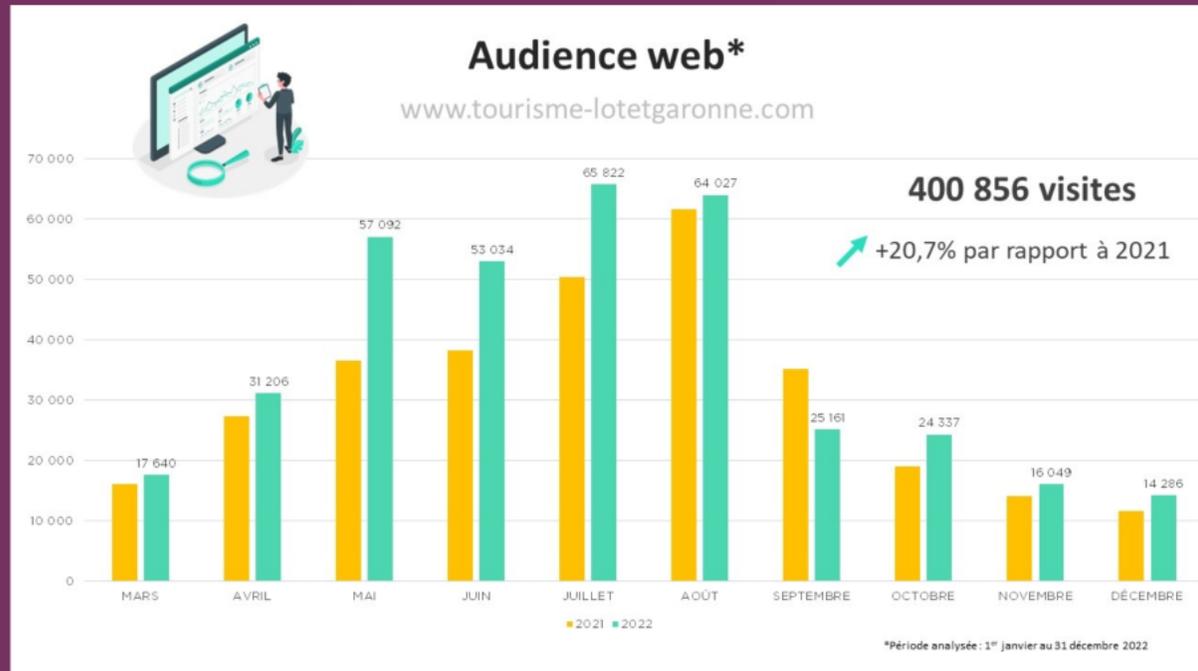
Bilan audience
2022



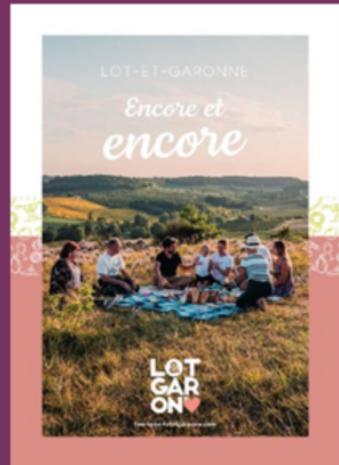
TELECHARGEZ
NOTRE GUIDE

- ♥ Les incontournables de la destination
- ♥ Les plus belles escapades
- ♥ Les expériences à ne pas louper

TELECHARGEZ NOTRE GUIDE



Année record avec la barre des **400 000 visites atteintes** (+20,7% par rapport à 2021).
6 mois records : avril, mai, juin, août, octobre et novembre.



+33,2% d'augmentation sur les visites naturelles (stratégie de contenu éditorial)

1 287 téléchargements du livre blanc

Envoi automatique de 3 mails automatisés :

J : livre blanc

J+7 : incontournables de la destination

J+14 : sélection d'hébergements Lot-et-Garonne



Mailing 1 (J) :
 76,5% taux d'ouverture
 58,4% taux de clics



Mailing 2 (J+7) :
 67,1% taux d'ouverture
 24,6% taux de clics



Mailing 3 (J+14) :
 52,6% taux d'ouverture
 10,3% taux de clics

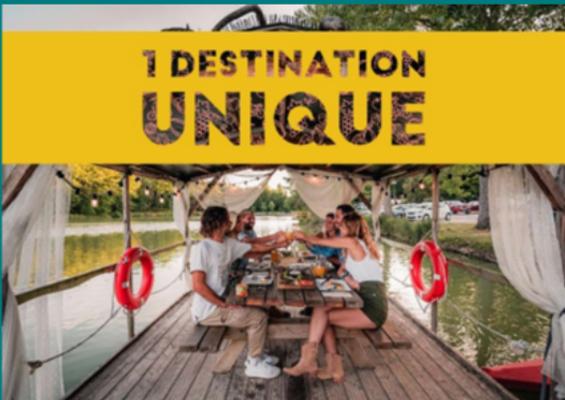
Site internet

Mise en place d'une stratégie de contenu éditorial afin d'améliorer l'information et le référencement du site internet :

Séduire, convaincre et faire consommer

- 4 pages piliers
- 12 pages expérientielles
- 6 pages produits
- 1 livre blanc
- 3 mails automatisés

Bilan audience
2022



TELECHARGEZ
NOTRE GUIDE

- ♥ Les incontournables de la destination
- ♥ Les plus belles escapades
- ♥ Les expériences à ne pas louper

TELECHARGEZ NOTRE GUIDE

Campagnes Ads

Campagne display responsive / **N.Aquitaine Bordeaux**

Période : 20 avril au 20 juin 2022 - Durée : 61 jours - 5 000€

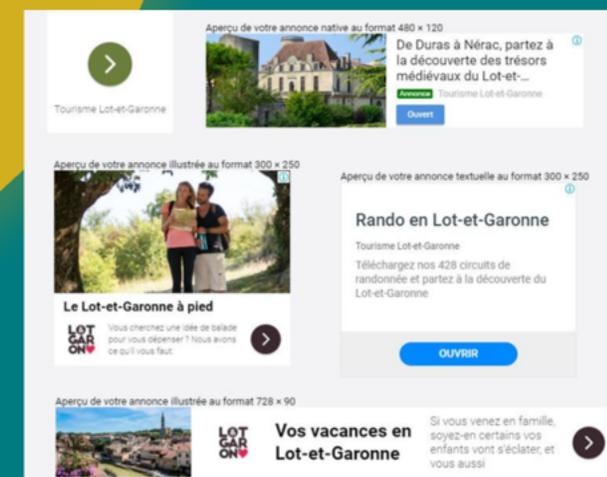
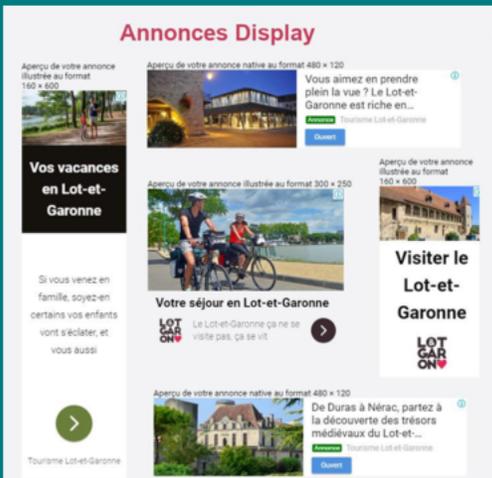
Campagne display responsive / **Occitanie Toulouse**

Périodes : 11 au 26 juin et 2 au 17 juillet 2022 - Durée : 30 jours - 3 600€

Campagne search + display ADRT / **France**

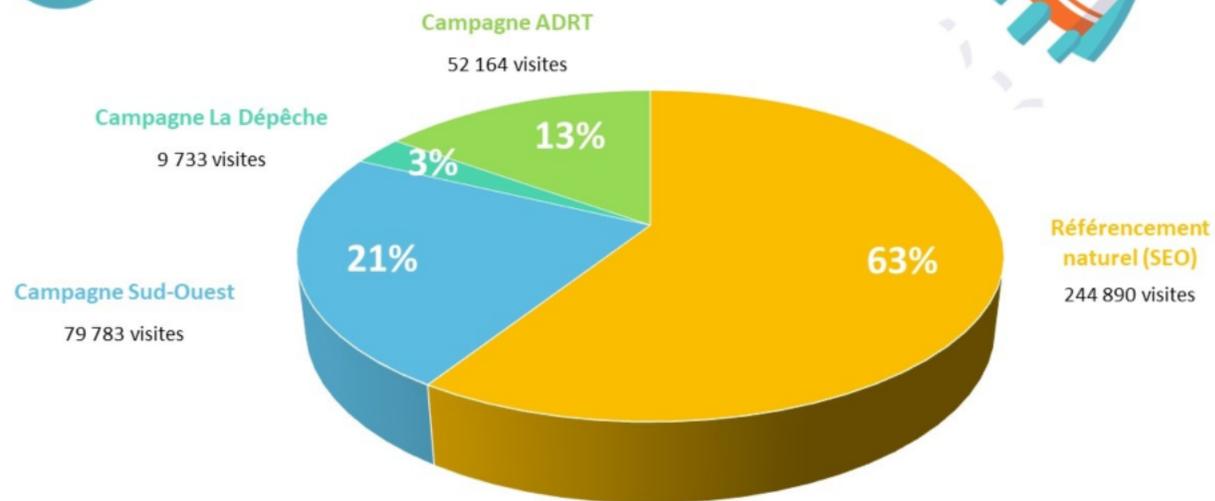
Période : 1er avril au 30 septembre 2022 - Durée : 180 jours - 10 400€

Bilan
publicitaire
2022



Répartition de l'audience web*

www.tourisme-lotetgaronne.com



*Période analysée: 1^{er} janvier au 30 novembre 2022

Les campagnes publicitaires ont généré **141 680 visites**, soit **37%** de l'audience totale du site en 2022.

Zoom Campagne Ads Sud-Ouest : 20 avril au 20 juin

01

PERFORMANCE PAR CIBLAGE

Campagne Sud-Ouest
20 avril au 20 juin 2022

Ciblages	Impressions	Clics	CTR
Intentionnistes : Voyage	2 603 994	30 754	1,18%
Intérêt : vélo	800 755	10 757	1,34%
Intérêt : Randonnée	523 520	9 542	1,82%
Intérêt : Vacances en famille	420 021	6 626	1,58%
Démo : Parents d'adolescents (13 à 17 ans)	415 864	2 850	0,69%
Parents aérés sur la famille	351 377	4 870	1,39%
Intérêt : Tourisme durable	321 527	9 008	2,8%
Démo : Parents d'enfants d'âge scolaire (6 à 12 ans)	246 633	1 073	0,44%
Démo : Parents de jeunes enfants (4 à 5 ans)	155 848	1 915	1,23%
Démo : Parents de tout petit	133 633	2 388	1,79%
TOTAL	5 973 132	79 783	1,34%

Source : Google Ads



Performance par Ciblage

01

Campagne Sud-Ouest
20 avril au 20 juin 2022

PERFORMANCE PAR ZONE

Zones	Clics	%
Île-de-France	64 625	81%
Nouvelle-Aquitaine	7 180	9%
Hauts-de-France	4 787	6%
Pays de la Loire	3 191	4%
TOTAL	79 783	100%



Source : Google Ads

Performance par Zone

01

Campagne Sud-Ouest
20 avril au 20 juin 2022

PERFORMANCE PAR ANNONCE



Ciblages	Clics	%
Gastronomie et produits du terroir	42 235	53%
Itinérance douce : fluvial	11 170	14%
Activités de loisirs	7 978	10%
Hébergements Lot-et-Garonne	7 180	9%
Itinérance douce : cyclotourisme	5 585	7%
Patrimoine : châteaux, bastides et villages	3 191	4%
Itinérance douce : randonnée pédestre	2 393	3%
TOTAL	79 783	100%

Source : Google Ads

Performance par Annonce

Les brochures de l'ADRT & les éditions partenariales



Promouvoir l'image de la destination,
prospector de nouveaux clients et accueillir
les vacanciers en séjours



Magazine de destination
23 000 ex.



Dossier de presse
14 p.



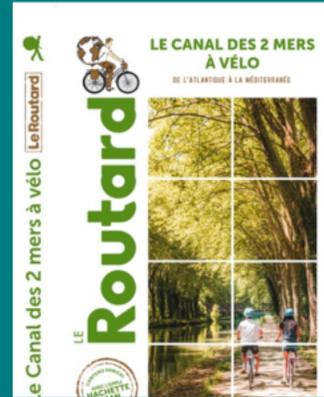
Carte vélo
15 000 ex.



Carte touristique
60 000 ex.



Guide Petit Futé
Les plus belles balades



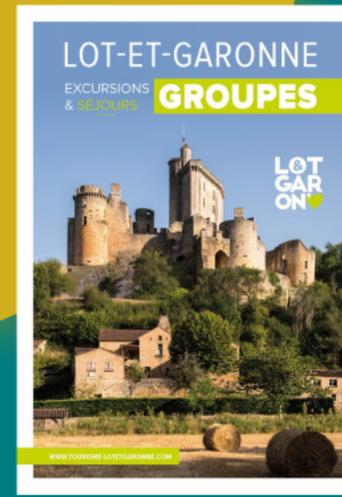
Guide du Routard
Le Canal des 2 Mers à vélo



Carte cycliste
La Vallée de la Baïse à vélo



Carte cycliste
La Vallée du Lot à vélo



Catalogue groupes
38 p.



Réseaux sociaux



Augmenter la visibilité de la destination sur les réseaux sociaux, développer le nombre de nos followers et des interactions. Créer des passerelles entre les réseaux sociaux et le site internet de destination.



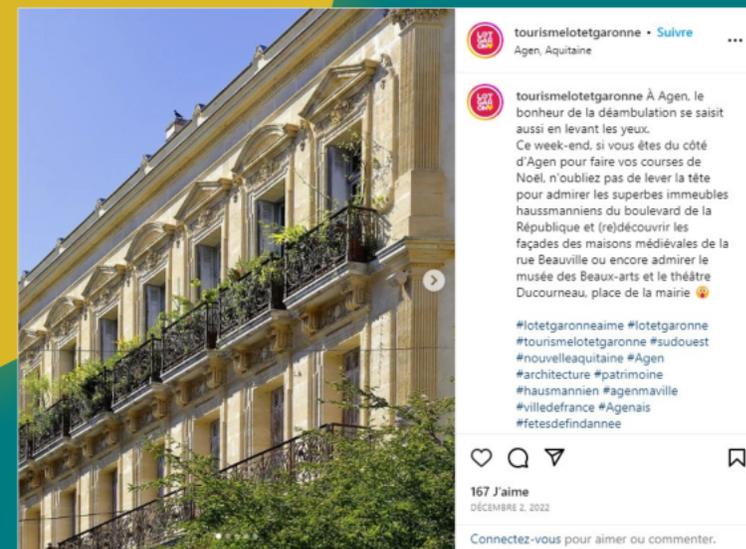
Instagram 

5 670 abonnés
 (+25,2% par rapport à 2021)
 16 000 likes
 110 publications
 198 stories

Facebook 

19 636 abonnés
 (+9,7% par rapport à 2021)

le m'abonne



Insertions print, spots TV & radio



Renforcer la notoriété et l'image de la destination sur les bassins prioritaires



Réservez votre hébergement et préparez votre séjour sur www.tourisme-lotetgaronne.com



Nouvelle-Aquitaine
Sud-Ouest, Le Républicain...



Lot-et-Garonne
47 FM, Cool Direct...



Espagne
Supplément avec CRTNA



France
Guide du Routard, Petit Futé, Fête de l'Huma...



Occitanie
La Dépêche du midi, TV Occitanie, Côté Toulouse...



Déploiement de la marque de destination



Transat géant
au Congrès des
Départements de France



**LOT
&
GAR
ON** ♥

**Donner de la visibilité
à la marque de destination**



Création et diffusion d'une gamme d'objets promotionnels :
crayons, badges, tabliers, totebags, ballons gonflables, sonnettes vélo...



Transat géant
à Walygator Sud-Ouest



LOT-ET-GARONNE

ON ♥
SE BALADER

Les salons & événements



Promouvoir l'image de la destination et son offre touristique sur les marchés prioritaires



Salon International de l'Agriculture à Paris
Du 26 février au 6 mars 2022



Châteaux en Fête
Du 16 avril au 1er mai 2022



Bordeaux Fête le Vin
Du 23 au 26 juin 2022



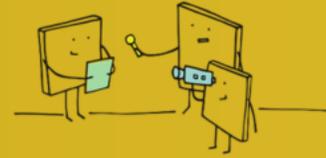
Marchés Flottants du Sud-Ouest à Paris
Du 16 au 18 septembre 2022

Accompagner et fédérer les professionnels du secteur



1ères Rencontres professionnelles du tourisme & Bourse départementale aux dépliant
10 mai 2022

Les relations presse



Participation au **workshop presse Prêt à Partir d'ADN**
Tourisme des 17 et 18 janvier à Paris

Accompagnement et accueil de **6 journalistes** :

- Astrid Taupin (Le Figaro – supplément Les plus belles chambres d'hôtes)
 - Solenne Duclos (Bordeaux Moments)
- Vincent Zuidema (Vakantiesophetwater.nl – partenariat Le Boat)
- Julie Daurel (Le Mag Sud-Ouest – Livre Tangentes)
- Violaine Bellecroix (Marie-Claire Enfants – partenariat Center Parcs)
 - Philippe Abergel (Magazine VMF)

Traitement des **demandes de presse** et **rédaction** de communiqués, dossiers de presse et textes pour publiédactionnels (lancement plateforme Elloha, lancement Petit Futé Les plus belles balades, Marchés Flottants...)





Médiathèque & reportages photos

Développer une **image qualitative** de la destination, être plus performant dans la gestion mais aussi dans le **partage et la diffusion** des photos et vidéos.

1700 fichiers indexés, 360 utilisateurs inscrits, 1 800 photos téléchargées

2 jours de reportage photos



Photo la plus téléchargée en 2022
"Bastide de Monflanquin"



Podcast

Un **nouvel outil de communication**, complémentaire des éditions papier, pour séduire de nouveaux prospects, et inspirer et fidéliser les clientèles du Lot-et-Garonne à travers des **idées de balades et de courts séjours**.

3 épisodes de 6 minutes :

Penne-d'Agenais, le Canal des 2 Mers à vélo, Nérac

[l'écoute](#)



500 photos PRO réalisées en 2022 sur les thématiques du vélo, de la randonnée, de la gastronomie, et de la convivialité en Pays de Duras et de Lauzun.

Systeme d'informations et technologies

- Recenser l'offre touristique départementale.
- Garantir une qualité de l'information.
- Favoriser la mise à disposition d'offres touristiques.



**La Base de données
et le réseau
SIRTAQUI**

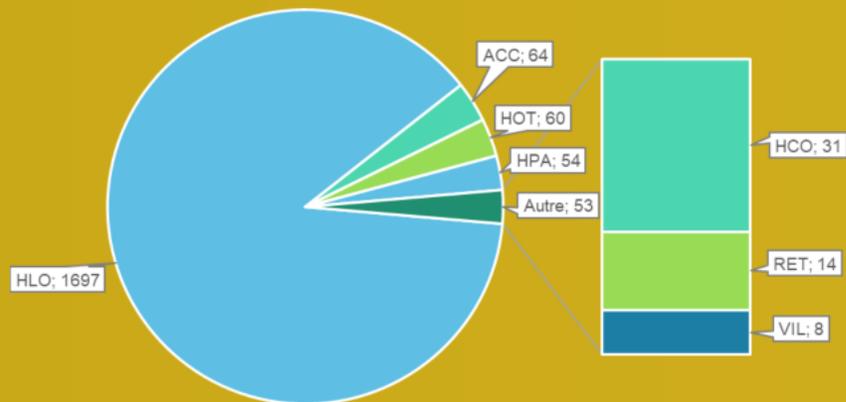
**La place de
marché Elloha**

**We Go
GreenR**

La base

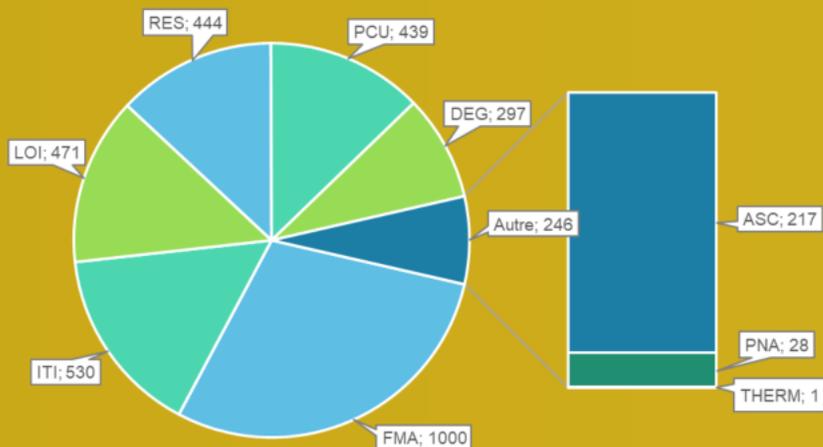
1 928 offres d'hébergements

SIRTAQUI



HLO : Hébergements locatifs
ACC : Aires de Camping-cars
HOT : Hôtels
HPA : Hôtellerie de plein air
HCO : Hébergements collectifs
RET : Résidences de tourisme
VIL : Villages vacances

3 427 offres de loisirs, patrimoine et restauration



FMA : Fêtes et manifestations
ITI : Itinéraires rando, cyclo, équestre
LOI : Équipements de loisirs
RES : Restaurants
PCU : Patrimoine culturel
DEG : Dégustation
ASC : Activités sportives et culturelles
PNA : Patrimoine naturel
THERM : Thermalisme

Le réseau

- 1 CRT
- 8 CDT/ADT
- 1 SPL (87),
- 1 service tourisme de Conseil Départemental (79)
- 430 OT et B.I.T
- MONA

En Nouvelle-Aquitaine

- 1 ADRT
- 10 OT
- 1 service tourisme de communauté de communes
- 60 utilisateurs quotidiens ou réguliers

En Lot-et-Garonne

- 1 Charte régionale de réseau SIRTAQUI
- 1 Comité de pilotage régional
- 1 Comité technique régional
- 11 Conventions d'adhésion signées entre l'ADRT 47 et les OT

La Gouvernance

Le rôle de l'ADRT dans le réseau

Le rôle de l'ADRT dans le réseau



Administration de la base

- Membre du Comité de pilotage
- Membre du Comité technique
- Membre de commissions ou groupes de travail

Gouvernance

- Gestion de l'ontologie, du thésaurus et de la structure des données
 - Paramétrage et personnalisation des différentes fonctionnalités
 - Gestion des droits
- Organisation du cycle de vie de la donnée

Suivi de la donnée

- Formation des utilisateurs
- Ouverture des flux pour la diffusion sur des supports digitaux
- Accompagnement quotidien des utilisateurs
 - Hotline

- Suivi de la qualité de la donnée (respect des règles de saisie et du cycle de vie de la donnée)
- Animation de la collecte et de la mise à jour des données départementales

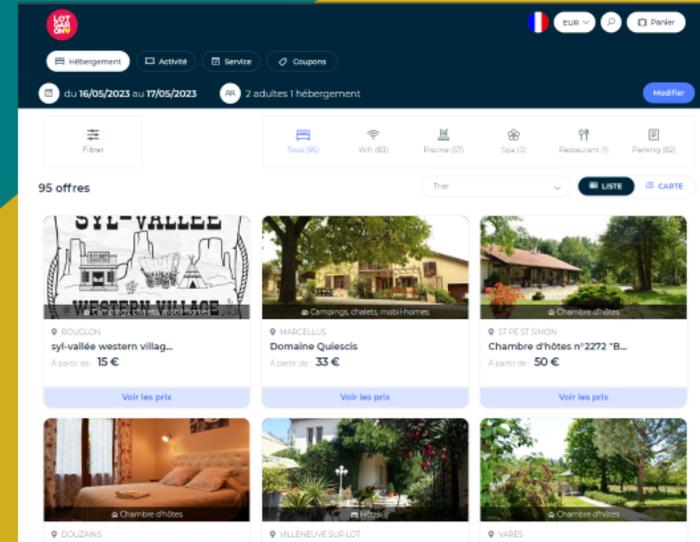
Animation du réseau 47



La place de marché ELLOHA

Accompagner les acteurs du tourisme
à la réservation en ligne.

Développer une plateforme de
réservation départementale pour l'offre
d'hébergement et de loisirs.



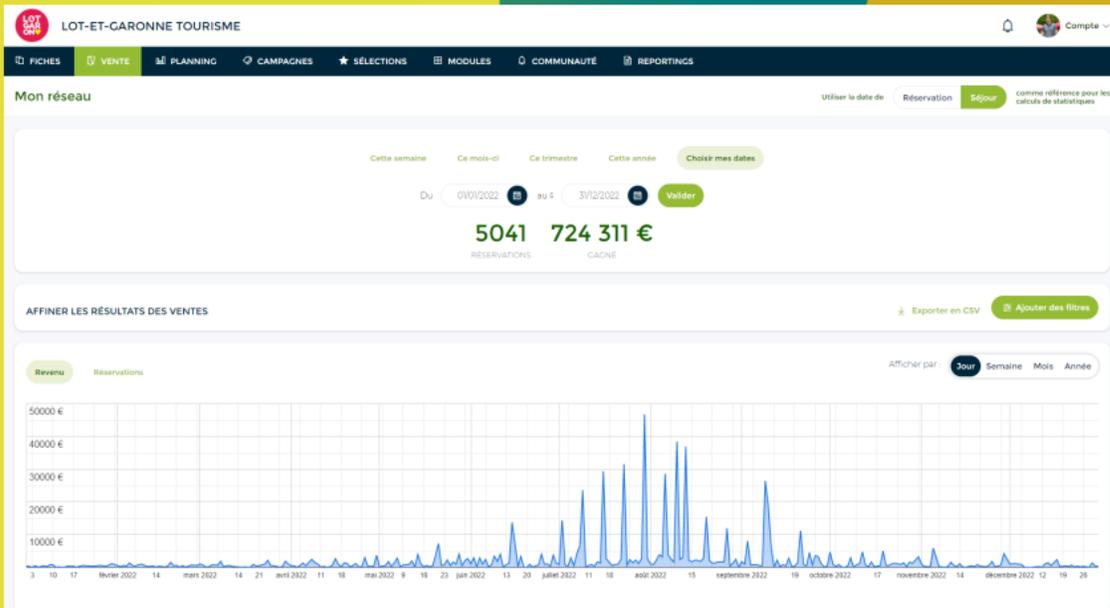
En 2022 :

5 041 contrats générés

285 comptes Eलोha ouverts

640 offres Gîtes de France agrégées

724 311 € de volume d'affaires générés
(+21% par rapport à 2021)





We Go
GreenR
DES VOYAGES QUI ONT DU SENS

Partenariat avec We Go GreenR, financé par l'ADEME dans le cadre du Fonds Tourisme Durable pour accompagner les hébergeurs dans la construction d'une **offre de produits durables**.



Qualifier l'offre, les labels

Un gage de qualité pour la destination

Clévacances

Meublés de
Tourisme
classés

Tourisme
& Handicap

Accueil vélo





Clévacances



CléVacances

LOCATIONS & CHAMBRES D'HÔTES

12
meublés
contrôlés



7 chambres
d'hôtes
contrôlées



42
demandes

Garantir la qualité de l'offre hébergements touristiques

Promouvoir les hébergements

Accompagner les propriétaires adhérents



14
nouveaux
adhérents

Total
134 propriétaires
153 locations
73 chambres
d'hôtes

11 jours
de visite



2022
Arrêt du
portage de
la marque





65
demandes

Classement des meublés de tourisme



317
meublés
classés depuis
2018

28 jours
de visite



Garantir la montée en gamme de l'offre en meublés de tourisme

82
classements



Total
575 meublés
445 propriétaires
Capacité d'accueil :
3428 pers.





Tourisme & Handicap

4
commissions
territoriales
interdépartementales

Identifier les structures
accessibles aux principaux types
de handicap (moteur, visuel, auditif, mental)

4
nouvelles
structures

22
dossiers
présentés

Développer et faire émerger une offre touristique
adaptée et ouverte à tous

12
jours de
visite

11
prestataires
conseillés

Promouvoir par une information fiable, homogène et
objective l'offre touristique accessible qui favorise
l'accueil des personnes handicapées sur leurs lieux de
vacances et leur intégration parmi les clientèles
traditionnelles

Total
35 prestataires
labellisés

18
renouvellements





Accueil Vélo

9
nouveaux
labellisés

18
renouvellements

Total
79 prestataires
labellisés

En 2021,
signature France Vélo Tourisme et ADRT :
2 conventions animateur territorial
et référents qualité

Sur les **6 parcours :**

le Canal des 2 Mers à Vélo) **47 prestataires**
la Vallée du Lot à Vélo) **27 prestataires**

La Scandibérique
la véloroute de la vallée du la Baïse
la véloroute de la vallée du Dropt
la véloroute des Landes de Gascogne) **5 prestataires**



71% hébergeurs
10% offices de tourisme
9% sites touristiques
5% loueurs/réparateurs
5% restaurants



Randonnée pédestre



- Création et aménagement de circuits
4 nouvelles boucles / 12 modifications de circuits

- Balisage : 675 km de sentiers rebalisés

- Participation aux travaux du comité d'itinéraire
du Chemin d'Amadour : réalisation du site internet,
plan marketing, dossier de presse

- Partenariat avec le CDRP

- 380 fiches réseau d'alerte reçues et traitées
(problèmes de balisage, entretien des chemins...)



Cyclotourisme

Participation aux comités techniques
et aux travaux des comités d'itinéraires :

Canal
des 2 Mers
à vélo

La Vallée
du Lot à Vélo

Véloroute
de la Vallée
de la Baïse

Scandibérique



Canal des 2 Mers à Vélo



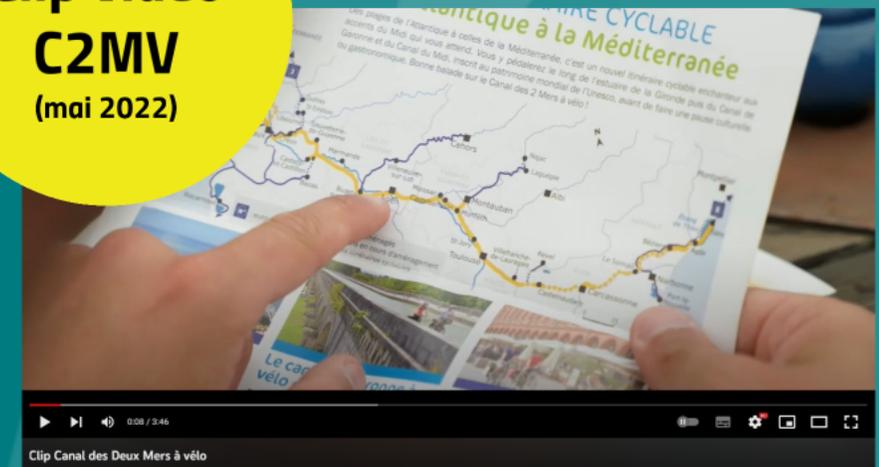
- Réédition du guide du Routard Canal des 2 Mers à Vélo
- Lancement d'un nouveau clip vidéo
- Relations presse
- Production de contenus textes et photos
- Animation éditoriale du site internet et des réseaux sociaux avec France Vélo Tourisme
- Participation à un éducteur dans l'Aude



**Guide
du Routard
C2MV
(mars 2022)**



**Clip vidéo
C2MV
(mai 2022)**



La Vallée du Lot à Vélo



- Etude de positionnement marketing
- Réédition de la carte Vallée du Lot à Vélo
- Reportage photos
- Participation à un éductour sur le thème du label Accueil Vélo



160 km de Cahors au Canal des 2 mers

86



**Carte
la Vallée du
Lot à Vélo**
(mai 2022)

La Véloroute de la Vallée de la Baïse

- Edition d'une carte de la Véloroute de la Vallée de la Baïse
- Déploiement de l'itinéraire sur le site Vélo en France
- Insertion publicitaire dans le Routard Canal des 2 Mers à Vélo

Carte
Véloroute
de la Vallée
de la Baïse

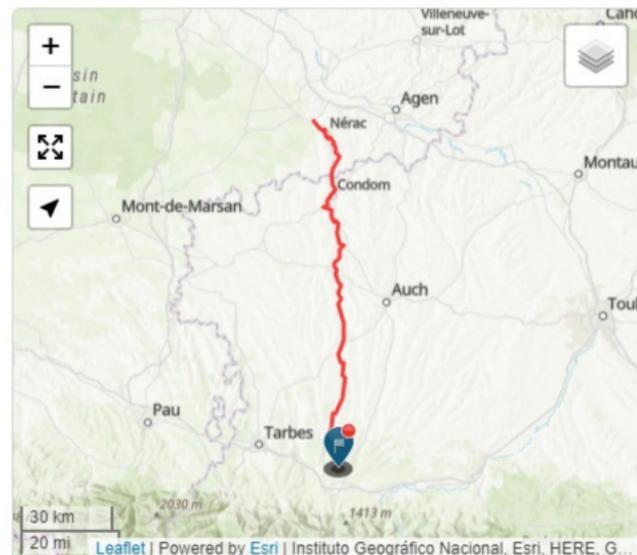


La Véloroute Vallée de la Baïse V82 : Parcours complet Sud Nord

Véloroute et Voie Verte Route 139 km

1012 m Difficile

Photos Partagez



Description

Du piémont des Pyrénées à l'Albret, la rivière Baïse dévale les douces collines de Gascogne saupoudrées de mille pépites. Une balade bucolique qui sillonne le long de la vallée de la Baïse, dont une centaine de kilomètres de petites routes aménagées dans le Gers. Ici, pas de monotonie. A vous les routes de crêtes et les vallées : un plaisir pour les sportifs ! Et pour les autres, l'occasion de redécouvrir les joies de l'assistance électrique... Découvrez l'incroyable diversité de paysages qui défilent le long du

La Scandibérique

- Relations presse
- Accueil d'influenceurs
- Préparation d'un guide du Routard (sortie 2023)



Ingénierie

**Structurer l'offre de services au bénéfice
du développement des entreprises,
des porteurs de projets et des destinations**

**Assurer la conception et le pilotage des actions
visant à développer la montée en qualité
de l'offre touristique**



**40
demandes
d'informations**

**5
projets
accompagnés
par la Région**

**8
visites terrain
avec des
co-financeurs**

**25 dossiers
et avis émis
pour le CD 47**

Commercialiser la destination

Location de maisons de vacances



Réservation de journées et de séjours
packagés individuels et groupes

Tourisme d'affaires

Événementiel

Centrale
de réservation

Produits
individuels

Produits
groupes

Tourisme
d'affaires

La centrale de réservation



Portefeuille:
68 meublés de tourisme



364 contrats générés

5 466 nuitées réservées

17% des contrats
ont été effectués en ligne

Volume d'affaires :
300 112 €

Commission :
33 600 €



Frais de dossier :
6 410 €

Taxe de séjour :
3 670 €



Produits individuels



113 personnes
ont réservé un circuit vélo



© JOEL DAMASE



Volume d'affaires :
24 085€

Commission :
2 961€

Circuit Agen - Cahors :
8 participants



Circuit Agen - Sarlat :
10 participants

Circuit Bordeaux - Cahors :
5 participants

Circuit Bordeaux - Toulouse :
54 participants

Tour du Lot-et-Garonne :
23 participants



EVA IO



© JOEL DAMASE



Produits groupes

3 journées groupes :
visite Tournon-d'Agenais et
ferme du Lacay à Penne-d'Agenais



1 séjour 4 jours / 4 nuits :
visite Penne-d'Agenais
avec Maria Garouste
(association Pays, Histoire et Patrimoine)

138 personnes accueillies

Volume d'affaires :
15 691€



Tourisme d'affaires

4 séminaires :

Dalmau, Terres & Cie, MMC, Poussiniés



2 congrès :

ADF, De Sangosse



2 salons :

Gastronomie, Wendel

5 événementiels :

Marchés flottants BIP, corrida pruneau,
3 arbres de Noël



Volume d'affaires :

276 345€

Commission :

56 859€



TOURISME LOT-ET-GARONNE



Rapport d'activités 2022



Observation

**Système
d'informations et
technologies**

**Itinérance
douce**

**Commercialiser
la destination**

**Tourisme
Lot-et-Garonne**

**Promouvoir le
Lot-et-Garonne**

**Qualifier l'offre,
les labels**

**Animer et
accompagner
les acteurs**

Assemblée générale - Mardi 27 juin 2023