



PLAN D' ACTIONS 2024

TOURISME LOT-ET-GARONNE

Une équipe au service du développement et de la promotion touristique du Lot-et-Garonne

TOURISME LOT-ET-GARONNE

Agence de développement et de réservation touristique

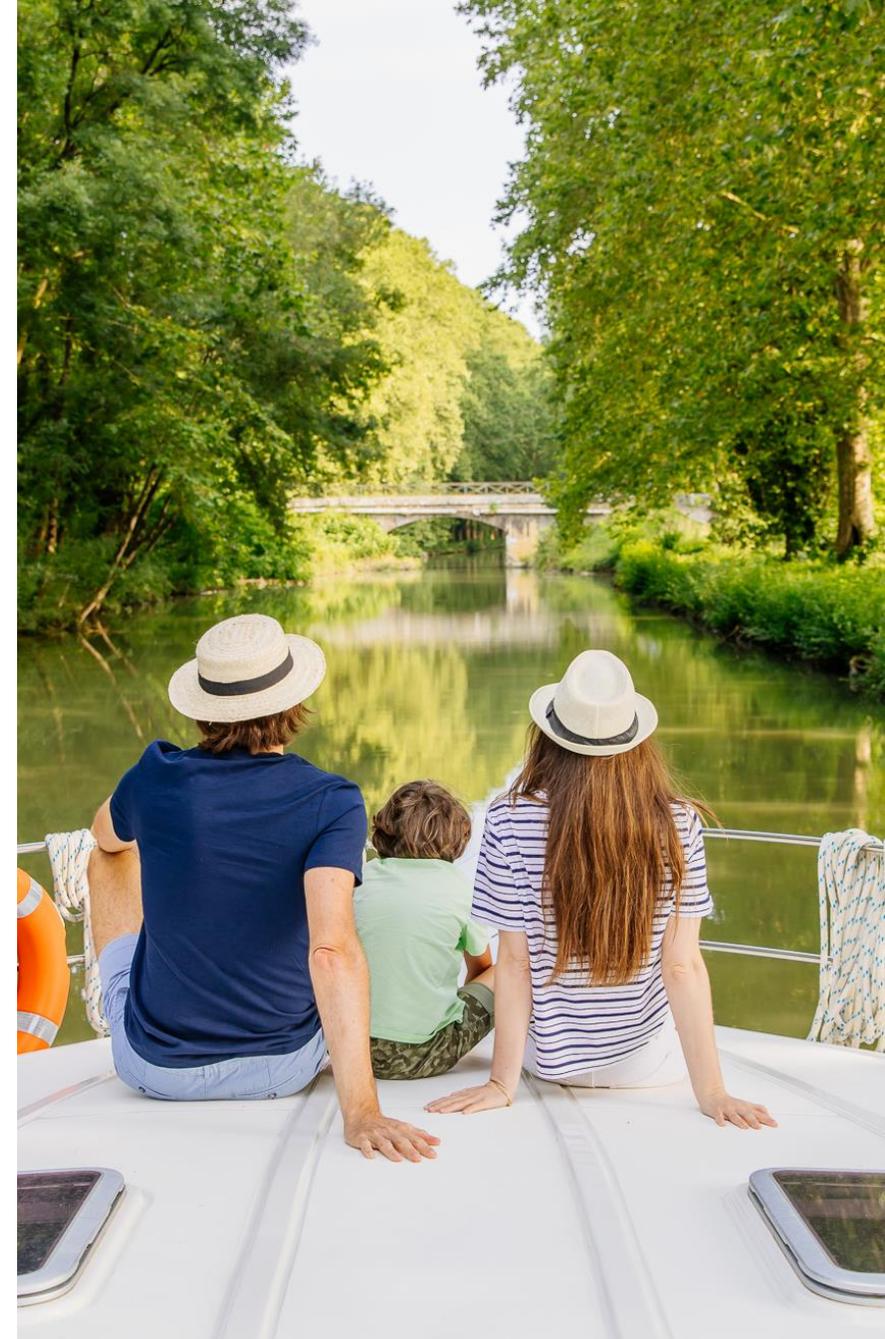


La crise sanitaire, la transformation digitale et la nécessaire transition écologique ont entraîné d'importantes mutations dans le secteur du tourisme ces dernières années. Il apparaît essentiel de penser une **stratégie commune et partagée**, à la hauteur de ces changements et capable **d'ancrer le Lot-et-Garonne dans un tourisme plus responsable**, en adéquation avec les attentes actuelles et à venir de clientèles en quête de sens et d'authenticité.

S'il n'a pas battu de record, le bilan de la saison 2023 en Lot-et-Garonne reste très satisfaisant et prometteur avec le **retour des clientèles européennes et une fréquentation française et de proximité toujours soutenue** depuis la crise du Covid et l'attrait renforcé pour les destinations de campagne.

Le département dispose d'une situation géographique et de **nombreux atouts dans l'air du temps** lui permettant de répondre aux nouvelles aspirations des touristes mais aussi des habitants. **L'offre touristique se consolide** en phase avec cette nouvelle donne comme en témoignent l'implantation réussie du Center Parcs, les grands aménagements structurants notamment en matière de tourisme à vélo ou de navigation fluviale avec l'ouverture prochaine d'un nouveau tronçon sur le Lot ou encore les objectifs affichés du Lot-et-Garonne en termes de tourisme durable, en accord avec la stratégie régionale de faire de la Nouvelle-Aquitaine la première destination touristique durable à l'échelle nationale.

Le plan d'actions 2024 de l'ADRT est le reflet de ces évolutions. Il s'inscrit dans la continuité des actions engagées en concertation avec les partenaires en 2023 et porte les ambitions définies dans le **schéma départemental de développement touristique durable 2022 - 2027.**



Un plan d'actions 2024 construit autour de

3 grands objectifs

**Développer la mission
d'ingénierie
et l'accompagnement
des acteurs du tourisme et
des territoires**

**Accompagner le
développement de
l'itinérance douce**

**Renforcer la visibilité du
Lot-et-Garonne autour
d'un positionnement de
destination slow au cœur
du Sud-Ouest**

Un plan d'actions 2024 qui doit répondre à

5 enjeux majeurs

1. Améliorer la **connaissance des clientèles** pour mieux définir les orientations du tourisme de demain.
2. S'inscrire collectivement dans un **tourisme responsable et durable**, en cohérence avec les atouts de la destination et les attentes des clientèles.
3. Conforter le **positionnement slow** tourisme de la destination.
4. Renforcer le **tourisme de proximité**.
5. Accélérer la **transition numérique**.



INGENIERIE

ET ACCOMPAGNEMENT

**Des services pour conseiller, accompagner,
favoriser la qualité et le développement
d'un tourisme plus durable.**

L'observatoire

Recensement de l'offre, fréquentation touristique, comportement des clientèles, retombées économiques pour le territoire... l'observatoire du tourisme départemental a pour mission de **mettre en place et de suivre des indicateurs de performance de l'activité touristique dans le département.**

Ces données sont utiles aux professionnels du tourisme, élus, collectivités territoriales, porteurs de projet... Elles permettent notamment de **mieux orienter les décisions stratégiques, les actions marketing et de construire l'offre en adéquation avec la réalité du marché.**



Des indicateurs au service des stratégies touristiques

Sur le volet observatoire, l'ADRT travaille avec le CRTNA, le dispositif France Tourisme Observation, l'outil Transparent, l'INSEE et les offices de tourisme. L'observatoire collecte les données, les analyse et produira en 2024 les études suivantes :

1. Mémento du tourisme

L'ensemble des données sur le tourisme en Lot-et-Garonne répertoriées dans un document synthétique.

2. Bilan annuel

Un bilan de l'activité touristique de l'année écoulée réalisé à partir des différentes sources de données de l'observatoire.

3. Notes de conjoncture

A la fin de chaque période de la saison (avant-saison, haute-saison, arrière-saison), les tendances de la saison en cours.

4. Capacité d'accueil touristique marchand

La capacité d'accueil en hébergements marchands par type d'hébergement et par territoire.

En 2024, parallèlement au travail mené sur le développement et la valorisation du positionnement slow tourisme de la destination, l'observatoire intégrera dans ses indicateurs davantage de **données sur les mobilités douces et le tourisme durable**.

En complément de ces actions, l'ADRT est partenaire :

1. Du renouvellement de l'enquête de clientèle BVA

Cette grande enquête du CRTNA, réalisée sur 2 ans (2024 /2025), vise à apporter une connaissance fine et solide de notre clientèle et à évaluer les mutations structurelles de la fréquentation touristique et les changements de comportement vis-à-vis des enjeux durables.

2. De l'étude sur la fréquentation et les retombées économiques

du Canal des 2 Mers à vélo dont les résultats seront connus dans le courant de l'année 2024.

La qualification de l'offre

L'ADRT encourage et accompagne la **qualification de l'offre d'hébergements et de loisirs**.

Une démarche au service de la **qualité**, de la **visibilité** de l'offre dans un environnement concurrentiel mais aussi une démarche pour un **tourisme plus durable et plus inclusif** au travers des labels Accueil Vélo et Tourisme et Handicap.



Soutenir la qualité de l'offre



Le classement des meublés de tourisme

Le Lot-et-Garonne compte une **offre importante de meublés de tourisme** à travers tout le territoire (670 meublés classés en 2023) avec une fréquentation en hausse constante depuis plusieurs années et notamment suite à la crise du Covid.

Le classement des meublés de tourisme est volontaire. Ils sont classés de 1 à 5 étoiles en fonction du niveau des équipements et des aménagements, de la qualité du service apporté et de l'implication dans une politique de développement durable et d'accessibilité

L'ADRT est agréée pour effectuer le classement des meublés de tourisme et propose, en collaboration avec les offices de tourisme, un **accompagnement personnalisé des propriétaires dans la démarche.**

1. Information et sensibilisation des propriétaires de meublés à l'intérêt du classement en termes de qualité, de **montée en gamme des prestations** vis-à-vis d'une clientèle de plus en plus exigeante, de référencement et d'avantages, principalement fiscaux.

2. Conseil et accompagnement au classement et à son renouvellement.

3. Suivi quotidien du parc, mise à jour, création des offres dans la base de données, veille sur les évolutions réglementaires.

160 meublés de tourisme ont été classés en Lot-et-Garonne en 2023, dont la moitié par Tourisme Lot-et-Garonne. L'objectif est de poursuivre le développement en 2024, toutefois, le projet de loi de finances qui prévoit de réduire l'avantage fiscal dont bénéficient les meublés de tourisme classés pourrait avoir un impact sur le nombre de demandes de classement et à terme sur le nombre de meublés offerts à la location dans le département.

Qualification

Soutenir la qualité de l'offre



La qualification Chambre d'hôtes référence

Créée par Office de Tourisme de France, la qualification Chambres d'hôtes référence est destinée aux exploitants de chambres d'hôtes qui n'adhèrent pas à une marque ou un label national et leur permet de garantir à minima la qualité de leur prestation.

Elle sera mise en place en Lot-et-Garonne en 2024 et se substituera au référentiel départemental afin de permettre un **meilleur référencement des chambres d'hôtes non labellisées et une meilleure visibilité de ces structures sur les outils de communication.**

1. Structuration de la qualification Chambres d'hôtes référence au niveau départemental :

- Présentation et mise en place d'une **organisation de travail** avec les offices de tourisme
- Mise en place d'une **commission départementale d'évaluation**

2. Recensement de l'offre concernée.

3. Présentation du dispositif aux propriétaires. Mise à disposition d'outils d'information sur le site pro de l'ADRT.

4. Visites d'évaluation des structures volontaires et accompagnement à la qualification

5. Intégration des offres dans la **base de données** en vue de leur diffusion.

Soutenir la qualité de l'offre



Le label Tourisme et Handicap

Soucieuse d'accompagner le développement d'un tourisme social et solidaire en harmonie avec les valeurs d'accueil et de qualité de vie que le Lot-et-Garonne entend offrir au plus grand nombre, l'ADRT a souhaité **accentuer à partir de 2023 ses efforts pour renforcer la présence la marque d'Etat Tourisme et Handicap en Lot-et-Garonne** et le déploiement d'une offre accessible à tous.

Tourisme et Handicap répond à 3 objectifs :

- Apporter une information fiable sur le niveau d'accessibilité des sites et des équipements touristiques.
- Développer et promouvoir une offre touristique accessible.
- Sensibiliser et accompagner les professionnels du tourisme à l'accueil des personnes en situation de handicap.

L'ADRT est **évaluateur de la marque** en Lot-et-Garonne et accompagne les prestataires volontaires tout au long de la démarche.

- 1. Information et sensibilisation** des propriétaires.
- 2. Visites d'évaluation** en vue de la labellisation ou du renouvellement en binôme avec un représentant associatif des personnes handicapées.
- 3.** Compte rendu, **conseil et suivi du dossier.**
- 4.** Présentation des candidatures en **commission régionale.**
- 5.** Mise à jour des offres dans la **base de données.**

Fin 2023, le Lot-et-Garonne comptait 62 prestations labellisées.

En 2024, l'ADRT :

- 1.** Prévoit de traiter **une quinzaine de dossiers.**
- 2.** Prend la **présidence de la commission régionale** d'évaluation et l'organisation des 4 commissions annuelles.

Soutenir la qualité de l'offre



Le label Accueil Vélo

Accueil Vélo est une marque nationale qui garantit un accueil, des services et des équipements adaptés aux besoins des touristes à vélo. Les critères de sélection de la marque prévoient une localisation des établissements partenaires à moins de 5 km d'itinéraires correspondant aux critères du cahier des charges national des véloroutes et voies vertes.

L'ADRT est évaluateur unique de la marque en Lot-et-Garonne. Fin 2023, le département comptait 120 prestations labellisées.

- 1. Renforcer l'animation de réseau** autour de la marque dans le département. Créer des temps de partage et d'échanges avec les labélisés : connaissance du marché et de ses évolutions, témoignages de personnes engagées dans la démarche, de pratiquants, chiffres de fréquentation...
- 2.** Participer à la dynamique nationale, suivre les évolutions du label, assister aux **Rencontres nationales France Vélo Tourisme des animateurs et référents Accueil Vélo** (mars 2024).
- 3. Développer la marque** sur l'ensemble des parcours éligibles en Lot-et-Garonne et en particulier le long de la Vallée du Lot à Vélo et de la Véloroute de la Vallée de la Baïse, deux itinéraires en cours de structuration. Il s'agira d'homogénéiser la couverture départementale, actuellement très concentrée sur l'axe Canal des 2 Mers et Scandibérique.
- 4. Renouveler le label** pour les structures dont l'adhésion est arrivée à échéance, une quarantaine de prestations sont concernées en 2024.

L'accompagnement

En 2024, l'ADRT souhaite **renforcer la mission d'accompagnement** et affirmer son rôle **d'interlocuteur privilégié des acteurs du tourisme et des territoires** dans la mise en œuvre de leurs projets touristiques.

Un service essentiel qui contribue à **l'attractivité et à la compétitivité de la destination** ainsi qu'au **développement d'une offre durable** en cohérence avec les ambitions du schéma départemental de développement touristique durable 2022-2027.



**Accompagnement
vers un tourisme responsable
et accessible à tous**



Accompagnement

Agir pour un tourisme responsable et solidaire

Le dispositif ACTT

Le dispositif ACTT, **Accompagnement aux Changements des Territoires Touristiques**, vise à accompagner les territoires, les acteurs publics et privés de la filière touristique de Nouvelle-Aquitaine vers un tourisme éco-responsable.

Cet appel à projets régional se décline en 3 axes :

- l'appropriation d'une stratégie de tourisme éco-responsable
- le développement de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE)
- l'appui à la stratégie économique des professionnels du tourisme

Afin de faciliter la candidature des territoires du Lot-et-Garonne et d'initier la construction d'une stratégie partagée à l'échelle du département autour des enjeux du tourisme durable, l'ADRT a proposé aux offices de tourisme de coordonner une candidature commune et la mise en œuvre du programme d'actions le cas échéant.

Le dossier de candidature a été déposé en 2023. Une alternante en Master Développement touristique des territoires a été recrutée à l'ADRT pour **animer le dispositif en lien avec la MONA.**

Accompagnement

Agir pour un tourisme responsable et solidaire

Le dispositif ACTT

Des actions programmées sur 3 ans (2024-2026) et structurées autour de 3 axes stratégiques :

1. Construire une destination touristique durable pour tous

- Sensibiliser les acteurs du tourisme aux impacts du changement climatique
- Accompagner les professionnels dans la transition et la qualification de l'offre
- Développer les mobilités et l'intermodalité
- Créer une offre de séjours bas carbone
- Agir en faveur d'un tourisme inclusif

2. Accompagner la transformation vers un tourisme plus sobre

- Engager collectivement la démarche RSE

3. Mutualiser des actions et des moyens

- Structurer un positionnement de la destination et une communication digitale autour du tourisme responsable
- Développer et mutualiser les dispositifs d'observation
- Créer un centre de ressources commun
- Mettre en œuvre des achats groupés

Accompagnement

Agir pour un tourisme responsable et solidaire

L'accompagnement à la création de séjours bas carbone

Dans le cadre de sa stratégie visant à développer l'offre de tourisme durable en Lot-et-Garonne, l'ADRT a rejoint en 2024 le **CRTNA dans sa démarche d'accompagnement des territoires à la création et à la valorisation de séjours bas carbone**, élaborée **avec le soutien de l'ADEME** et en partenariat la MONA et des tour-opérateurs spécialistes de l'itinérance douce.

Accessibles en transports en commun et **construits sur la base d'un référentiel exigeant**, ces séjours privilégient les mobilités douces, les expériences originales et respectueuses de l'environnement et les prestataires engagés en faveur d'un tourisme éco-responsable.

Si le Lot-et-Garonne porte déjà naturellement dans ses atouts touristiques les valeurs du tourisme durable, l'offre demande à être **structurée, développée et mise en marché** pour répondre pleinement aux enjeux du développement durable et aux attentes des visiteurs.

L'ADRT s'est engagée dans cette action en partenariat avec 2 offices de tourisme pilotes (Destination Agen et office de tourisme du Val de Garonne) avec lesquels elle suivra un **parcours d'accompagnement complet** et sur-mesure tout au long de l'année pour aboutir à la création de plusieurs séjours bas carbone :

1. Accompagnement méthodologique via des modules de formation dédiés.
2. Mise à disposition d'une « boîte à outils ».
3. Déploiement d'actions de promotion mutualisées.
4. En parallèle de cet accompagnement, l'ADRT mènera avec les offices de tourisme un **travail d'identification et de recensement de l'offre de tourisme durable** en Lot-et-Garonne.

Accompagnement

Agir pour un tourisme responsable et solidaire

Le Fonds Tourisme Durable

Le Fonds Tourisme Durable porté par l'ADEME et lancé en 2021 dans le cadre du plan France Relance vise à **soutenir via des aides financières les opérateurs du tourisme dans leurs démarches de transition vers un tourisme durable.**

L'ADRT est désormais le référent Fonds Tourisme Durable pour le Lot-et-Garonne et assure le pilotage de cet appel à projet en coordination avec ses partenaires (Offices de tourisme, UMIH, Gîtes de France, Clévacances). Une chargée de mission a été formée en 2023.

L'objectif est de **sensibiliser et d'informer les hébergeurs et restaurateurs du Lot-et-Garonne** sur les différents dispositifs d'aides existants (territoires, Département, Région, Etat, Europe) et de mieux **les accompagner.**

Les deux premières vagues entre 2021 et 2023 ont visé le soutien au développement d'offres slow tourisme. **16 dossiers** ont été validés dans le département.

En 2024, l'ADRT prévoit d'accompagner une soixantaine de structures pour aboutir à la réalisation de 13 audits et 13 dépôts de dossier auprès de l'ADEME.

1. Organisation d'une **conférence** animée par un intervenant spécialisé et qui permettra de poser les bases de la stratégie départementale en matière de tourisme durable : **“Tourisme et développement durable, une nécessité économique et environnementale”**.
2. Mise en place de **webinaires** thématiques, **réunions** d'information, **newsletters** dédiées, **boîte à outils et guide du tourisme durable en Lot-et-Garonne** consultables sur le site internet pro de l'ADRT.
3. **Accompagnement des hébergeurs et restaurateurs** engagés dans la démarche : analyse des besoins, choix des actions, formations aux éco-gestes...
4. **Visite d'audit** préalable au dépôt du dossier et **suivi** jusqu'au contrôle de la réalisation des travaux.

Accompagnement des **porteurs de projet** et des **territoires**



Accompagnement

Faciliter le parcours des porteurs de projet

Accompagnement des porteurs de projet touristique

L'ADRT souhaite développer l'accompagnement des porteurs de projet et la coordination avec les organismes concernés (Conseil départemental, Région, collectivités territoriales, offices de tourisme, CAUE, CCI).

- 1. Accompagner et faciliter le parcours du porteur de projet** : analyse des besoins, conseils, information sur les dispositifs existants, mise en relation avec les organismes compétents, réglementation, labels, commercialisation...
- 2. Renforcer les liens et la coordination** avec l'ensemble des financeurs et structures impliquées dans l'accompagnement de projets touristiques au niveau départemental.

- 3.** Proposer une **boîte à outils sur le site internet pro de l'ADRT** : modèle plan de financement, document sur les écogestes, modèles livrets d'accueil à l'attention des hébergeurs et de leurs clients, guide de la réglementation sur les gîtes et chambres d'hôtes, conciergeries...
- 4.** Développer **l'animation et la sensibilisation des prestataires et porteurs de projet** : animation d'ateliers, présentation des dispositifs existants, répertoire des formations, mise en réseau...
- 5.** Assurer une **veille** des informations présentées sur le site pro : actualisation des données juridiques, fiscales, réglementaires, nouvelles tendances, communication sur les dernières réglementations auprès des prestataires concernés.

Accompagnement

Fédérer autour d'une vision commune

Les Rencontres professionnelles du tourisme

Les Rencontres professionnelles du tourisme visent à rassembler les acteurs du tourisme en Lot-et-Garonne autour d'une vision commune de la destination et à créer une dynamique collective.

Elles répondent à 2 grands objectifs :

- **Fédérer** : c'est l'occasion pour les participants de se retrouver, d'échanger et d'étoffer leur réseau professionnel.
- **Accompagner** : les interventions d'experts donnent des clés de lecture pour comprendre les évolutions du secteur et forger une culture commune.

Changement de formule et de date en 2024 : l'ADRT souhaite aller plus loin et renforcer la programmation des Rencontres du Tourisme en proposant notamment de nouveaux ateliers. Elles ne seront donc plus liées à la Bourse départementale aux dépliant, et **se dérouleront sur une journée complète, en novembre.**

Une nouvelle organisation en 2024 et une journée entière dédiée à l'information, aux échanges et à l'accompagnement des acteurs du tourisme sur des sujets d'actualité :

- Le matin : une plénière sur les grands sujets du tourisme en 2024 pour le Lot-et-Garonne.
- L'après-midi : des ateliers thématiques en petits groupes

**Accompagnement
des prestataires à la mise en marché et
à la commercialisation de l'offre**



Accompagnement

Offrir des solutions de commercialisation

L'outil Elloha et la digitalisation de l'offre

Hébergement mais aussi loisirs ou restauration, les clients se tournent de plus en plus vers la réservation sur internet pour organiser leurs séjours et leurs activités.

Accompagner les prestataires à la vente en ligne, leur proposer un outil professionnel et sécurisé est **un enjeu majeur pour développer la visibilité et les retombées économiques de l'offre touristique départementale** dans un marché très concurrentiel et largement dominé par les agences de voyage en ligne (Booking, Expédia, Airbnb...).

L'ADRT met à la disposition des acteurs du tourisme la solution Elloha afin de les aider à digitaliser leurs offres et à développer leurs réservations directes. Cet outil de commercialisation et de synchronisation des plannings de réservation a été choisi par de nombreux départements en France et en Nouvelle-Aquitaine.

La solution Elloha permet à un professionnel du tourisme d'équiper son site internet d'un moteur de réservation, d'être reservable sur le site de l'ADRT et de ne gérer qu'un seul planning de réservation synchronisé avec l'ensemble des partenaires (site du prestataire, site de l'ADRT, site de l'OT, plateformes de vente en ligne type Booking, Airbnb...).

Un référent Elloha a été nommé à l'ADRT pour animer la démarche en partenariat avec les offices de tourisme et accompagner les partenaires dans leur transition numérique :

1. Evaluation des **besoins en formation** dans le département.
2. **Information et sensibilisation** des acteurs du tourisme.
3. Mise en place d'un **programme de formation** et d'outils d'accompagnement à la digitalisation de l'offre.
4. **Accompagnement personnalisé** des partenaires à l'utilisation de l'outil Elloha. En 2024, l'accent sera mis sur les activités de loisirs encore peu reservables sur internet.

Accompagnement

Offrir des solutions de commercialisation

Le service de réservation

Afin de **soutenir la mise en marché de l'offre touristique départementale**, l'ADRT met à profit son expérience dans la commercialisation des hébergements touristiques et propose un **service d'accompagnement à la commercialisation des locations saisonnières, gîtes et meublés**.

L'ADRT s'est dotée d'un outil de commercialisation professionnel, le logiciel SPI. Au-delà de la réservation, il s'agit d'offrir aux propriétaires un accompagnement complet dans **l'adaptation de leurs offres à la demande de la clientèle** pour améliorer leurs **performances économiques** et le taux de **fidélisation**.

1. Gestion des réservations

Création des annonces, référencement sur les sites de vente en ligne (Booking, Airbnb, Le Bon Coin...), contact client, réservation par téléphone ou en ligne, gestion des plannings et des contrats, règlement du séjour, suivi du dossier.

2. Conseil

Outils et conseils personnalisés pour accompagner la montée en gamme des offres locatives et augmenter leurs taux d'occupation : positionnement de l'offre par rapport au marché, politique tarifaire, offres promotionnelles, périodes d'ouverture, valorisation de l'hébergement...

3. Service client

Mise en place d'actions pour améliorer l'expérience client et promouvoir la découverte du Lot-et-Garonne : réalisation d'un livret d'accueil et mise en avant des offres touristiques à proximité, partenariat avec les conciergeries locales, services personnalisés...



ITINERANCE DOUCE

Structurer et accompagner le développement d'une offre d'activités de pleine nature, promouvoir la découverte des territoires par le slow tourisme.

La randonnée

La randonnée pédestre est l'un des atouts touristiques majeurs du tourisme en Lot-et-Garonne. Le département dispose de **450 itinéraires**, soit **5000 km** de sentiers balisés dont 4560 km de **boucles locales** et 432 km de chemins de **Grandes Randonnées**.

L'ensemble de cette **offre riche et variée est disponible gratuitement** sur le site rando.tourisme-lotetgaronne.com ainsi que sur les applications spécialisées, partenaires de l'ADRT (Cirkwi, IGN Rando, Ma Rando...).

Avec un réseau aussi dense et bien fréquenté, en particulier par les locaux, **l'enjeu pour les années à venir porte sur la valorisation touristique de ces itinéraires** et sur la création de séjours afin de cibler les clientèles de proximité.



Itinérance douce et activités de pleine nature

Incarner un positionnement slow tourisme

Structurer et valoriser l'offre de randonnée

443 boucles locales, 5 grands itinéraires : la richesse de l'offre de randonnée en Lot-et-Garonne témoigne de l'engagement de longue date du territoire en faveur du **slow tourisme**. Tous les ans de nouveaux itinéraires sont proposés. Beaucoup peuvent se pratiquer aussi bien à pied, qu'à VTT ou à cheval.

Tout en poursuivant la structuration du maillage territorial, **l'objectif de l'ADRT est de s'engager dans la mise en tourisme de ces itinéraires et la constitution d'une offre de courts-séjours** en lien avec sa stratégie de développement du tourisme durable.

1. Balisage en GR® de l'itinéraire interdépartemental Le Chemin d'Amadour (de Soulac à Rocamadour) qui devient un sentier de Grande Randonnée sous le nom de GR 81.

2. Création de 12 nouvelles boucles et modification d'une dizaine de parcours : analyse technique de la demande des communes, inventaire des chemins, reconnaissance du terrain, contrôle de l'intérêt touristique et de la faisabilité technique, balisage du sentier, création de la fiche et mise en ligne du circuit sur le site de l'ADRT et sur les applications dédiées à l'itinérance (IGN Rando, Ma Rando, Cirkwi, OutdoorActive...).

3. Appui technique à la création de séjours bas carbone et lancement d'une réflexion sur de nouveaux tracés permettant la connexion de boucles locales et la **constitution d'un réseau d'itinéraires de longueur intermédiaire pour des séjours de 2 à 5 jours**.

4. Maintien de la qualité des itinéraires, en partenariat avec le CDRP : suivi du réseau alerte et de l'entretien du balisage par le réseau des bénévoles.

5. Collaboration avec le Conseil départemental sur l'aménagement de boucles existantes inscrites au Plan départemental Espaces, Sites et Itinéraires.

6. Création d'un sentier accessible aux personnes à mobilité réduite.

Le cyclotourisme

Le Lot-et-Garonne est très **investi en faveur du tourisme à vélo**. Idéalement positionné au **carrefour de grands itinéraires structurants** (Canal des 2 Mers à Vélo, Scandibérique, Vallée du Lot à Vélo...), il dispose d'un bon maillage cyclable et d'une **offre variée** en phase avec les aspirations nouvelles des clientèles et enrichie par l'émergence du vélo à assistance à électrique.

Pour aller plus loin, exploiter pleinement le potentiel des aménagements réalisés et faire du Lot-et-Garonne une véritable **destination vélo**, l'ADRT a recruté un chargé de mission vélo afin de **coordonner et d'animer la filière** dans le département, **d'accompagner le développement de nouveaux équipement et services** et de poursuivre la **structuration des itinéraires** et la **création de boucles** pour garantir une **offre complète et une expérience client réussie**.



Itinérance douce et activités de pleine nature

Faire du Lot-et-Garonne une destination vélo

Coordonner et animer la filière vélo, accompagner les territoires sur l'ingénierie

L'itinérance à vélo est un atout fort du Lot-et-Garonne.

Les **6 grands itinéraires** qui le traversent sont interconnectés (Canal des 2 Mers à Vélo, Scandibérique, Vallée du Lot à Vélo, Véloroute de la vallée de la Baïse, Véloroute de la vallée du Dropt, So Vélo).

L'objectif est de **renforcer la coordination et les liens partenariaux** entre les différents acteurs afin de **poursuivre la structuration de l'offre vélo**, d'améliorer les services et de **consolider le maillage** en raccordant aux grandes véloroutes des **boucles locales** qui permettront d'irriguer le territoire et de **développer d'autres types de pratiques** : vélo loisir, cyclo sport, VTT...

1. Création de 2 **boucles interdépartementales** reliées aux grands itinéraires en partenariat avec le CRTNA et Gironde Tourisme.
2. Lancement d'un **club vélo** et pilotage d'un projet de création de **boucles locales** en partenariat avec les offices de tourisme et les intercommunalités.
3. Création d'un **tour du Lot-et-Garonne à vélo**.
4. **Accompagnement de la base VTT de Prayssas** labellisée FFC : appui en ingénierie, diagnostic terrain, recensement sentiers et infrastructures, inscription des 14 circuits au Plan départemental des espaces, sites et itinéraires.
5. Participation au groupe de travail sur l'accueil du **Tour de France** en Lot-et-Garonne.
6. Participation à la **Conférence nationale du tourisme à vélo** organisée par ADN Tourisme, France Vélo Tourisme et Vélo & Territoires les 12 et 13 juin à Grenoble.

Itinérance douce et activités de pleine nature

Faire du Lot-et-Garonne une destination vélo

Les grands itinéraires vélo

L'ADRT est impliquée et participe aux travaux des comités d'itinéraires des grandes véloroutes qui parcourent le Lot-et-Garonne. Elle valorise en parallèle ces itinéraires à travers ses outils de communication et sur les plateformes spécialisées.

1. Canal à 2 Mers à vélo - V80 (de Royan à Sète)

2 groupes de travail : promotion-communication et infrastructures-observatoire.

- Suivi et restitution de l'enquête de clientèle 2023- 2024.
- Présence au Salon Vélo in Paris du 27 au 29 avril.
- Participation à la création et à la mise à jour des outils de communication : carte vélo, production de contenus pour le site internet, réseaux sociaux, newsletter à destination des professionnels...

2. Scandibérique - EV3 (de la Norvège à St-Jacques de Compostelle)

2 groupes de travail : promotion-communication et infrastructures-observatoire

3. Vallée du Lot à Vélo - V86 (d'Aiguillon au Mont Lozère)

4 groupes de travail : promotion-marketing, services et qualification de l'offre, infrastructures et observatoire.

- Mise en œuvre des actions émanant des résultats de l'étude de positionnement marketing 2023. Création d'un groupe de travail avec les offices de tourisme concernés.
- Etude d'implantation des compteurs.
- Accompagnement au développement du jalonnement et de la signalétique.

4. Véloroute de la Vallée de la Baïse - V82 (de Barbaste à Lannemezan)

- Participation aux actions de communication : carte vélo, valorisation de l'itinéraire sur le site France Vélo Tourisme, reportage photos, réseaux sociaux.

Terra Aventura

L'application Terra Aventura ce sont **des chasses aux trésors gratuites pour les familles**, basées sur les principes du géocaching et qui allient **balade et découverte du patrimoine local**. Piloté par le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine, Terra Aventura rencontre un **succès toujours grandissant**, avec plus de 3 millions de joueurs à travers toute la région en 2023 .

L'ADRT est partenaire du CRTNA et **animateur du dispositif en Lot-et-Garonne**.

En 2023, le Lot-et-Garonne comptait **44 parcours** répartis sur l'ensemble du territoire. Ils ont rassemblé près de **190 000 joueurs** soit des retombées économiques estimées à plus **3,5 millions d'euros** pour le département.



Itinérance douce et activités de pleine nature

Favoriser le tourisme de proximité et la découverte du patrimoine

Animer le dispositif Terra Aventura en Lot-et-Garonne

Les chiffres 2023 dans le département :

- 44 parcours
- 186 700 joueurs au total soit une progression de +14% par rapport à 2022
- 1 nouveau parcours à Port-Sainte-Marie
- 1 parcours éphémère à Pinel-Hauterive qui a attiré 6 656 joueurs en 2 mois
- Plus de 3,5 millions d'euros de retombées économiques
- Top 4 des parcours les plus fréquentés en 2023 : Saint-Pastour, Pujols, Monflanquin, Villeréal.



- 1. Coordination et animation du dispositif** en lien avec le CRTNA et les offices de tourisme. Au vu du nombre important de parcours et du succès rencontré, l'ambition est avant tout de **maintenir une bonne qualité des parcours.**
- 2. Suivi et accompagnement** des nouvelles candidatures.
- 3.** Mise en place d'une animation Terra Aventura dans le cadre de l'événement **Bastides en Fête.**



PROMOTION

ET MARKETING

Renforcer la notoriété de la destination auprès des clientèles prioritaires, grand public et affaires. Conforter le positionnement du Lot-et-Garonne sur le slow tourisme.

La diffusion de l'offre

L'ADRT accompagne les professionnels du tourisme dans la **diffusion et la valorisation de leurs offres touristiques**.

Collecter, partager et organiser la diffusion d'une information complète, mise à jour et de qualité est le préalable indispensable à toute stratégie de promotion et de communication.

Pour informer les visiteurs et faciliter le parcours client des touristes en séjour comme des prospects, l'ADRT dispose de plusieurs **outils déployés dans le département dans le cadre d'une stratégie collective** et mutualisée avec les offices de tourisme.



Diffusion de l'offre touristique

Collecter, qualifier et optimiser la visibilité de l'information

Le Système d'Information Touristique SIRTAQUI

L'ADRT **gère et anime le Système d'Information Touristique (SIT)**, la base de données touristiques départementale. Le SIT Lot-et-Garonne fait partie du **réseau régional SIRTAQUI** piloté par le CRTNA.

Le SIT est à ce jour le principal outil pleinement mutualisé et partagé entre l'ADRT, l'ensemble des OT et les filières. Il rassemble plus d'une centaine d'utilisateurs dans le département.

Cette base de données partagée recense plus de 4000 offres en Lot-et-Garonne et permet leur diffusion sur de multiples supports : site internet de l'ADRT, des offices de tourisme, du CRTNA, applications, éditions papier... Elle **alimente également DATAtourisme**, la plateforme nationale des données touristiques en Opendata.

Enfin, au-delà du recensement et de la diffusion, le SIT possède un **module accueil** qui permet aux utilisateurs de **gérer la relation client** (statistiques d'accueil, enregistrement de données client, emailing...).

1. Formation et accompagnement des utilisateurs au paramétrage et à l'utilisation du **nouveau module accueil de Tourinsoft** : nouvelle ergonomie et nouvelles fonctionnalités de la GRC, notamment le **carnet de voyage** qui permet de répondre aux demandes de façon personnalisée.

2. Accompagnement à la création de sites en syndication avec la base de données (5 projets en 2024) : **ouverture et maintenance des flux de syndication**. L'ADRT assure l'interface technique entre le SIT et le site. Plus de 800 flux alimentent les sites internet des 11 offices de tourisme de Lot-et-Garonne.

3. Suivi de la qualité de la donnée et sa diffusion. En lien avec le positionnement slow tourisme de la destination, l'ADRT s'assure de la bonne visibilité de l'offre départementale sur les sites et applications d'activités de pleine nature : OutdoorActive, Cirkwi, Ma Rando, site internet du Chemin d'Amadour, France Vélo Tourisme...

4. Suivi des travaux du Cotech régional : évolution de la charte de réseau, intégration dans le SIT des données traduites en langue étrangère par DATAtourisme...

Diffusion de l'offre touristique

Moderniser les éditions et répondre à l'objectif de plus grande éco-responsabilité

Les éditions

En 2024, l'ADRT s'engage dans une démarche de **transition vers des éditions numériques** et renonce à l'impression de son magazine, coûteux et majoritairement diffusé en Lot-et-Garonne auprès des touristes déjà présents sur le territoire. Optimisation des cartes papier pour réduire le nombre d'impressions, création de brochures numériques, l'objectif de ce **virage vers la digitation des supports de communication** est multiple :

- Réduire les éditions papier afin de **diminuer l'impact environnemental** de l'impression et de l'envoi de brochures papier.
- Rendre l'accès à l'information touristique **plus rapide et plus facile**.
- **Cibler de nouveaux prospects et conquérir de nouvelles clientèles**.
- **Mieux animer la relation client** grâce au numérique et **collecter des statistiques** et des informations sur le profil des internautes et leurs centres d'intérêt, adapter la stratégie marketing en fonction de ces informations.

Fusion de la **carte touristique et carte vélo en un seul document recto-verso** : les points d'intérêts touristiques au recto et les grands itinéraires cyclo au verso. Cette solution permet en outre d'augmenter le tirage de la carte vélo dont la demande est en forte croissance.
Tirage : 60 000 exemplaires.

Création d'une collection de brochures numériques : les Vadrouilles. Un format carte pour inspirer et inciter à la découverte du territoire. Un support en phase avec les habitudes de consommation et qui s'intègre dans une stratégie globale de conquête de clientèle et de gestion de la relation client.

Participation à l'édition des **cartes cyclotouristiques des grands itinéraires vélo** : Canal des 2 Mers à Vélo, Vallée du Lot à Vélo, Véloroute de la Vallée de la Baïse.

Diffusion de l'offre touristique

Une journée pour échanger et se rencontrer

La Bourse départementale aux dépliant

Tous les ans, avant les vacances d'avril et le lancement de la saison touristique, l'ADRT organise la Bourse aux dépliant. Ce **rendez-vous professionnel** permet aux offices de tourisme et à l'ensemble des prestataires du Lot-et-Garonne et des territoires limitrophes de diffuser leurs brochures à travers tout le département et de s'approvisionner en documentation touristique pour la saison. Chaque édition **rassemble près d'une centaine d'exposants**, soit plus de 200 mètres linéaires de stand et plusieurs tonnes de documentation échangées.

En 2024, la Bourse aux Dépliant se tiendra le jeudi 9 avril dans l'Agenais, à Sérignac-sur-Garonne.

Si elle a un temps été adossée aux Rencontres du Tourisme, les deux événements seront dissociés cette année pour permettre aux Rencontres du Tourisme de se déployer sur une journée entière.

La Bourse aux dépliant répond à plusieurs objectifs :

- 1. Faciliter les échanges de documentation** entre l'ADRT, les offices de tourisme et les prestataires en permettant à chaque exposant de diffuser sa documentation touristique et à tous ceux qui accueillent du public (OT, hébergeurs, sites...) de se fournir en dépliant touristique.
- 2. Économiser les déplacements** dans le département et diminuer l'empreinte carbone de la filière en évitant les tournées de livraison.
- 3. Fédérer et rassembler les professionnels du tourisme** afin de **créer du lien**.
- 4. Améliorer la connaissance de l'offre** touristique et l'information aux vacanciers.
- 5. Permettre au territoire d'accueil de valoriser son offre** touristique en organisant des visites.

Diffusion de l'offre touristique

Faire rayonner les visiteurs à travers le département

Le point d'information touristique à Center Parcs

Depuis l'ouverture du Center Parcs en mai 2022, l'ADRT anime en binôme avec la Communauté des Communes des Coteaux et Landes de Gascogne le point d'information touristique départemental situé au cœur du domaine. Il a pour objectif **d'offrir aux clients un véritable conseil personnalisé afin de les inciter à découvrir l'offre touristique locale et départementale.**

En 2023, le point d'information a renseigné **2100 familles soit près de 7000 personnes**, françaises à 90% et majoritairement en provenance de Nouvelle-Aquitaine et d'Occitanie. Les demandes sont principalement centrées sur les activités de plein air suivies du patrimoine et de la gastronomie.

Les objectifs 2024 :

- 1. Animation du point d'information** : conseil en séjour, diffusion de brochures touristiques.
- 2.** A partir des principales demandes clients constatées depuis l'ouverture, **création de circuits de découverte libre à la journée.** Il s'agit de faciliter la recherche des clients en leur proposant des idées d'expériences correspondant à leur profil.
- 3.** Utilisation de **l'écran tactile** à la fois pour séduire et pour apporter une information ciblée qui réponde aux requêtes fréquentes des clients : événements, circuits découverte, incontournables, marchés...
- 4.** Renforcement des **liens de partenariat avec le Center Parcs**, notamment en ce qui concerne la communication sur les réseaux sociaux et l'accompagnement à la commercialisation d'offres à destination des comités d'entreprises.

La communication

Le Lot-et-Garonne dispose des atouts lui permettant de répondre aux aspirations nouvelles des clientèles. Cependant la diversité qui fait la richesse du département rend complexe la communication touristique car elle génère une pluralité de messages.

L'enjeu pour l'ADRT est de **clarifier le positionnement de la destination autour du slow tourisme** et de transformer l'hétérogénéité des atouts en **offres et en expériences touristiques** à valoriser auprès d'une clientèle plus ciblée, notamment de proximité.

Il s'agit pour cela de relever le défi du numérique et de **s'appuyer davantage sur les outils digitaux et le web marketing** à l'heure où près de 80% des touristes préparent leurs vacances sur internet.



Le digital au cœur de la stratégie

Une démarche d'amélioration en continu

Le site internet de destination

Le site internet de destination est au cœur de l'écosystème numérique de l'ADRT. C'est l'outil pivot de sa stratégie de **marketing digital**. Il est conçu pour informer l'internaute, l'inspirer, mais aussi lui faciliter la réservation et le fidéliser.

Son alimentation repose sur la base de données SIRTAQUI, avec plus de 4000 offres référencées mais aussi sur des contenus éditoriaux destinés à raconter la destination, son positionnement et ce qui fait la particularité de son offre.

L'ADRT est dans **une démarche d'amélioration continue de son site**. Une stratégie d'éditorialisation pour mieux refléter les points forts de la destination et des actions d'amélioration du référencement naturel et payant ont été mis en place en 2023. Tous les **indicateurs de performance, quantitatifs comme qualitatifs sont en progression avec des chiffres jamais atteints auparavant** (470 000 visites, 383 500 visiteurs uniques et 915 400 pages consultées).

1. Production de contenus éditoriaux sur le thème du slow tourisme. L'ADRT est accompagnée dans cette mission par l'agence Les Conteurs. Il s'agit d'élaborer un **récit marketing** visant à valoriser le positionnement de la destination, à incarner son offre touristique à travers la mise en avant de **séjours inspirationnels**, de lieux et d'activités incontournables. Les contenus produits permettent aussi d'améliorer le référencement naturel du site. Ils sont déclinés sur plusieurs supports (réseaux sociaux, newsletters, blog) afin de donner une cohérence à l'ensemble du discours et d'élargir l'audience.

2. Evolution de l'arborescence et des fonctionnalités du site pour améliorer le parcours du visiteur, la mise en avant de l'offre réservable en ligne et être en phase avec le récit marketing sur la destination.

3. Mise en place et pilotage de campagnes web payantes (achats de mots-clés, affichage publicitaire). Elles sont nécessaires pour cibler les clientèles prioritaires, maintenir la visibilité de la destination sur internet et augmenter le trafic vers le site. Ces campagnes sont ajustées en fonction des résultats obtenus en 2023 pour un meilleur ciblage des marchés et des messages.

4. Evolution et enrichissement de l'espace pro du site internet, afin de faire de ce centre de ressources l'outil incontournable des acteurs du tourisme et des porteurs de projet.

Le digital au cœur de la stratégie

Transformer les prospects en clients

La gestion de la relation client

La stratégie de gestion de la relation client est construite à partir et autour du site internet et de ses contenus éditoriaux. **Elle consiste à multiplier les points de contacts avec l'internaute afin de le convertir en prospect puis en client de la destination, et enfin à le fidéliser.**

L'ADRT s'est engagée dans cette démarche globale en 2022. L'objectif 2024 est de poursuivre cette stratégie et de continuer à **développer la base de données de prospects et de clients**. En 2023, 2100 personnes se sont inscrites à la newsletter de l'ADRT.

1. Collecte de la donnée. Collecter la donnée de l'internaute qui se renseigne sur le site internet en l'incitant, par le biais de pushes et de pop'in, à laisser son adresse email en échange d'un **contenu spécial à télécharger** : livre blanc sur la destination, nouvelles éditions numériques, inscription à la newsletter.

2. Animation de la relation avec cet internaute devenu prospect. Envoi à intervalle régulier d'une série **de mails automatisés** : présentation de la destination, incontournables, hébergements...

3. Production de newsletters grand public (8 par an) afin **d'inspirer les prospects et de fidéliser les clients**. Transformer l'offre en séjours inspirationnels, proposer des découvertes inattendues, valoriser les événements... Les newsletters renvoient vers les pages de contenus éditoriaux du site, elles visent en particulier les clientèles de proximité (moins de 3h de route), susceptibles de consommer des courts séjours et de désaisonnaliser l'activité touristique.

Le digital au cœur de la stratégie

Développer le marketing d'influence

Les réseaux sociaux

L'ADRT a recruté dans le courant de l'année 2023 **une chargée de communication digitale**, responsable de l'animation des différents comptes de l'agence sur les réseaux sociaux : Facebook, Instagram et LinkedIn.

Si les comptes professionnels s'inscrivent dans une démarche d'information des acteurs du tourisme, les comptes grand public sur Facebook (20 000 abonnés) et Instagram (7000 abonnés) visent à **développer la visibilité de la destination Lot-et-Garonne et de son offre touristique** sur ces médias devenus incontournables et à les intégrer dans la stratégie marketing.

1. Mise en place d'une **stratégie de contenus visant à conforter le positionnement sur le slow tourisme** du Lot-et-Garonne (intégration dans le calendrier éditorial de **rendez-vous récurrents** sur les thématiques fortes de la destination).

2. Consolidation et **visibilité de la marque de destination** « Lot-et-Garonne Aime » : intégrer la marque dans les contenus, mobiliser une communauté (notamment de locaux) autour de cette marque.

3. **Développement des contenus vidéos**, en adéquation avec l'évolution de la demande.

4. Mise en place de **campagnes publicitaires de notoriété** : posts sponsorisés, carrousels, jeux concours...

5. **Animation de l'écosystème digital** : créer des interactions entre les réseaux sociaux, les pages contenus du site internet et les newsletters.

6. **Animation d'un groupe de travail avec les offices de tourisme** en vue de mutualiser certaines actions (campagnes publicitaires, accueils d'influenceurs...) et d'harmoniser les calendriers éditoriaux.

7. **Développement des accueils d'influenceurs et des partenariats avec des créateurs de contenus.** 2 types d'objectifs : rendre le Lot-et-Garonne visible auprès de leurs communautés, utiliser leurs contenus sur nos outils digitaux. Concentrer les efforts sur les partenariats avec le CRTNA et sa démarche de valorisation du tourisme durable, sur la production de contenus inspirants avec des influenceurs spécialisés dans le slow tourisme, et sur le tourisme de proximité avec des influenceurs locaux.

Le digital au cœur de la stratégie

Renforcer la notoriété du Lot-et-Garonne, faire émerger son positionnement et sa marque

Le plan média

Qu'il soit digital ou print, le plan de communication répond à 2 objectifs :

- Accroître la visibilité de la destination : **moderniser l'image et affirmer un positionnement slow tourisme.**
- Générer des retombées économiques avec la **mise en avant d'offres touristiques inspirantes.**

Il se concentre sur les **marchés prioritaires** de l'ADRT (Nouvelle-Aquitaine, Occitanie et Ile de France). Certaines actions web ciblent également les marchés secondaires définis en fonction des retours obtenus lors des campagnes précédentes (Hauts de France, Pays de la Loire, Auvergne Rhône Alpes, PACA).

Si le plan média utilise plusieurs canaux complémentaires : **insertions presse, partenariats radio, campagne web, accueils presse... le digital est désormais privilégié** car il permet la mise en place d'actions ciblées et plus facilement mesurables.

1. Mise en place d'une **communication multicanale sur la région bordelaise et toulousaine** afin de conforter la légitimité du Lot-et-Garonne sur le **tourisme de proximité.**

2. Partenariat avec le CRTNA sur des campagnes digitales nationales et régionales permettant de valoriser une offre de séjours bas carbone : OutdoorActive, Sud-Ouest... ainsi que sur l'accueil d'influenceurs et de journalistes. En 2024, l'ADRT souhaite s'inscrire dans une plus grande mutualisation avec le CRT afin **d'agir en cohérence et en complémentarité avec l'échelon régional** et de démultiplier la visibilité des actions.

3. Mise en place d'un **plan de communication local** afin de valoriser l'offre touristique et événementielle départementale auprès des habitants et des départements limitrophes.

4. Consolidation de la **présence de la marque de destination Lot-et-Garonne Aime** (présence dans les médias, sur internet, affichage, goodies...). En 2024, l'ADRT va notamment retravailler **l'habillage de l'espace Lot-et-Garonne à Walygator.**

5. Valorisation de l'image de la destination à travers **la gestion et l'animation de la médiathèque** Destination Lot-et-Garonne et la **réalisation de reportages photos.**

Promotion

Des salons thématiques pour toucher un public ciblé

Les salons grand public

Si l'ADRT a fait le choix d'utiliser en priorité l'outil digital et le web marketing pour promouvoir la destination, elle maintient sa participation à de grands **salons thématiques qui permettent de toucher une clientèle ciblée, en lien avec son positionnement** : le vélo, la randonnée et les produits du terroir.

La gastronomie et le vin font partie des motivations fortes des touristes en Lot-et-Garonne, cités par 26% des sondés lors de la dernière enquête BVA du CRT.

Salon International de l'Agriculture

24 février au 4 mars à Paris

Le Salon International de l'Agriculture est l'événement agricole français de référence avec plus de 600 000 visiteurs. L'ADRT sera présente sur le stand du Conseil départemental, une vitrine de 45m2 pour promouvoir les atouts du Lot-et-Garonne.

Salon du Randonneur

22 au 24 mars à Lyon

Le Salon du Randonneur s'adresse aux pratiquants de randonnée à pied, à vélo ou à cheval. L'ADRT sera présente sur le stand du nouveau GR81, le Chemin d'Amadour avec les départements du Lot, de la Dordogne et de la Gironde.

Vélo in Paris

24 au 27 avril à Paris

Le Salon Vélo in Paris est un événement annuel qui célèbre la culture du vélo. Le Lot-et-Garonne sera présent sur le stand dédié au Canal des 2 mers à Vélo. L'opportunité de présenter l'offre cyclotouristique départementale à un public de passionnés.

Salon des Agricultures de Provence

31 mai au 2 juin à Salon-de-Provence

En 2024, le Lot-et-Garonne est le département hôte d'honneur de ce salon qui accueille 65 000 visiteurs. L'ADRT animera et coordonnera un espace de 150 m2 fédérant tourisme et produits emblématiques du Lot-et-Garonne avec les filières agricoles, des producteurs et un espace dégustation.

Promotion

Promouvoir le Lot-et-Garonne à l'étranger

Le contrat de destination Gers • Lot-et-Garonne • Tarn-et-Garonne

Le Lot-et-Garonne seul n'est pas une destination pertinente sur les marchés étrangers. En revanche, avec le Gers et le Tarn-et-Garonne il forme un ensemble touristique identitaire et cohérent, **une marque « Sud-Ouest » reconnue à l'international.**

L'objet de **l'accord cadre signé le 13 décembre 2023** entre les 3 départements, Atout France et les CRT Nouvelle-Aquitaine et Occitanie est de mutualiser des moyens et de favoriser une meilleure performance marketing d'une **destination porteuse de sens sur les marchés étrangers ciblés.**

Objectifs 2024 :

1. Définir une **stratégie et un plan d'actions sur 3 ans** sur les marchés jugés prioritaires : **Angleterre, Espagne, Belgique.** Les actions peuvent comprendre des campagnes digitales, des accueils presse ou d'influenceurs, la participation à des workshops ou des salons professionnels.
2. **Développer des outils de communication en anglais et en espagnol** sur la « destination Sud-Ouest » (créer un site dédié).
3. Valoriser à travers les actions choisies **l'offre de slow tourisme et d'itinérance douce** (tourisme fluvial et cyclotourisme en particulier).

La commercialisation

En plus de son **service de réservation** et de sa **plateforme de vente en ligne Elloha**, le pôle commercial de l'ADRT intervient sur la production et la **commercialisation de séjours groupes et individuels** ainsi que sur l'organisation d'événements et de congrès et sur la valorisation du **tourisme d'affaires** dans le département.

Il y a un véritable enjeu pour le Lot-et-Garonne à se **positionner sur ces filières, et notamment le tourisme d'affaires**, car sa situation géographique à mi-chemin entre Bordeaux et Toulouse et son accessibilité lui confèrent un atout majeur en matière de **tourisme de proximité**. Il dispose des équipements (centre de congrès, salles de séminaires...) et des hébergements nécessaires au **développement d'une offre MICE à taille humaine**, en adéquation avec les mutations d'un secteur qui évolue et recherche des solutions plus proches, plus durables et plus authentiques.



Séjours groupes et individuels

Dynamiser les ailes de saison

Concevoir et commercialiser des produits packagés

L'ADRT produit et commercialise des séjours packagés pour la clientèle groupe et individuelle. Il s'agit d'offres spécifiques, axées sur les grands atouts de la destination (patrimoine, gastronomie, cyclotourisme...) et sur les ailes de saison, permettant **un allongement de la saison touristique mais aussi le développement d'une offre de tourisme social et solidaire.**

1. Séjours individuels

- **Commercialisation de séjours à vélo** en partenariat avec une agence de voyage spécialisée. 8 séjours sont actuellement commercialisés. L'objectif est de poursuivre le développement de cette offre qui **attire une clientèle de niche, souvent internationale.**

- En partenariat avec le CRTNA, **élaboration d'un éducteur en amont du workshop « Rendez-vous en France »**. Accueil au mois de mars de **10 tour-opérateurs** sur le thème du slow tourisme.

- **Conception de produits inspirationnels bas carbone.** sont conçus pour **inspirer les clientèles urbaines de proximité** en quête de déconnexion.

2. Séjours groupes

- Poursuite de la **démarche entamée en 2022 en partenariat avec les offices de tourisme de construction et de valorisation d'une offre complète de produits groupes** auprès d'une cible d'autocaristes, voyageurs, entreprises, associations... principalement dans le grand Sud-Ouest.

- **Participation au club « Destination Groupes » d'ADN Tourisme et à des workshops thématiques** : salon « Le Printemps des voyages » de l'agence de voyages Ruban Bleu en janvier à Rodez ; workshop d'ADN Tourisme « Destinations groupes du Sud de la France » en février à Montauban.

- **Mise en place d'actions de prospection** : achat de fichiers, envoi régulier de newsletters, publications sur les réseaux sociaux...

Développer une offre MICE de proximité

Positionner le Lot-et-Garonne sur le marché du tourisme d'affaires

Le service commercial de l'ADRT dispose d'une longue expérience dans **l'organisation d'événements d'entreprises et de congrès**. Il peut s'agir d'événements d'envergure nationale ou régionale mais aussi de structures locales qui font appel à ses services pour l'organisation de leurs événements internes.

La tendance du MICE s'oriente vers des événements plus éco-responsables, moins coûteux, une volonté plus grande de favoriser la proximité, l'authenticité et l'originalité. Situé entre 2 grandes métropoles, le Lot-et-Garonne dispose de tous les atouts pour y répondre. **La structuration et le développement d'une offre de tourisme d'affaires tout au long de l'année est un véritable enjeu pour la destination.**

1. Déploiement du nouvel outil de gestion de congrès de l'ADRT.

Ce module de la plateforme Elloha permet aux congressistes de réserver et de payer en ligne l'ensemble des services composant la manifestation (hébergement, transports, ateliers, repas, frais d'inscription...). Mise en place d'un partenariat avec Agen Agora et l'office de tourisme Destination Agen.

2. **Participation à l'éductour MICE organisé par le CRTNA** en fin d'année : découverte des offres innovantes et éco-responsables.

3. **Mise en place d'actions de prospection visant à conforter la position du Lot-et-Garonne sur le marché du tourisme d'affaires** et la place de l'ADRT comme portée d'entrée : création d'une page dédiée sur le site du CRTNA, achat de fichiers d'agences événementielles en Nouvelle-Aquitaine et Occitanie, envoi de newsletters spécifiques...

4. **Organisation d'événements** : centrale de réservation hôtelière, transports, équipement de salles, service traiteur, logistique ou gestion complète de l'événement selon les demande (salon régional Wendel, AG départementale du Crédit Mutuel...).

Bastides en fête

L'offre culturelle et patrimoniale est un des atouts majeurs du Lot-et-Garonne. Mais cette offre, répartie à travers tout le territoire demande à être fédérée, mise en réseau pour être plus lisible dans un environnement régional très concurrentiel.

Le Lot-et-Garonne est le **département de Nouvelle-Aquitaine qui abrite le plus de bastides** : 38 villes et villages au total qui font la singularité de la destination et jouent un rôle essentiel dans son attractivité touristique.

Pour **mettre en lumière la richesse de ce patrimoine identitaire** et le valoriser au niveau départemental, l'ADRT organise, les 19 et 20 octobre, la première édition de **Bastides en Fête, un événement grand public** destiné à proposer une animation forte à l'occasion des vacances d'automne et à attirer un public régional, de Nouvelle-Aquitaine et d'Occitanie.



Événementiel

Proposer un événement fédérateur et identitaire

Bastides en Fête

Fondées entre le 13^e et le 15^e siècle, les bastides sont **un concentré de l'art de vivre en Lot-et-Garonne**, des joyaux architecturaux font partie intégrante de l'image touristique du département. L'organisation d'un événement départemental sur le thème des bastides répond à plusieurs objectifs :

- **Valoriser le Lot-et-Garonne** à travers un élément fort à la fois constitutif de son identité touristique et différenciant. Générer des retombées médiatiques et économiques sur l'ensemble du territoire.
- **Animer le Lot-et-Garonne à travers un événement fédérateur, familial et convivial, destiné à attirer un public régional.** Proposer un événement grand public en dehors de la période estivale, pour le lancement des vacances d'automne (congés scolaires communs à toutes les académies).
- **Fédérer et favoriser la mise en réseau des différents sites mais aussi des filières** par la mise en place d'animations variées, culturelles, patrimoniales, artisanales, gastronomiques, sportives...

1. Organisation générale de l'événement et coordination des partenaires. 25 bastides, parmi les plus importantes du département participeront à cette première édition et proposeront différentes animations.

2. Mise en place de 4 grandes chasses aux trésors sur l'ensemble du territoire, « Les intrigues dans les bastides », ainsi qu'une **animation spéciale du jeu Terra Aventura**. Ces chasses aux trésors sont le **fil rouge de l'événement**. Elles permettent de favoriser la mise en réseau des différents sites et d'inciter les visiteurs à rayonner à travers tout le Lot-et-Garonne.

3. Mise en place d'un site web dédié à l'événement et d'un plan de communication afin de toucher une clientèle locale et régionale, ainsi que les touristes en séjour.



TOUTES NOS INFOS ET ACTUS PROS SUR
<https://pro.tourisme-lotetgaronne.com>

TOURISME LOT-ET-GARONNE

Une équipe au service du développement et de la promotion touristique du Lot-et-Garonne

TOURISME LOT-ET-GARONNE

Agence de développement et de réservation touristique

