



Rapport d'activités 2024

Tourisme Lot-et-Garonne



1

VIE STATUTAIRE

1 Assemblée Générale – 3 réunions de Bureau

2

RESSOURCES HUMAINES

Départ en retraite de Monsieur Didier FAVRE le 30 Janvier 2024

3

DEMEMAGEMENT DE L'ADRT A L'AGROPOLE

Travaux d'agencement

Déménagement le 25 septembre

Inauguration le 2 décembre 2024

4

TEMPS FORTS

Tour de France, Salon des Agricultures de Provence, Bourse aux dépliants, Bastides en Fête, Rencontres pros du tourisme



Jérôme....

INGENIERIE & ACCOMPAGNEMENT

DES SERVICES POUR CONSEILLER, ACCOMPAGNER, FAVORISER LA QUALITE ET LE DEVELOPPEMENT D'UN TOURISME DURABLE



OBERVATION

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.

3 notes de conjoncture sont produites dans l'année : avant-saison, saison estivale et arrière-saison. Ces notes réalisées notamment avec les données de l'enquête de conjoncture du CRTNA sont déposées sur l'espace pro et mises en ligne sur les réseaux sociaux professionnels de l'ADRT.

1 bilan de saison et memento du tourisme

Réalisation d'1 memento du tourisme qui recense de manière synthétique les chiffres clés du tourisme .
Réalisation et diffusion d'1 bilan complet de saison au printemps à partir des données consolidées de l'année N-1.

Tourisme Lot-et-Garonne accompagne le CRTNA dans la réalisation de la grande enquête de clientèle en Nouvelle-Aquitaine menée en collaboration avec BVA.

Action mutualisée avec les Offices de Tourisme pour l'acquisition de nouveaux outils d'observation :

Lighthouse

Flux Vision Orange

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.



QUALIFICATION DE L'OFFRE

LE CLASSEMENT DES MEUBLES



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.

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.

150 meublés de tourisme ont été classés en Lot-et-Garonne en 2024 (+23%), dont 97 par Tourisme Lot-et-Garonne.

En 2024, l'ADRT :

- A informé et sensibilisé les 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.
- A sensibilisé les propriétaires des évolutions réglementaires.
- A conseillé et accompagné au classement et à son renouvellement:

En effectuant: 64 journées de visite terrain.

- Suit au quotidien le parc, mise à jour, création des offres dans la base de données
- A classé 97 meublés (vs 80 en 2023):

En 8 mois, autant de meublés classés que sur l'année 2023.

Recettes 2024: 13 740€ (vs 10 000€ en 2023)

- Constat: une montée du niveau de qualité: 50% 3* - 22% 4* - 19% en 2*

QUALIFICATION 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.

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

Fin 2024, le Lot-et-Garonne comptait 63 prestations labellisées.

En 2024, l'ADRT :

- A pris la présidence de la commission régionale d'évaluation et l'organisation des 3 commissions annuelles et a organisé 2 commissions : le 21 mars 2024 et le 25 juin 2024
- A réalisé 20 évaluations (10 en 2023)

ACOMPAGNEMENT

En 2024, l'ADRT a renforcé la mission d'accompagnement et affirmé 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.



OFFICES
DE
TOURISME

LE DISPOSITIF REGIONAL ACTT



RÉGION
**Nouvelle-
Aquitaine**

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 retenu par la Région en mars 2024

En 2024:

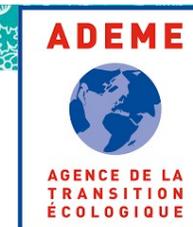
- De janvier à Juillet 2024: construction du plan d'actions et priorisation des actions dont l'accompagnement et la formation des référents Tourisme Durable.
- Démarrage des sessions d'accompagnement et de formation des référents tourisme durable des Offices de Tourisme et de l'ADRT en octobre 2024



24 000€

Opération financée à 50% par la Région

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 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.

Objectif: 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 :

- A organisé le 14/5/2024 une rencontre « Tourisme Durable »: Intervention de Raphael CHANNELIERE – ADEME : Comment le tourisme peut il s'adapter au changement climatique
- A réalisé des actions de promotion et de communication:
 - 2 Newsletters à destination des intercommunalités, offices de tourisme, filières et des Prestataires hébergeurs (1965 destinataires=
 - Post FACEBOOK : Post le 8 février 2024 : bilan FTD en Lot et Garonne
 - Réalisation et diffusion d'une vidéo : « présentation du FTD avec témoignage d'un bénéficiaire
- A accompagné 2 bénéficiaires
- A animé un atelier durant les Rencontres Pros du Tourisme le 2 décembre : « Le Tourisme Durable...Je commence par quoi ? »

FACILITER LE PARCOURS DU PORTEUR DE PROJET

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).

En 2024, l'ADRT :

- A alimenté le site pro de l'ADRT afin d'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...
- A renforcé les liens et la coordination avec l'ensemble des financeurs et structures impliquées dans l'accompagnement de projets touristiques au niveau départemental.
- A émis 5 avis portant sur les aides départementales



ACOMPAGNEMENT DES PRESTATAIRES A LA MISE EN MARCHÉ ET A LA COMMERCIALISATION EN LIGNE

En 2024, l'ADRT a renforcé la mission d'accompagnement et affirmé 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.

L'OUTIL ELLOHA ET LA DIGITALISATION DE L'OFFRE

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.

- 6 788 contrats (+ 1205 contrats vs 2023)
- 880 comptes



679 836 € (Volume d'affaires)

Augmentation de 194 400 € de volume d'affaire environ + 40 %

LE SERVICE RESERVATION

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.

En 2024:

- 250 contrats de réservation (vs 275)
- Représentant 2238 nuitées (2790)

Volume d'affaires:



226 000€





ITINERANCE DOUCE

RANDONNEE PEDESTRE

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.

En 2024, l'ADRT :

- A participé aux différentes comités techniques et de pilotage du chemin interdépartemental Le Chemin d'Amadour (de Soulac à Rocamadour) qui devient un sentier de Grande Randonnée sous le nom de GR 81
- A participé au Salon de la Randonnée à Lyon les 21, 22 et 23 mars.
- A modifié 30 boucles et 80 fiches.
- **Poursuit son 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.**
- 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.
- **Collabore avec le Conseil départemental sur l'aménagement de boucles existantes inscrites au Plan départemental Espaces, Sites et Itinéraires.**
- **Développe la visibilité de la filière rando via internet, les newsletters et applications (cf Volet communication)**

FILIERE VELO

Coordonner, animer et accompagner les territoires

Le vélo est un atout fort du Lot-et-Garonne: itinérance, sport, loisir...

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, gravel...

En 2024, l'ADRT a :

- Coordonné le groupe de travail sur l'accueil du Tour de France en Lot-et-Garonne (promotion, communication, stand sur le Village Départ).
- Participé activement aux Comités d'Itinéraires (cotech et copil) : Canal des 2 Mers à vélo; véloroute de la Baïse; Scandibérique; Vallée du Lot à Vélo.
- En collaboration avec Gironde Tourisme, a structuré une offre dans le cadre du projet « Boucles interdépartementales » du CRTNA
- Participé 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.
- Renforcé la visibilité de la filière vélo via internet, les newsletters et des applications (cf Volet communication)
- Soutenu et accompagné techniquement les territoires pour renouveler et développer des offres ciblées: cyclotourisme, VTT (exemple : CAGV)
- Accompagné le CD47 sur les phases de diagnostic et de recensement pour l'inscription du Site VTT FFC Entre Lot et Garonne au PDSIE
- Accompagné les porteurs de projets, publics et privés, qui sollicitent le fond ADEME « Développer le vélotourisme »
- Réalisé des notes d'opportunité touristique pour Roc Park Association, TocToc Vélo, etc

FILIERE VELO

LE LABEL ACCUEIL VELO



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 l'unique animateur et référent de la marque en Lot-et-Garonne.

Fin 2024, le département comptait 105 prestations labellisées pour 79 structures.

En 2024, l'ADRT :

- **A participé à la dynamique nationale en assistant à 3 séminaires nationaux Accueil Vélo des animateurs et référents (avril, juin et octobre 2024).**
- **A participé aux travaux du nouveau référentiel Accueil Vélo 2025 (enquête des référents, séminaires),**
- **A renforcé l'animation de réseau autour de la marque dans le département.**
- **A participé au développement de 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.**
- **A accompagné 12 renouvellements d'offre Accueil Vélo.**
- **A attribué le label à 4 nouvelles structures touristiques.**

TERRA AVENTURA

Favoriser le tourisme de proximité et la découverte du patrimoine: animer le dispositif TERRA AVENTURA

EN 2024:

44 PARCOURS

178000 JOUEURS

**3,5 M€ de retombées
économiques**

En 2024, l'ADRT :

- **A Coordonné et animé le dispositif en lien avec le CRTNA et les offices de tourisme.**
- **A suivi et accompagné 2 nouvelles candidatures (Laplume , Villeneuve sur Lot)**

Depuis l'ouverture cet été, 3340 personnes (Laplume) et 4270 personnes (Villeneuve sur Lot) ont participé aux 2 nouveaux Terra.

- **A mis en œuvre une animation Terra Aventura dans le cadre de l'événement Bastides en Fête.**



Marketing – communication Tourisme Lot-et-Garonne

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

1

Campagnes sur des plateformes numériques spécialisées. Campagne Google Ads. Marché France.

Outdooractive, Chilowé, Sud-Ouest, Toulouscope, Actu.fr

2

Accueil d'influenceurs & réseaux sociaux, production de contenus immersifs. Marché France.

Les Michmich en Vadrouille, Un Monde à Vélo, Florin de France, Regards Croisés, Agence Eliette, Les Conteurs...

3

Contrat de destination "Sud-Ouest Authentique". Marchés étrangers.

Contrat de Territoire avec Atout France, le CRTNA, le CRTLO, le Gers et le Tarn-et-Garonne pour la promotion d'une destination "Sud-Ouest Authentique" en Espagne et GB.

4

Salons et événements

Salon de l' Agriculture, Vélo In Paris, Salon du Randonneur de Lyon, Bourse aux dépliants, Salon des Agricultures de Salon de Provence, Forum des Jeunes Médecins, Congrès des Maires, Bastides en Fête



Outdooractive

Campagne Nouvelle-Aquitaine 2024



outdooractive

Outdooractive est un site et une application dédiée aux activités de plein air pour découvrir et planifier des itinéraires rando, vélo et VTT en Europe.

1,1 millions d'utilisateurs en France.

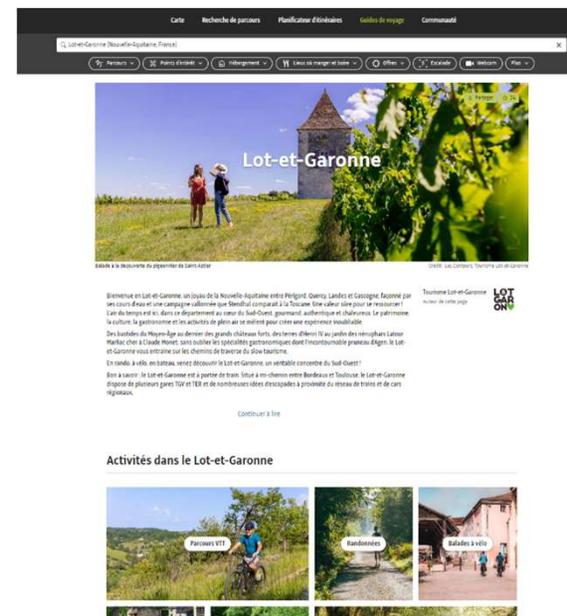
Tourisme Lot-et-Garonne est partenaire de la campagne 2024 du CRTNA avec Gironde Tourisme et le PNR Landes de Gascogne. Cible : France, clientèle de proximité.

➔ Refonte du guide de voyage Lot-et-Garonne

Le guide de voyage Lot-et-Garonne sur Outdooractive a été entièrement revu ainsi que les pages d'activités, vélo, rando, et VTT.

De nouveaux itinéraires, contenus textuels et visuels ont été intégrés.

L'accent a été mis sur les circuits en écomobilité et les points d'intérêt touristiques (services, nature, patrimoine...).



Outdooractive

Campagne Nouvelle-Aquitaine 2024

➔ Dispositif et résultats de la campagne

Une campagne en 2 volets : printemps sur la thématique du tourisme durable et septembre sur la thématique de la gastronomie et de l'oenotourisme.

→ 3533 pages consultées sur le guide et les pages d'activités du Lot-et-Garonne.

1 Site internet et application Outdooractive

Pushes ciblés pour promouvoir la destination.

2 Newsletters

2 newsletters "best of" envoyées à 240 000 abonnés en mars et en août.

→ 128 546 lectures.

3 Réseaux sociaux

Facebook : 45000 followers. Instagram : 19000 followers.

2 posts Facebook et Instagram en mars et en août dédiés au Lot-et-Garonne.

4. Lot-et-Garonne



© TeddyVerneuil_Lestroz

En **Lot-et-Garonne**, c'est tout un esprit et un art de vivre qui vous attendent : des paysages changeants entre Périgord, Quercy, Landes et Gascogne, des produits locaux, des goûts à foison et un patrimoine varié.

Le durable est dans notre ADN. Ici, la nature est partout. Elle est plurielle et nous avons à cœur de la protéger tout comme nous souhaitons préserver la convivialité et l'authenticité qui font la richesse de notre territoire.

A pied, à vélo, à VTT ou même sur l'eau, toutes les activités itinérantes qu'elles soient douces, contemplatives ou sportives sont des occasions de voyager à travers les époques, de conjuguer grands espaces et itinéraires bucoliques, découvertes culturelles et gourmandes.

Un tourisme comme on aime : plus vert, plus slow, plus beau !

Explorez une destination engagée par nature





Toulooscope

Campagne ciblée sur les Toulousains actifs et les familles



Toulooscope est une application et un guide en ligne des sorties et des loisirs centrés sur Toulouse et sa région. La plateforme attire entre 120 000 et 140 000 visiteurs uniques par mois. Elle touche les actifs de 25 à 50 ans, urbains et péri-urbains. Sa newsletter hebdomadaire est envoyée à plus de 13000 abonnés avec un taux d'ouverture entre 45 et 50%.

Promotion multicanale : articles en ligne, réseaux sociaux, newsletter, insertion dans le magazine print

➔ Eté

Juin

- Article dédié : **“Terre de vélo, découvrez le Lot-et-Garonne à l’occasion du Tour de France”**.
- Relais de l’article dans la newsletter.
- Campagne META d’une semaine sur les réseaux sociaux relayant l’article.

Juillet

- Insertion d’un article sur « **La route des Plus Beaux Villages de France en Lot-et-Garonne** » dans « Le top des balades autour de Toulouse ».
- Article publi-rédactionnel dans le magazine.

Août

- Article dédié : **“5 activités insolites à découvrir dans le Lot-et-Garonne”**.
- Campagne META d’une semaine sur les réseaux sociaux relayant l’article.

Toulooscope

Campagne ciblée sur les Toulousains actifs et les familles

→ Automne

Septembre

- Article dédié : « **Bastides en Fête : Une grande célébration médiévale au Coeur du Lot-et-Garonne du 18 au 20 octobre** ».

Octobre

- Article dédié : « **Lot-et-Garonne : des activités insolites à découvrir** ».
- Relais de l'article dans la newsletter
- Article publi-rédactionnel dans le magazine

The screenshot displays the Toulooscope website interface. At the top, the logo 'TOULOUSCOPE Le site guide des Toulousains' is visible. The main navigation bar includes 'ACCUEIL' and 'S'ÉVADER'. The central content area features several articles:

- S'évader**: A large aerial photograph of a village with a red bookmark icon in the top left corner.
- Monflanquin, l'un des plus beaux villages de France**: A caption for the village photo, credited to 'Teddy Verneuil Lezbroz'.
- TERRE DE VÉLO, PAYSAGES FAÇONNÉS PAR DES COURS D'EAU ET MONUMENTS INCROYABLES, LE LOT-ET-GARONNE À DÉCOUVRIR À L'OCCASION DU TOUR DE FRANCE**: A headline for an article about cycling routes, dated 'Mis à jour le vendredi 14 juin 2024 par Pauline Boucher'.
- LOT-ET-GARONNE : 5 ACTIVITÉS INSOLITES À DÉCOUVRIR**: A headline for an article about unique activities, dated 'Mis à jour le jeudi 25 juillet 2024 par Maria Lebrun'.
- UNE RANDONNÉE LUDIQUE AU PATRIMOINE**: A headline for an article about a fun hike, dated '22 juin 2024'.

At the bottom, there is a social media share section for the 'BASTIDES EN FÊTE' article, showing 556 likes, 2 comments, and 49 shares. The article text mentions the 'Bastides en Fête' festival from October 18-20, 2024, in Bastides-en-Fénelon.

Sud-Ouest

Campagne Nouvelle-Aquitaine 2024



Sud-Ouest est le premier média régional en Nouvelle-Aquitaine. 30% de la population locale lit les titres papier et les sites du groupe cumulent **150 millions de pages vues par mois**. Tourisme Lot-et-Garonne est partenaire de la campagne Nouvelle-Aquitaine 2024 visant à **valoriser et les séjours bas carbone auprès d'une cible néo-aquitaine** qui consomme des séjours de proximité.

➔ Dispositif média

1 format long sur le site Sud-Ouest.fr.
Article dédié au slow tourisme Lot-et-Garonne avec la mise en avant de 3 séjours bas carbone : Albrésienne, Route des Plus Beaux Villages de France et séjours Evasion sportive entre Garonne et Canal.

Réalisation de 2 capsules vidéo.
Vidéos social média destinées à valoriser les séjours bas carbone : Albrésienne en partenariat avec l'OT d'Albret et Route des Plus Beaux Villages de France.

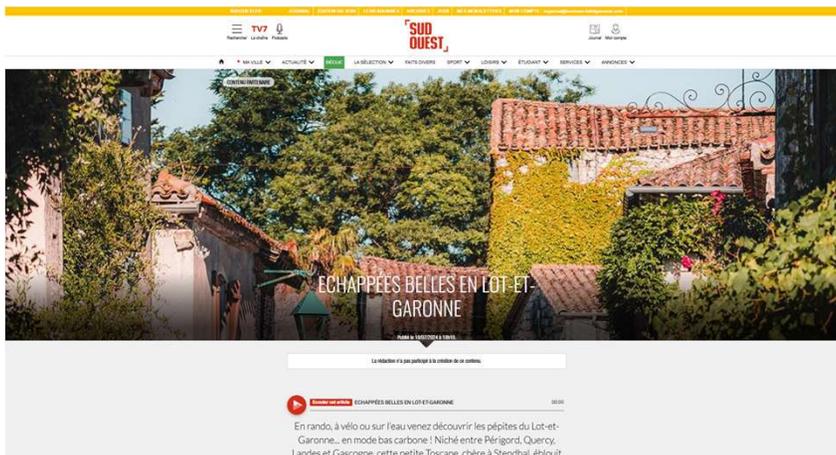
Posts Facebook co-brandés.
2 posts Facebook de promotion des capsules vidéos sur la page Sud-Ouest avec mention du partenariat.



Sud-Ouest

Campagne Nouvelle-Aquitaine 2024

Format long – publication en juillet



Capsules vidéo



Actu.fr

Toulouse et Bordeaux



Actu.fr est une plateforme d'information de proximité. Elle enregistre 3,3 millions de visites par mois et 88 700 abonnés Facebook en Gironde et 6,9 millions de visites par mois et 293 000 abonnés à la page Facebook en Haute-Garonne. Ciblage de la campagne : au cœur de l'été, **clientèle de proximité qui consomme des loisirs** à la journée et des courts-séjours.

➔ Dispositif

Article sponsorisé multi annonceurs sur les sites Actu Toulouse et Actu Bordeaux et publications sponsorisées pendant 1 semaine sur les pages Facebook Actu Bordeaux, Actu Toulouse, Le Républicain Lot-et-Garonne et Le Républicain Sud-Gironde.

- ➊ Du 2 au 9 juillet : Le Tour de France en Lot-et-Garonne
- ➋ Du 29 juillet au 4 août : La Route des Plus Beaux Villages de France en Lot-et-Garonne

Actu.fr

Toulouse et Bordeaux



6 bonnes adresses pour passer une journée inoubliable en Lot-et-Garonne !
Que ce soit le Tour de France qui vous conduise sur les chemins de notre beau département du Lot-et-Garonne ou fennie de vous mettre au vert, ne manquez pas ces 6 rendez-vous !

Sponsorisé par Les annonceurs liés



Dernières actualités

Une vie d'ouest au genre de manger mangouste avec la tradition de France de découvrir plus de Bordeaux

Après 60 ans sans permission de Noël, elle est interdite de retour alors de Chary à Bordeaux

Un coureur perd le vie pendant les 10 km des quai de Bordeaux

Trouvez une perle fabuleuse 430 km à la circulation au nord de Bordeaux

À Bordeaux, la nuit est une case à, et non se rendre pas une partie d'été

Un jeune homme est mort en sautant du pont d'Espagne

voir plus

Voilà comment pourrait s'articuler votre journée type.

La matinée sera consacrée à la visite du château de Duras où il n'y a pas d'écume dans une des salles du château. Le déjeuner au XIII clochers situé à Monteton, à quelques pas de Duras, vous offrira depuis sa terrasse une vue imprenable sur la vallée et ses 12 clochers.

Puis, direction Casteljaloux pour poursuivre la journée par un peu d'activités.

Mais avant une pause à l'impasse, à Virazet, à la Maison Serge Poletto dédiée aux spécialités de cuisine de Sud-Ouest. Puis direction les merveilles aquatiques de Dupas-Puis Park qui regaleront à coup sûr petits et grands de 6 à 77 ans. Et enfin, après cette journée bien remplie, rendez-vous aux Bains de Casteljaloux pour un moment de détente et volupté.

Le Tour de France s'invite en Lot-et-Garonne les 11 et 12 juillet.



Articles multiannonceurs sur Actu Bordeaux et Actu Toulouse
+ de 6000 lectures par publication



La route des Plus Beaux Villages de France du Lot-et-Garonne

Monflanquin, Pujols, Penne d'Agenais, Tournon-d'Agenais et Villereal, ces 5 villages du Lot-et-Garonne ont un point en commun : faire partie du club très prisé des Plus Beaux Villages de France ! Silhouettes perchées dans le paysage, ruelles pavées, places à arcades, marché sous la halle, artisans, portes fortifiées, maisons à colombages...

Ces villages de caractère ont l'avantage d'être situés à proximité les uns des autres, au cœur de la vallée du Lot. Empruntez la route des Plus Beaux Villages de France du Lot-et-Garonne, chaque visite est une expérience unique. Faites également un petit détour par Bonaguil, le dernier des grands châteaux forts français, un autre incontournable du patrimoine régional.

Retrouvez les plus beaux villages de France [ici](#)

Posts Facebook sponsorisés
+ de 180 000 personnes touchées par publication



Chilowé

La Vallée du Lot à Vélo (V86)



chilowé

Chilowé est un média digital affinitaire dédié à la **micro-aventure**. Il fédère autour de ce concept une communauté de 500 000 membres et 120 000 abonnés à la newsletter. Le site internet et les réseaux sociaux touchent plus de 3 millions de personnes par mois. Tourisme Lot-et-Garonne est partenaire de la communication sur la Véloroute de la Vallée du Lot lancée en avril 2024.

➔ Article de blog « Vallée du Lot à vélo : nos bons plans pour 9 jours sur la V86 »

➔ Intégration de l'article dans la newsletter du 18 avril 2024.



Campagne Google Ads

Augmenter la notoriété de la destination et le trafic sur le site tourisme-lotetgaronne.com



Tourisme Lot-et-Garonne pilote chaque année en interne une campagne Google Ads visant essentiellement à générer du trafic sur son site web. 2 types de campagnes sont menées : **campagnes display** (des bannières sont diffusées sur des sites partenaires) et **campagnes Recherche** (les annonces apparaissent dans les résultats de recherche Google lorsqu'un utilisateur recherche les mots clés qui ont été ciblés).

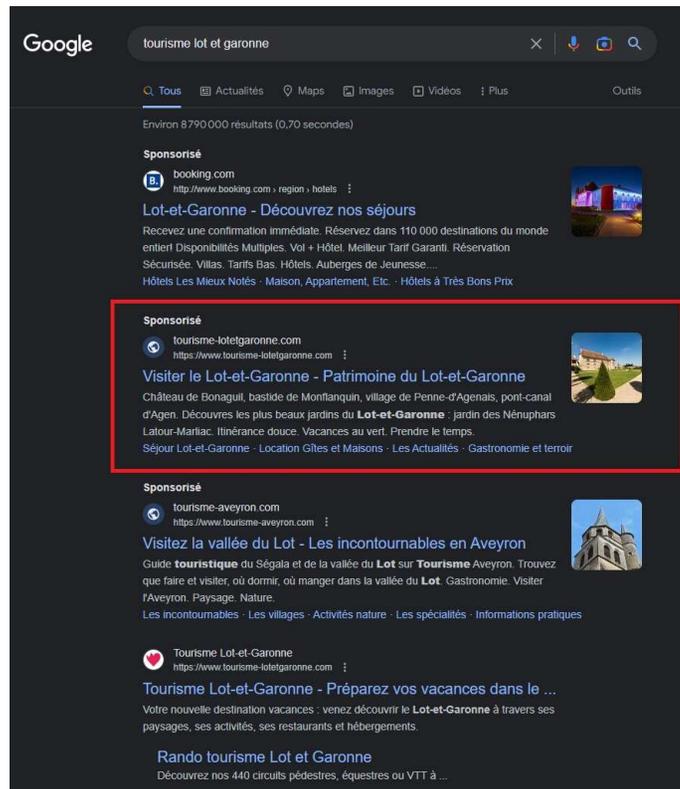
En 2024, les campagne Google Ads menée de janvier à octobre a permis de générer près de **124 900 clics vers le site internet** soit un **coût moyen par clic de 0,27 centime**.

Campagne	Type de campagne	Clics	Impressions	CTR	CPC moyen	Coût
Bastides en Fête - Display	Display	373	765 353	0,05%	0,83	311,17 €
2024 - Service de réservation - Search	Rechercher	8 201	562 763	1,46%	0,23	1 853,40 €
2024 - Tourisme Lot-et-Garonne - Display	Display	80 594	3 096 382	2,60%	0,02	1 612,70 €
2024 - Tourisme Lot-et-Garonne - Dynamique	Rechercher	3 211	56 468	5,69%	0,13	429,23 €
2024 - Tourisme Lot-et-Garonne - Standard	Rechercher	32 522	3 414 493	0,95%	0,14	4 485,00 €
TOTAL		124 901	7 895 459	2,15%	0,27	8 691,50 €

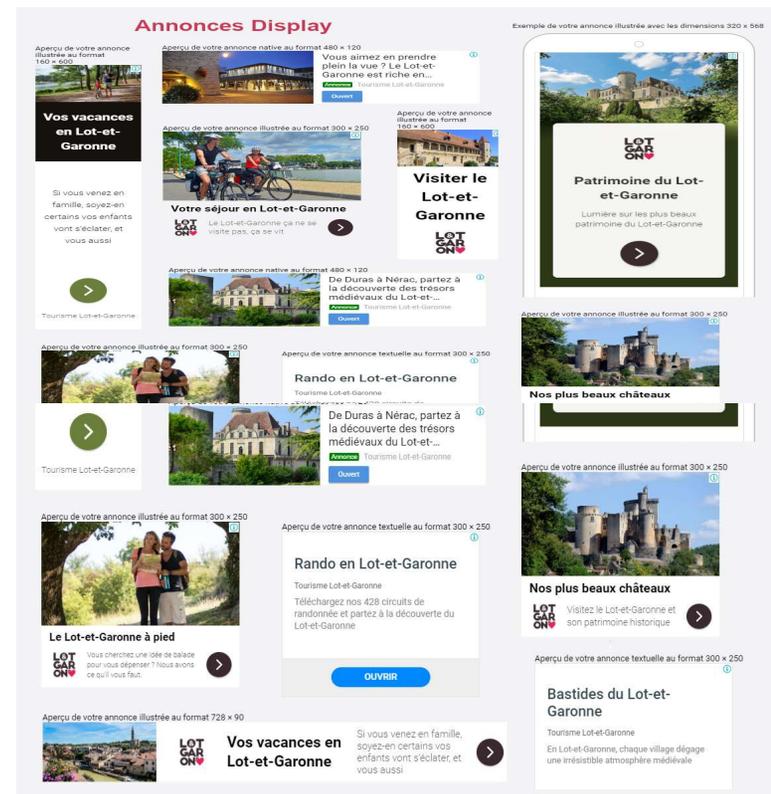
Campagne Google Ads

Augmenter la notoriété de la destination et le trafic sur le site tourisme-lotetgaronne.com

Exemple d'annonce Search



Exemple d'annonces Display





Campagne Google Ads

Fréquentation du site tourisme-lotetgaronne.com

Fréquentation globale du site web
et part des visites générées par la campagne Google Ads

	SESSIONS	UTILISATEURS	PAGES VUES	TPS MOYENNE PAR VISITE	Pic Max	VISITES ADWORDS	COÛT
janvier	25 289	20 780	50 199	0:02:33	1110	448	111,54 €
février	29 281	23 642	58 490	0:02:27	1221	1 160	259,66 €
mars	33 096	27 420	67 270	0:02:31	1155	1 354	303,93 €
avril	48 903	39 322	98 759	0:02:22	2008	15 044	1 447,64 €
mai	60 729	49 656	117 413	0:02:09	2263	21 578	1 518,30 €
juin	65 128	53 782	121 200	0:02:01	2778	22 211	1 784,52 €
juillet	85 452	68 509	172 081	0:02:17	4359	22 897	1 210,49 €
août	66 907	50 236	145 149	0:02:28	2647	28 353	1 216,85 €
septembre	23 846	19 970	48 196	0:02:18	1020	11 485	527,60 €
octobre	20 571	16 627	43 023	0:02:26	931	0	0,00 €
novembre	15 278	12 221	28 806	0:02:15	832	0	0,00 €
décembre	12 598	10 522	23 856	0:02:19	532	0	0,00 €
2024	487 078	392 687	974 442	0:02:21	4359	124 530	8 380,53 €

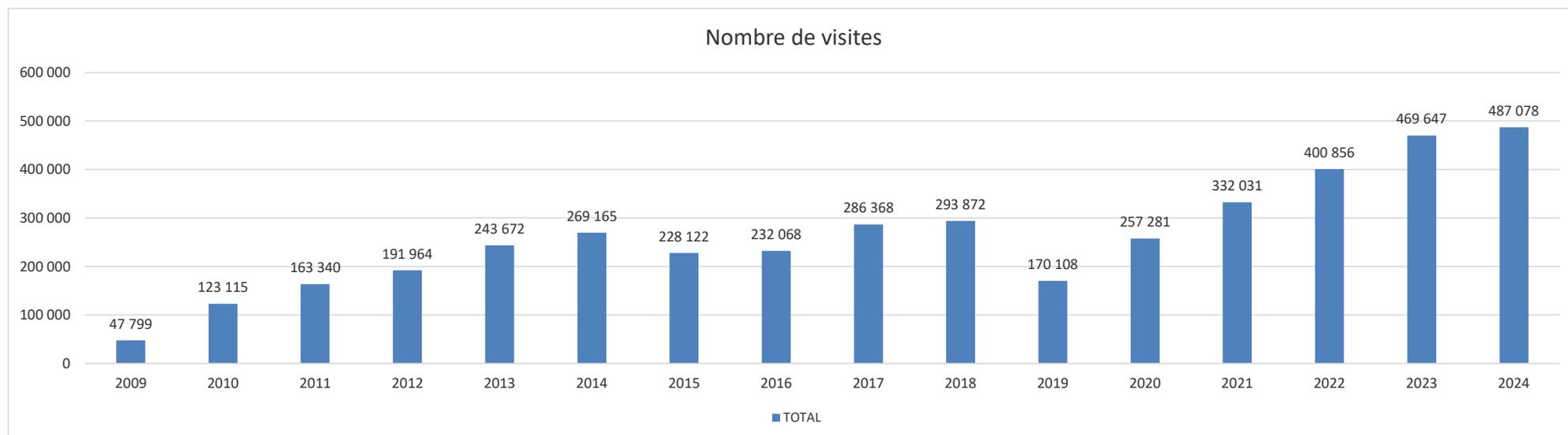
De janvier à octobre, **plus d'un tiers des visites** du site sont générées par la campagne Ads soit **124 530 visites** sur un total de 487 078.



Site web

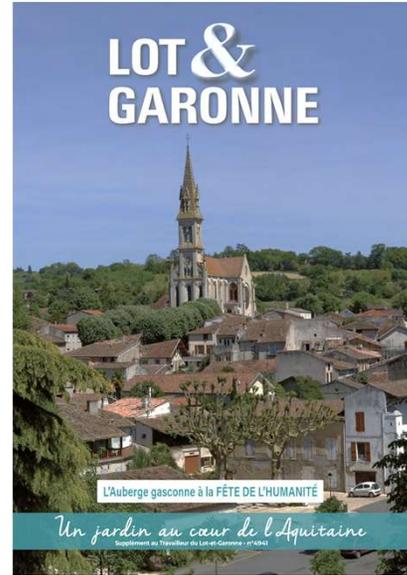
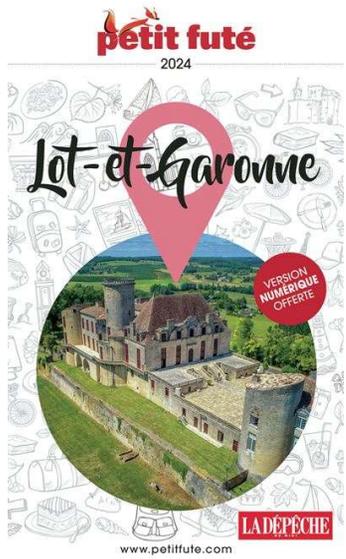
Evolution de la fréquentation depuis 2009

Progression régulière du trafic depuis la refonte du site en 2019 avec un nouveau record en 2024 :



En 2024, la fréquentation du site web atteint les **487 078 visites**, soit une progression de **+3,71%** par rapport à 2023.

Insertions presse





Réseaux sociaux

Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn

Nouveautés 2024

- ➔ Ouverture d'un **compte TikTok** Tourisme Lot-et-Garonne alimenté uniquement par des reels et des vidéos.
- ➔ Création d'un **groupe de travail sur la communication digitale avec le CRT et les ADT/CDT de Nouvelle-Aquitaine** avec des réunions mensuelles (partage de bonnes pratiques, référentiel commun de créateurs locaux afin de favoriser le tourisme intra-régional, promotion des séjours bas carbone...)
- ➔ Lancement d'un **agenda des manifestations**, tous les 1^{ers} du mois sur FB et Insta.
- ➔ Réalisation de **Reels** sur le terrain par les équipes de Tourisme Lot-et-Garonne (5 reels sur l'année)
- ➔ Multiplication des **publications en collaboration** avec des influenceurs, le CRTNA et les offices de tourisme.
- ➔ **Accompagnement d'acteurs locaux dans leur promotion sur les réseaux sociaux**, à travers des campagnes de publication, y compris des **contenus sponsorisés** : candidature de Villeréal à l'émission Le Village préféré des Français et de Villeneuve-sur-Lot au concours national Votre plus beau marché, passage du Tour de France en Lot-et-Garonne, diffusion sponsorisée de la vidéo promotionnelle du Pays de Duras par les Coflocs en collaboration avec le CRTNA et l'OT, soutien de la démarche collective des Plus Beaux Villages de France du Lot-et-Garonne...
- ➔ Partage systématique des **publications des OT en story**.



Réseaux sociaux

Exemples de publications

Reel



Collaboration



Collaboration



Soutien démarche PBVF



Agenda manifestations





Réseaux sociaux

Bilan 2024

Plateforme	Abonnés	Prises de parole	Interactions	Vues/Lectures
Facebook	23 897	194	48 883	930 284
Évolution 2023 / 2024	+ 4,2 K		+ 115,4%	
Instagram	8 357	602	7 900	287 309
Évolution 2023 / 2024	+ 1,9 k		+ 100%	
Tik Tok (Création du compte en avril 2024)	354	8	134	8 060
TOTAUX	32 608	804	56 917	1 225 653

Campagnes social Ads

Campagnes sponsorisées réseaux sociaux suivant les objectifs du tunnel de conversion (image, notoriété, vente)

➔ Campagne de notoriété du 1er au 14 juillet

Cible : Bordeaux, Toulouse, Nantes, Paris et Lille

68 436 affichages des publicités
28 671 personnes atteintes
94,3 % taux de visionnage à 100%
0,003 € coût par visionnage à 100%

➔ Jeu concours sponsorisé sur Instagram du 22 au 31 juillet

Faire grandir la communauté d'abonnés sur Instagram

22 858 affichages des pubs
19 224 personnes atteintes
152 nouveaux abonnés
1,11 € coût par nouvel abonné

➔ Campagne recrutement d'abonnés Facebook du 23 juillet au 13 août

Cible : Bordeaux, Toulouse, Nantes, Paris et Lille

392 422 affichages de pub
171 568 personnes touchées
2010 nouveaux abonnés sur la page FB
0,17€ coût par nouvel abonné





Campagnes social Ads

5 campagnes sur Facebook et Instagram suivant les objectifs du tunnel de conversion (image, notoriété, vente)

➔ Campagne activités sèches du 15 juillet au 15 août

Booster la réservation d'activités

522 731 affichages de publicités

93 739 personnes atteintes

7 896 clics vers la page

0,07 coût par clic



Top des lieux où se baigner

Réserver



Explorez les rivières en canoë

Réserver



Les lieux où faire de l'accrobranche

Réserver



Embarquez pour une croisière

Réserver

➔ Campagne hébergement du 15 au 29 septembre

Cible : Bordeaux, Toulouse, Nantes, Paris et Lille

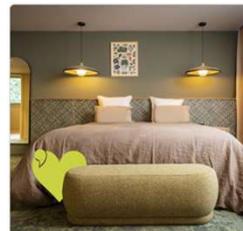
Couples sans enfants, parents, seniors

324 334 affichages de publicités

105 022 personnes touchées

9 673 clics sur le site

0,09€ coût par clic



Séjournes dans un hôtel élégant

Réserver



Séjournes dans un château

Réserver



Offrez-vous une escapade insolite

Réserver



Expérience en camping

Réserver



Les Michmich' en Vadrouille

Le chemin d'Amadour

Les Michmich' en Vadrouille sont des **créateurs de contenus**, vidéastes, photographes et blogueurs basés à Toulouse et adeptes d'activités de pleine nature et de voyages bas carbone. Ils sont suivis par une **communauté de 29 000 abonnés sur Instagram**.

➔ Accueil en Lot-et-Garonne les 4 et 5 juillet dans le cadre de la **promotion du GR 81, le Chemin d'Amadour**.

➔ Parution d'un **article de blog** : « A la découverte du Chemin d'Amadour – Partie 1 : La traversée de la Gironde et du Lot-et-Garonne ».

➔ **Publications sur les réseaux sociaux**. Vidéo « Pourquoi faire le chemin d'Amadour, 7 spots à ne pas manquer » vue près de 12 000 fois, enregistrée par 153 personnes. Vidéo générique vue près de 10 000 fois et enregistrée par 115 personnes.

➔ **Livraison de vidéos et de photos**.

Vidéo principale



Portion Gironde & Lot-et-Garonne





Un Monde à Vélo

La Vallée du Lot à Vélo (V86)

Un Monde à Vélo est un blog dédié au voyage à vélo, au bikepacking et au tourisme durable. Mila et Denni, un couple franco-italien, y partagent leurs inspirations, des carnets de route et des astuces pour préparer son voyage à vélo et le rendre accessible à tous.

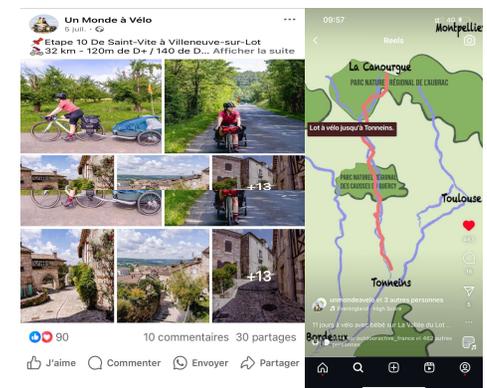
➔ Accueil en Lot-et-Garonne du 9 au 12 juin dans le cadre de la promotion de la V86, Vallée du Lot à Vélo (production d'articles de blogs, de photos et de publication sur les réseaux sociaux)



Article sur le tronçon Cahors –Tonneins
1625 lectures au 31/10



Guide complet sur l'itinéraire
823 lectures au 31/10



Facebook & Instagram
380 000 personnes touchées pour l'ensemble
des publications (19 posts et 86 stories)

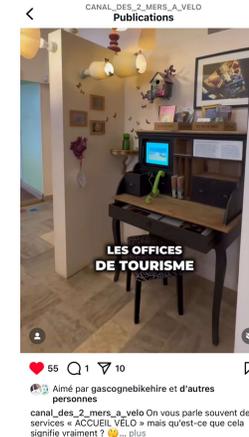


Regards Croisés

Le Canal des 2 Mers à Vélo (V80)

Regards Croisés est une agence de création de contenus immersifs (articles de blog, photos, réseaux sociaux).

- ➔ Accueil en Lot-et-Garonne du 2 au 4 octobre dans le cadre de la promotion de la V80, Canal des 2 Mers à Vélo.
- ➔ Production d'un **article de blog** axé sur l'arrière saison et les rencontres le long de l'itinéraire. A paraître prochainement sur le site du Canal des 2 Mers à Vélo.
- ➔ Promotion de l'itinéraire sur les **réseaux sociaux** (5 stories qui ont généré 4000 vues, 2 reels qui ont atteint 4759 comptes et 3 posts pour une couverture de 4056 comptes). 1 reel et 2 publications seront publiés prochainement.
- ➔ Livraison de 10 photos





Florin de France

Le Canal des 2 Mers à Vélo

Florin Defrance est un macro influenceur suivi par une importante communauté de **244 000 followers sur Instagram** et **226 000 sur TikTok**. Il est basé à Paris et s'est fait connaître par ses vidéos sur l'exploration de la capitale.

- ➔ **Accueil en Lot-et-Garonne les 28 et 29 septembre**, dans le cadre d'un partenariat avec **Atout France** et le **CRT Nouvelle-Aquitaine** visant à positionner la région comme destination idéale de vélotourisme sur le marché français et à valoriser l'arrière saison.
- ➔ **Cible** : marché national principalement **Parisiens**, public sensible au tourisme durable.
- ➔ **Promotion du Canal des 2 Mers à Vélo** d'Agen à Meilhan-sur-Garonne sur Instagram et TikTok (vidéo et stories).
- ➔ **Livraison d'une vidéo, de photos et de rushs vidéo.**



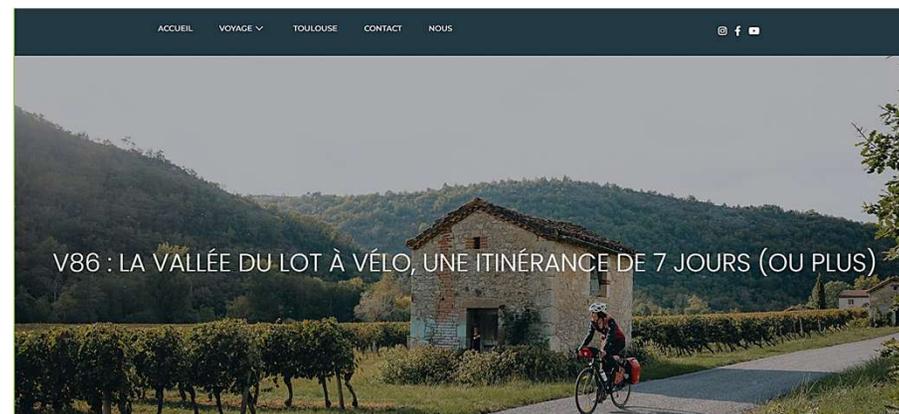


Les Michmich' en Vadrouille

La Vallée du Lot à Vélo

Les Michmich' en Vadrouille sont des **créateurs de contenus**, vidéastes, photographes et blogueurs basés à Toulouse et adeptes d'activités de pleine nature et de voyages bas carbone. Ils sont suivis par une **communauté de 29 000 abonnés sur Instagram**.

- ➔ **Accueil en Lot-et-Garonne du 4 au 6 octobre** dans le cadre de la promotion de la V86, Vallée du Lot à Vélo.
- ➔ Parution d'un **article de blog**
- ➔ **Publications sur les réseaux sociaux**. Vidéo «On t'emmène sur la V86 dans le Lot et le Lot-et-Garonne » publiée le 1^{er} novembre.
- ➔ Livraison de la vidéo et de photos.





Rédaction d'articles de blog / newsletters

Objectifs : Entretenir la relation avec l'internaute pour l'inspirer et le guider petit à petit vers l'achat

➔ Rédaction de 8 articles de blog et de 8 newsletters associées

Articles de blog 2024	Mise en ligne	Vues au 15 octobre	Newsletters envoyées	Taux d'ouverture
Séjour réconfortant au coin du feu : découvrez nos pépites				
Les produits du Lot-et-Garonne pour les fêtes de fin d'année				
1, 2, 3 prêts ? randonnez !	18/11/2024			
Bastides du Lot-et-Garonne, on vous donne les bases	9/10/2024	123	2 865	37%
Séjour en Lot-et-Garonne : nos perles de culture !	20/09/2024	133	2 869	45%
Sur la route des Plus Beaux Villages de France : nos spots photos	07/08/24	163	2 852	43%
Vacances vertes en Lot-et-Garonne : nos nouvelles adresses	12/07/24	301	2 654	38%
On a testé pour vous : les parcours à vélo du Tour de France en Lot-et-Garonne	12/06/24	166	2 509	36%



Rédaction de pages SEO

Objectifs : attirer et informer l'internaute avec des contenus spécialement conçus pour être bien positionnés dans les résultats des moteurs de recherche

Pages SEO	Mise en ligne	Vues au 15 octobre
Le Cabinet de Curiosités Latour Marliac	A venir	
La véloroute de la vallée du Dropt	A venir	
Le château de Duras	A venir	
La Vallée du Lot à Vélo	A venir	
Le Temple-sur-Lot en 10 infos au top !	15/10/2024	33
Visiter Villeneuve-sur-Lot : suivez le guide !	24/07/2024	245
Le Mas-d'Agenais : des trésors inestimables !	24/05/2024	248
Visiter Marmande : 4 facons de découvrir la ville !	24/04/2024	777
Pujols en Lot-et-Garonne : tout un art !	01/03/2024	437
Une journée à Villeréal au rythme des bastides du Lot-et-Garonne	01/03/2024	2 231
Tournon-d'Agenais : une visite de A à Z !	15/01/2024	1 099

Médiathèque & reportages photos

Objectifs : produire et diffuser des contenus photos en adéquation avec le positionnement slow de la destination. Améliorer l'image de la destination. Répondre aux besoins en photos des acteurs du tourisme.

➔ Reportages photos

Véloroute Vallée de la Baïse

Accueil Arnaud Spani le 28 mai. Livraison : **190 photos**

Scandibérique

Accueil Noémie Le Calvez en novembre

➔ Accueils d'influenceurs :

MichMich en Vadrouille **GR81**. Livraison : **10 photos**

Michmich en Vadrouille **V86**. Livraison : **16 photos**

Regards Croisés **V80** : Livraison **10 photos**

➔ Bilan médiathèque 2024

589 utilisateurs actifs 2024 (+ 102 par rapport à 2023)

1625 téléchargements de photos et vidéos.

68 inscrits supplémentaires suite à l'envoi de la newsletter du mois de novembre.





Le Lot-et-Garonne, le Gers et le Tarn-et-Garonne se sont structurés afin de promouvoir leurs atouts en matière de slow tourisme à l'**international** avec la signature en 2023 d'un **contrat de territoire** entre Atout France, le CRT Nouvelle-Aquitaine, le CRTL Occitanie et les trois CDT/ADT. Il s'agit de mutualiser des moyens autour de destination à fort potentiel de notoriété sur les marchés étrangers. Les grandes actions de ce contrat de territoire sont prioritairement déployées en Espagne et en Grande-Bretagne.

Actions mises en œuvre :

➔ Création des pages «Sud-Ouest Authentique » sur le site VisitOccitanie

Grande-Bretagne :

- ➔ Campagne digitale en partenariat avec le média Family Traveler (4 articles, 4 mails commerciaux, campagne Meta)
- ➔ Campagne digitale en partenariat avec le média Wanderlust (article, campagne Meta)

Espagne :

- ➔ Accueil des influenceurs Travel Tip For You (620 000 abonnés)

SUD-OUEST AUTHENTIQUE

**Bilan de campagne 2024
ESPAGNE**



Récapitulatif de Campagne

**ATOUT
FRANCE**

L'Agence de développement
touristique de la France



Objectifs – Cibles

- Promouvoir les départements du Gers, du Tarn-et-Garonne et du Lot-et-Garonne
- Communication autour de l'essence de la France authentique, le berceau du slow tourisme, de la gastronomie française et de la douceur de vivre dans le Sud-Ouest
- Dinks 25-35 et Dinks 55-65 ans
- Bassins Pays Basque - Aragon - Basse Navarre - Catalogne - Madrid



• Plan d'action :

1. Campagne d'influence: création de contenu et dynamisation avec *@traveltipforyou* pour accroître la notoriété de la destination et ses thématiques via un itinéraire.
2. Campagne social media (META, Instagram).



• Dates de campagne

Voyage Influence : 24 - 30 juin et dynamisation jusqu'à fin sept 2024

- Campagne social media: Awareness: 2 septembre - 22 septembre 2024

Trafic: 23 septembre - 13 octobre 2024

BUDGET TOTAL : 21 250 € HT

(ADTs Gers- TG- LG - CRTs NA et Occitanie)

Volet Influence - Résultats



- ▶ Réalisation d'un voyage influence de *Traveltipforyou* autour de création de contenu.
- ▶ Budget dédié dépensé : 5 200€



187 publications 688 k followers 415 suivi(e)s

Fran & Ailyn 🌿 Pareja de creadores de contenido

traveltipforyou

Création digitale

Madrid-Valencia

• Viajes • Alojamientos • Recomendaciones

• ¿Colaboramos? traveltipforyou@lacreme.agency

Viajes... plus

drimer.io/@traveltipforyou

56 Stories
3 Réels
2 posts
Créés

Remarque : Un score de crédibilité d'audience de notre campagne de 86 (source: Kolsquare). Leurs suiveurs sont majoritairement millenials (43,72%) et jusqu'à 44 ans (28,07%).

Analyse : +45 000 interactions dont plus de la moitié sont des publications sauvegardées qui se traduit par un intérêt de garder l'information pour l'avenir (+23 000 sauvegardes).

- La relation coût/impacts est bonne. **CPM : 3,23 €**.
- **1 M personnes touchées**, en moyenne **70% sont des non-suiveurs**, qui prouve que l'algorithme IG a vu la pertinence de diffuser les Réels. = **Effet viralité du contenu**

Principaux résultats de campagne

Impressions	Vidéos vues	Engagements	Reach
1238 067	1070 987	45 673	967 374

CPM	CPV (Vidéos vues)	Taux engagement	Publications sauvegardées
3,231 €	0,004 €	4,12 %	23 212

Volet Social - Résultats

- ▶ **Réalisation de campagne réseaux sociaux avec le contenu réalisé par *Traveltipforyou* en deux phases :**
- Phase 1: objectif Notoriété (format vidéo 20 sec)
- Phase 2: objectif Traffic (formats posts + carrousel)
- ▶ **Budget dédié dépensé : 18 948 € HT**

TRAFFIC

+ 2,6 M d'Impressions

CPM : 2,85 €

Clics lien : 23 454



Post - Gers



Post - Tarn-et-Garonne



Post - Lot et Garonne

NOTORIÉTÉ

+ 2,3 M d'Impressions

+ 1 M vidéos vues 15 »

Clics lien : 22 196

CPM : 4,84 €



Remarques:

- Les visuels avec des personnes sont ceux qui ont le mieux fonctionné.
- Le format vidéo a provoqué 23 454 clics ce qui démontre l'intérêt généré par les vidéos.

BILAN GLOBAL

CONCLUSION

- Performances de la campagne ont été bonnes avec des contenus des influenceurs réalisés qualitatifs sur la destination du contrat Sud Ouest Authentique.
- Bon effet viralité du contenu avec une forte impression et interaction notamment pour un intérêt des vidéos dans la campagne.
- Contenu variée et authentique de la destination, disponible 3 ans pour l'ensemble des partenaires.

RECOMMANDATIONS

- Capitaliser sur la collaboration en publiant en 2025 un Réel de *Traveltipforyou* sur le contenu réalisé cette année.
- Réaliser un sport vidéo de 15" pour améliorer le taux de complétion
- Traduire la marque Sud Ouest Authentique en espagnol

Performances globales :

- 6,250 M d'impressions
- 45 650 Clics sur lien vers Landing
- +1 M Thruplay 15"
- 3,67€ CPM
- Taux engagement: 4,12%
- Interactions: 45 673
- 23 212 reels sauvegardés
- + d'1 M vidéos vues de l'influenceur

[REPORTING GLOBAL CAMPAGNE → Looker Studio Sud Ouest Authentique 2024](#)





① Salon International de l'Agriculture

24 février au 4 mars à Paris

Présence sur le stand du Conseil départemental pendant les 2 week-ends et coordination des partenaires tourisme. Clientèle nombreuse mais peu qualifiée.

② Salon du Randonneur

22 au 24 mars à Lyon

Présence sur le stand du nouveau GR81, le Chemin d'Amadour avec les départements du Lot, de la Dordogne et de la Gironde. Clientèle qualifiée et contacts intéressants.

③ Bourse départementale aux dépliant

9 avril à Sérignac-sur-Garonne

L'événement a été dissocié des Rencontres du Tourisme et accueilli à la salle des fêtes de Sérignac qui s'est avérée trop petite pour une telle organisation logistique.

④ Vélo in Paris

24 au 27 avril à Paris

Présence sur le stand dédié au Canal des 2 mers à Vélo pour représenter le collectif avec le CDT de l'Aude. Clientèle qualifiée et contacts intéressants.

⑤ Salon des Agricultures de Provence

31 mai au 2 juin à Salon-de-Provence

Le Lot-et-Garonne était le département hôte d'honneur de ce salon qui accueille 65 000 visiteurs. Tourisme Lot-et-Garonne a animé et coordonné un espace de 150 m² fédérant tourisme et produits emblématiques du Lot-et-Garonne. Contacts nombreux et intéressants.

⑥ Forum des jeunes médecins généralistes

10 octobre à Bordeaux

Présence avec le Conseil départemental afin de soutenir son action visant à renforcer l'attractivité du territoire face aux défis de la démographie médicale.

⑦ Congrès des Maires

11 octobre à Agen

Congrès professionnel. Tourisme Lot-et-Garonne était présent afin d'affirmer son rôle en tant qu'organisme fédérateur du tourisme sur le département et organisateur de la première édition de Bastides en Fête.

Soutenir et accompagner l'information et la communication des partenaires

1

SIRTAQUI

Accompagner la création des sites internet des partenaires, former le réseau des utilisateurs, gérer la base et accompagner les travaux du cotech

2

Evénements médiatiques

Le village préféré des Français sur France 3, Votre plus beau marché sur TF1, passage du Tour de France

3

Les événements internes

Bastides en Fête et Rencontres du Tourisme



Avec **SIRTAQUI**, Tourisme Lot-et-Garonne L'ADRT accompagne les professionnels du tourisme dans la **diffusion et la valorisation de leurs offres touristiques**. C'est à ce jour le seul 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 et recense 4000 offres. Il alimente **DATAtourisme**, la plateforme nationale des données touristiques en Opendata.

⇒ **Les nouveautés 2024 :**

- Bascule sur le nouveau module GRC
- Nouvelle charte de réseau
- Travaux sur NADData

⇒ **8** réunions du Cotech et 1 e-club Tourinsoft.

⇒ **8** sites ou applications accompagnés dans la mise en place des syndications des données issues de la base en 2024, soit 90 modèles et 131 flux (OT Albret, Destination Agen, Tourisme d'affaires Destination Agen, Fumel-Vallée du Lot, Villeneuve-Vallée du Lot, Confluent et Coteaux de Prayssas, site CycloNature, tests Territoire d'Énergie).

⇒ **14** journées de formation, soit **89** inscriptions (38 personnes formées).

⇒ Import des données **Gîtes de France 2025**.

⇒ Exports pour les **cartes touristiques départementales**.

Le village préféré des Français

La bastide de Villeréal



Villeréal a été sélectionné pour représenter la Nouvelle-Aquitaine dans l'édition 2024 du « Village préféré des Français » présentée par Stéphane Bern sur France 3. La bastide a décroché la troisième place du concours lors de l'émission diffusée le 11 juillet et suivie par 1,52 millions de téléspectateurs.

➔ Tourisme Lot-et-Garonne a accompagné l'événement sur les réseaux sociaux par la publications de 8 posts, d'une vidéo réalisée lors du tournage de France Télévision et de 6 stories sur Facebook, Instagram et LinkedIn entre le 20 février et le 11 juillet pour une **couverture totale de 218 000 personnes touchées** et **près de 5 900 interactions**.

Période	Plateforme	Contenus	Impressions	Couverture	Interactions	Clics sur le lien
Avant (20 février au 26 avril)	Facebook	8 publications 1 vidéo	238 759	144 822	3 652	524
	Instagram	3 publications 6 stories	19 426	16 947	1 154	24
	LinkedIn	1 publication 1 vidéo	2 175	x	105	x
Sous total		20	260 360	161 769	4 911	548
Pendant (11 juillet)	Facebook	1 publication	58 188	56 208	973	x
Sous total		1	58 188	56 208	973	0
TOTAL		21	318 548	217 977	5 884	548

Concours Votre Plus Beau Marché

La bastide de Villeneuve-sur-Lot



Le concours « **Votre plus beau marché** » est un événement annuel lancé par le **JT de 13h de TF1** en partenariat avec des **médias régionaux** afin de valoriser les marchés traditionnels. La bastide de Villeneuve-sur-Lot a été sélectionnée parmi les 10 finalistes de ce concours national et s'est classée à la 7^e place. Elle a bénéficié d'une belle médiatisation avec notamment un reportage de 2 minutes dans le JT de 13h, un journal qui attire en moyenne entre 3 et 5 millions de téléspectateurs.

➔ Tourisme Lot-et-Garonne a accompagné l'événement sur les réseaux sociaux avec des publications entre le 27 mars et le 10 juin pour une **couverture totale de 55 000 personnes touchées et 1250 interactions.**

Période	Plateforme	Contenus	Impressions	Couverture	Interactions	Clics sur des liens
Du 27 mars au 10 juin	Facebook	5 publications	52 386	49 683	915	321
	Instagram	1 publication 6 stories	5 576	5 330	335	75
TOTAL		12	57 962	55 013	1 250	396

Tour de France

2 étapes en Lot-et-Garonne



En 2024, le Lot-et-Garonne a accueilli la **111e édition du Tour de France, troisième événement sportif le plus médiatisé au monde**. La bastide de Villeneuve-sur-Lot était la ville d'arrivée de la 12^e étape le 11 juillet et Agen, la ville de départ de la 13^e étape le 12 juillet. Le tracé a permis de valoriser la vallée du Lot ainsi que l'Agenais et l'Albret.

➔ Tourisme Lot-et-Garonne a accompagné l'événement par la **création d'une page dédiée sur son site internet** ainsi que sur les **réseaux sociaux** avec la réalisation de 2 reels et de nombreuses publications entre le 11 juin et le 9 Juillet pour une **couverture totale de 640 000 personnes touchées et près de 22 500 interactions**.

Période	Plateforme	Contenus	Impressions	Couverture	Interactions	Vues/Lectures
Avant (11 juin au 9 juillet)	Facebook	1 publication 2 reels	962	62 139	872	93 227
	Instagram	2 reels 18 stories	4 454	145 268	1 299	176 018
	Linkedin	1 publication	1 105	x	34	x
Sous total		24	6 521	207 407	2 205	269 245
Pendant (11 au 12 juillet)	Facebook	x	x	x	x	x
	Instagram	29 stories	264 145	419 250	19 813	236 600
Sous total		29	264 145	419 250	19 813	236 600
Après (13 au 19 juillet)	Facebook	1 publication	5 682	5 436	134	x
	Instagram	1 publication 18 stories	9 963	8 147	308	x
Sous total		20	15 645	13 583	442	x
TOTAL		73	286 311	640 240	22 460	505 845



La première édition de **Bastides en Fête** s'est tenue du 18 au 20 octobre. 24 bastides ont participé à l'opération à travers tout le territoire. La communication de l'événement a été assurée conjointement par Tourisme Lot-et-Garonne (actions réalisées en interne et prestations de service du CRT avec Terra Aventura) et par le Conseil départemental, chacun apportant sa contribution pour promouvoir la manifestation auprès de public différents.

Les actions de communication réalisées en interne par Tourisme Lot-et-Garonne

- ➔ Création et gestion d'un site internet dédié
- ➔ Réalisation d'un dossier de presse et organisation d'une conférence de presse avec le CDT de la Dordogne
- ➔ Promotion sur les réseaux sociaux
- ➔ Campagne Google Ads
- ➔ Articles sponsorisés et insertions presse
- ➔ Accueil de presse



Le site internet

www.bastidesenfete.com

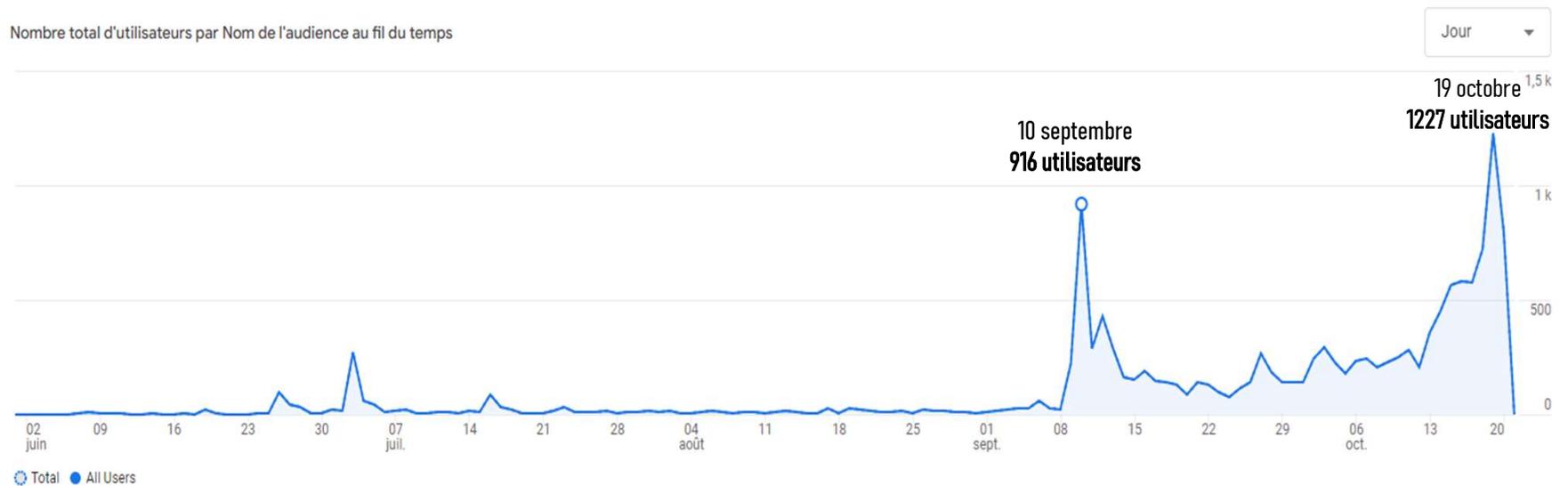


Mise en ligne : 1er juin 2024

➔ 11 853 visiteurs uniques - 16 198 sessions du 1^{er} juin au 20 octobre

Le site internet

Audience du 1^{er} juin au 20 octobre



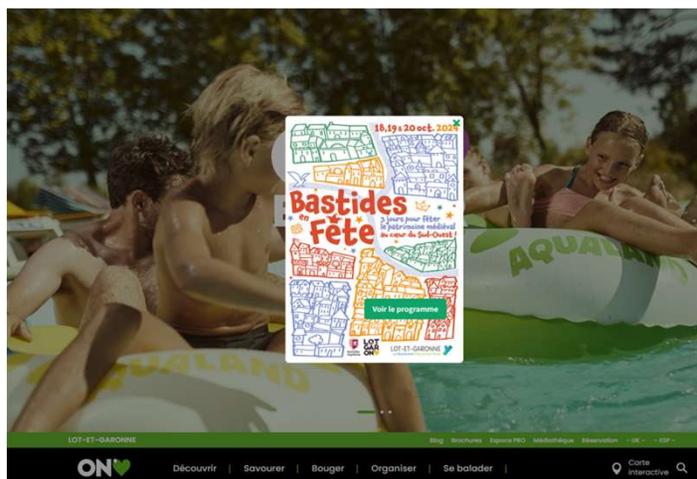
➔ **2 pics de fréquentation** : le mardi 10 septembre, correspondant à l'envoi de la newsletter **Terra Aventura** et le samedi 19 octobre, journée de lancement de l'événement.

➔ **Durée moyenne des sessions** : **3min45s**

Communication sur tourisme-lotetgaronne.com

Mise en place de pop-up du 9 septembre au 20 octobre

Pop-up promotion « Bastides en Fête »



14 517 impressions

1 431 clics sur le site Bastides en Fête - 9,86% CTR

Pop-up promotion « Intrigues dans les Bastides »



8 538 impressions

159 clics sur le site Bastides en Fête - 1,86% CTR



Campagne publicitaire Google Ads

Du 1^{er} au 20 octobre

 Ajouter un filtre

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Groupe d'annonces	État	CPM max.	Impr. visibles	CPM visible moyen	↓ Clics	Impr.	CTR	CPC moy.	Coût
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Bastides en Fête - Général	Non éligible La campagne a pris fin	1,00 € (visible)	424343	0,53 €	249	522881	0,05 %	0,91 €	226,31 €
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Bastides en Fête - Intrigues	Non éligible La campagne a pris fin	1,00 € (visible)	189339	0,45 €	124	242832	0,05 %	0,69 €	85,05 €
		Total : tous les groupes d'annonces activ... 			613682	0,51 €	373	765713	0,05 %	0,83 €	311,37 €
<input checked="" type="checkbox"/>		Total : campagne 			613682	0,51 €	373	765713	0,05 %	0,83 €	311,37 €

➔ Durée de la campagne : 20 jours

➔ Type de campagne : Display

➔ 2 groupes d'annonce : 1 sur « Bastides en Fête » + 1 sur « Intrigues dans les Bastides »

Campagne publicitaire Google Ads

Visuels de la campagne « Bastides en Fête »



LOT ET GARONNE

Les bastides du Lot-et-Garonne

Découvrez les bastides du Lot-et-Garonne durant le week-end du 18 au 20 octobre 2024

[Fermer](#) [Ouvrir](#)



Week-end médiéval LotetGaronne

Animations culturelles, ludiques, sportives et gastronomiques au temps du Moyen Âge

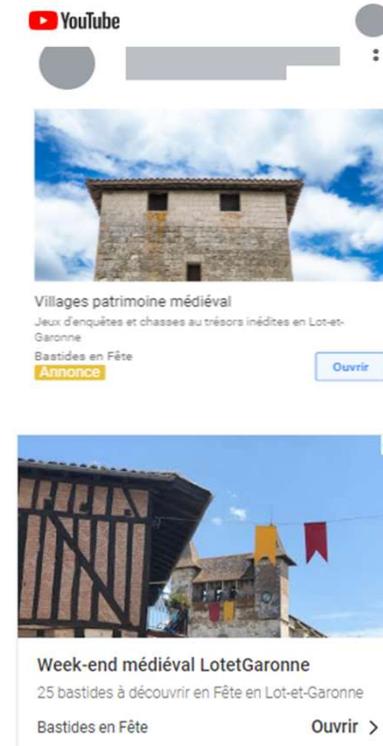
[FERMER](#) [OUVRIR](#)



Bastides en Fête

Découvrez les bastides du Lot-et-Garonne durant le week-end du 18 au 20 octobre 2024

[Fermer](#) [Ouvrir](#)



YouTube

Villages patrimoine médiéval

Jeux d'enquêtes et chasses au trésors inédites en Lot-et-Garonne

Bastides en Fête

[Annonce](#) [Ouvrir](#)

Week-end médiéval LotetGaronne

25 bastides à découvrir en Fête en Lot-et-Garonne

Bastides en Fête [Ouvrir >](#)



Week-end médiéval LotetGaronne

25 bastides à découvrir en Fête en Lot-et-Garonne

[Fermer](#) [Ouvrir](#)

LOT ET GARONNE

Villages patrimoine médiéval

Week-end spécial Bastides en Fête

[Ouvrir](#)

Campagne publicitaire Google Ads

Visuels de la campagne « Intrigues dans les Bastides »



4 intrigues bastides inédites

Démasquez le coupable et trouvez le coffre au trésor

[Fermer](#) [Ouvrir](#)



« Les flammes de la révolte »

Rallye découverte pour découvrir le patrimoine médiéval du Lot-et-Garonne

[FERMER](#) [OUVRIR](#)



Jeu d'enquête en famille

Résolvez des énigmes à base d'observations et de déductions

[>](#)



« Au service du Roi »

Jeu d'enquête à partager en famille ou entre amis en Lot-et-Garonne

Bastides en Fête

[Open](#)



« Les flammes de la révolte »

Bastides en Fête

Démasquez le coupable et trouvez le coffre au trésor

[FERMER](#) [OPEN](#)



« Les flammes de la révolte »

Démasquez le coupable et trouvez le coffre au trésor

Bastides en Fête

[Annonce](#) [Ouvrir](#)



Campagne publicitaire Google Ads

Résultats audience par données démographiques





Campagne publicitaire Google Ads

Emplacements de diffusion des annonces

<input type="checkbox"/>	Emplacement	Type	Groupe d'annonces	Impr. visibles	CPM visible moy.	↓ Clics	Impr.	CTR	CPC moy.	Coût
	Total : emplacements			596062	0,51 €	378	741515	0,05 %	0,80 €	302,15 €
<input type="checkbox"/>	cuisineaz.com	Site	Bastides en Fête - Général	106426	0,54 €	40	118859	0,03 %	1,44 €	57,60 €
<input type="checkbox"/>	marmiton.org	Site	Bastides en Fête - Général	84230	0,60 €	29	93122	0,03 %	1,74 €	50,40 €
<input type="checkbox"/>	leboncoin.fr	Site	Bastides en Fête - Général	51913	0,40 €	13	78318	0,02 %	1,59 €	20,70 €
<input type="checkbox"/>	ladromemont...	Site	Bastides en Fête - Général	1420	0,65 €	12	1784	0,67 %	0,08 €	0,92 €
<input type="checkbox"/>	actu.fr	Site	Bastides en Fête - Général	8014	0,67 €	11	13581	0,08 %	0,49 €	5,37 €
<input type="checkbox"/>	actu.fr	Site	Bastides en Fête - Intrigues	6408	0,66 €	9	10613	0,08 %	0,47 €	4,23 €
<input type="checkbox"/>	ladepeche.fr	Site	Bastides en Fête - Général	16023	0,61 €	9	20556	0,04 %	1,09 €	9,82 €
<input type="checkbox"/>	Mobile App: Bl...	Application pour mobile	Bastides en Fête - Intrigues	3029	0,48 €	7	3057	0,23 %	0,21 €	1,46 €
<input type="checkbox"/>	cuisineactuell...	Site	Bastides en Fête - Général	11447	0,59 €	7	15331	0,05 %	0,96 €	6,75 €
<input type="checkbox"/>	lecoinsoluce.c...	Site	Bastides en Fête - Intrigues	2800	0,37 €	5	6248	0,08 %	0,21 €	1,04 €
<input type="checkbox"/>	leboncoin.fr	Site	Bastides en Fête - Intrigues	44586	0,39 €	5	65835	0,01 %	3,46 €	17,29 €
<input type="checkbox"/>	ladepeche.fr	Site	Bastides en Fête - Intrigues	12165	0,61 €	5	15718	0,03 %	1,49 €	7,46 €
<input type="checkbox"/>	journaldesfem...	Site	Bastides en Fête - Général	4152	0,63 €	5	4602	0,11 %	0,53 €	2,63 €
<input type="checkbox"/>	minigame.vip	Site	Bastides en Fête - Intrigues	522	0,42 €	4	570	0,70 %	0,05 €	0,22 €
<input type="checkbox"/>	750g.com	Site	Bastides en Fête - Général	2153	0,62 €	4	2611	0,15 %	0,34 €	1,34 €



Communication sur les réseaux sociaux

Visuels de la campagne « Bastides en Fête »

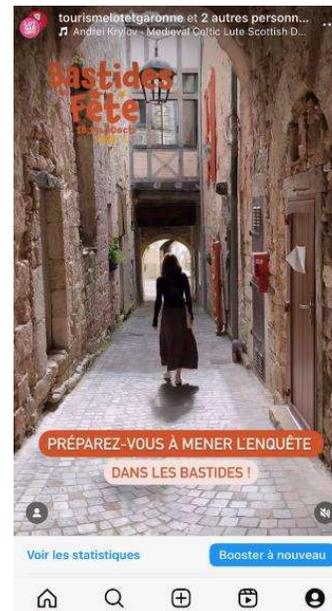
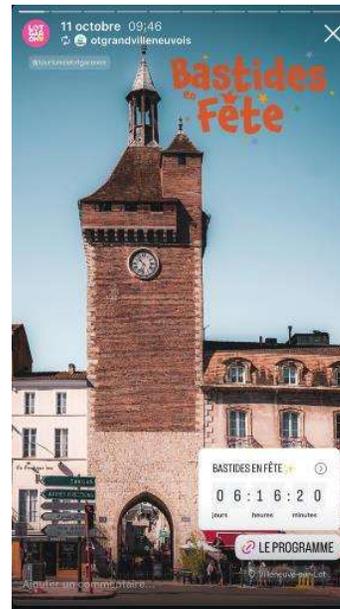
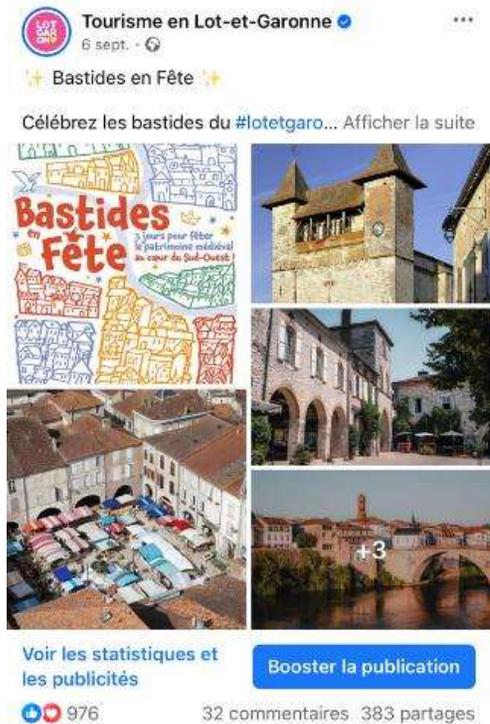
➔ Promotion de l'événement sur les réseaux sociaux par la publications de 113 contenus sur Facebook, 103 sur Instagram et 3 sur TikTok pour une **couverture globale de 417 000 personnes touchées 31 150 interactions et 259 visites vers le site** directement depuis les réseaux sociaux.

➔ Tourisme Lot-et-Garonne a également assuré le suivi et le partage des nombreuses publications des partenaires.

Plateforme	Contenus	Impressions	Couverture	Interactions	Vues/Lectures	Visites site
Facebook	35 publications 74 stories 8 vidéos/reel = 117 contenus	633 710	356 531	28 366	123 253	x
Instagram	13 publications 86 stories 4 vidéos/reel = 103 contenus	78 326	60 474	2 728	35 884	259
Tik Tok	3 vidéos/reel	x	x	58	4 222	x
TOTAUX	223	712 036	417 005	31 152	163 359	259

Communication sur les réseaux sociaux

Exemples de publications



La presse

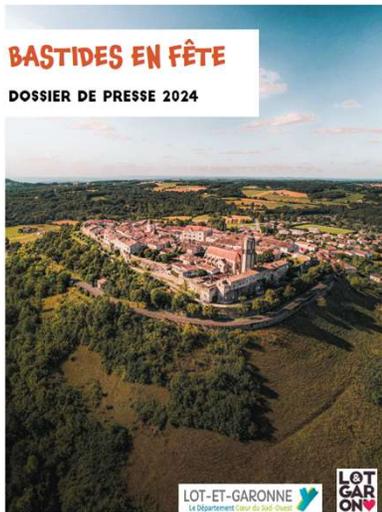
Insertions presse et communication presse

Dossier de presse & conférence de presse le 10 octobre à Monflanquin avec le CDT de la Dordogne

Insertion dans le magazine **Midi** du 6 octobre et dans **Le Républicain** du 17 octobre

Rédactionnel pour **La Revue de l'Histoire**.
Article publiédactionnel dans le blog **Toulooscope** et Article de presse sur **Le Routard.com** suite à l'accueil d'une journaliste du 28 au 30 août.

Affichage publicitaire web sur le site **Sud-Ouest.fr** et ses partenaires du 28 septembre au 4 octobre. 73 000 affichages format Cover.



Événements internes – Rencontres du Tourisme



Les **Rencontres du Tourisme 2024** se sont tenues le 2 décembre à l'Agropole. Elles ont été associées à l'inauguration des nouveaux locaux. Si les 2 éditions précédentes avaient permis d'asseoir l'événement, l'édition 2024 a représenté un **changement stratégique** avec une nouvelle date, un changement de lieu afin de tirer parti des infrastructures modernes de l'Agropole et un nouveau format plus interactif.

Les actions de communication réalisées en interne par Tourisme Lot-et-Garonne

- ➔ Création et envoi des invitations.
- ➔ Conception et gestion d'un site internet dédié.
- ➔ Création des totems et des éléments pour l'habillage des locaux.





COMMERCIALISATION DES PRODUITS GROUPES ET INDIVIDUELS

Chiffres clés



Portefeuille de Meublés de Tourisme 2024

39

(64 en 2023)

Propriétaires accompagnés

33



Nombre de réservations

250

(275 en 2023)

Nombre total de nuits

2238

(2 790 nuits en 2023)

Nombre de touristes

932

(1 000 en 2023)



225 699 €

contre
239 000 € en 2023

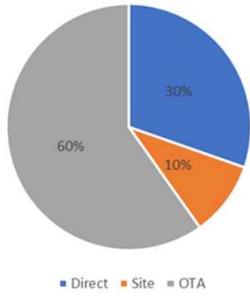
Taxes de Séjour

3865 €

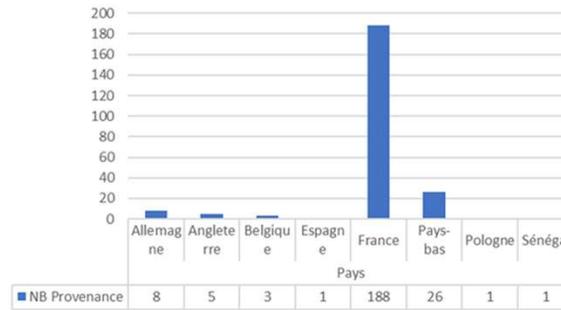
contre
3 100 € en 2023



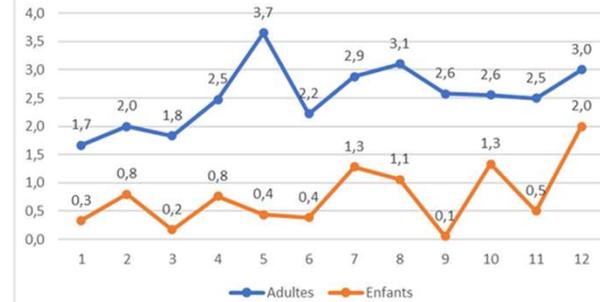
Part des ventes



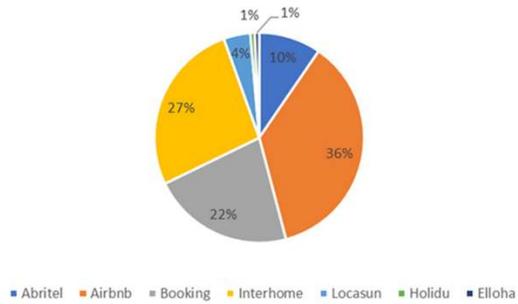
Provenance Pays



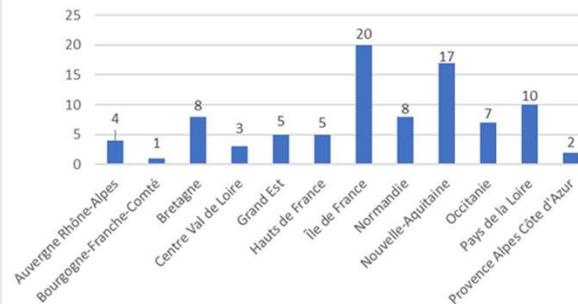
Adultes et Enfants en moyenne par mois



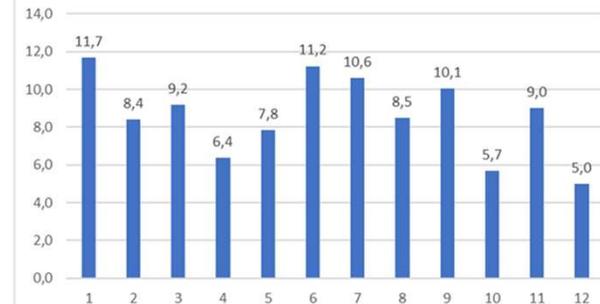
Total Pourcentage par OTA



Provenance Région

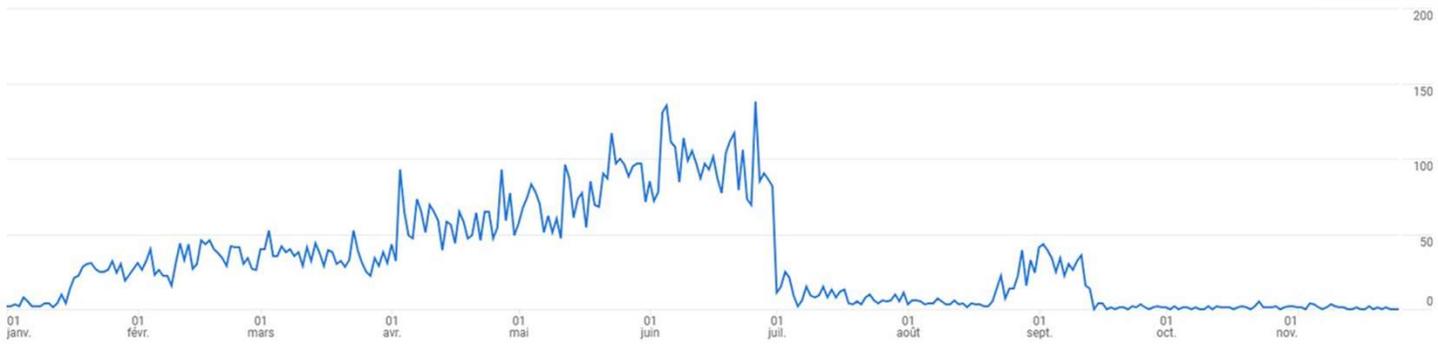


Nombre de jours en moyenne par mois



Utilisateurs actifs par Chemin de la page et classe de l'écran au fil du temps

Jour



	Chemin de la page...sse de l'écran	Vues	Utilisateurs actifs	Vues par utilisateur actif	Durée d'engagement moyenne par utilisateur actif	Nombre d'événements	Événements clés	Revenu total
<input type="checkbox"/>	Total	947 729 100 % du total	362 246 100 % du total	2,62 Égal à la moyenne	1 min 03 s Égal à la moyenne	2 629 744 100 % du total	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/>	1 /bastides-lot-et-garonne/	42 381	35 630	1,19	14 s	148 002	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/>	2 /	50 026	26 579	1,88	30 s	148 212	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/>	3 /sur-la-route-des-plus-beaux-villages-de-france-dans-le-lot-et-garonne/	29 857	21 707	1,38	58 s	97 418	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/>	4 /sortir/agenda/	42 932	18 017	2,38	47 s	108 404	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/>	5 /marches-nocturnes-le-gout-detre-ensemble/	15 628	11 247	1,39	49 s	51 396	0,00	0,00 €
<input checked="" type="checkbox"/>	6 /reserver-votre-location-de-vacances/	13 058	10 167	1,28	26 s	47 586	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/>	7 /sortir/patrimoine-culture/	16 038	9 152	1,75	20 s	37 059	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/>	8 /carte-interactive/	19 636	8 622	2,28	1 min 01 s	40 173	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/>	9 /savourer/marches/	13 830	7 198	1,92	33 s	29 661	0,00	0,00 €
<input type="checkbox"/>	10 /tour-de-france-2024/	8 887	6 875	1,29	32 s	22 095	0,00	0,00 €

CHIFFRES

225 699 € TTC DE VOLUME D'AFFAIRES TOTAL

34 800 € TTC DE MARGE BÉNÉFICIAIRE (35 800 € EN 2023)

Commissions + Frais de dossier + Assurance Annulation

RECRUTEMENT MEUBLÉS DE TOURISME

4 meublés de tourisme supplémentaires

CLIENTÈLE

250
contrats validés

70 % de réservation en ligne
contre 35% en 2023



4.5 CLIENTS SUR 5

sont satisfaits de nos services et
des meublés de tourisme.
soit un taux de satisfaction de 90 %
(sur Airbnb : 4.9 en moyenne, 92
évaluations 5*, 90% taux de réponse,
0% annulation)

20 % de clientèle étrangère

LOGICIEL ET OTA



OBJECTIF
UTILISATION SPI
90 % Atteint

COMMERCIALISATION SUR DIVERS OTA

60 % DES VENTES 20%

2023

- HOLIDU ^{nouveau}
- AIRBNB
- BOOKING
- LOCASUN
- ABRITEL
- GITES.FR ^{nouveau}



Partenariats

Diffusion des services du service de réservation avec la Conciergerie d'Ici - Septembre 2024

Création avec Evasion Sud Ouest d'une brochure spéciale pour les clients du service

Lien entre la Conciergerie Serenity47 et un propriétaire. La conciergerie a géré sur tout l'été le gîte.



Google ADS

Budget : 1853
Période : 15/01 au 30/06
Impressions : 562 768 Taux de clics : 1.46 %

Google My Business

3 pages "test" actives
LGM697 : 186 interactions
LGM283 : 230 interactions dont 12 clics vers site web
LGM693 : 217 interactions dont 2 clics vers site web



Newsletter

2 envois en mars et avril

Taux d'ouverture : 53.69%
(total : 429 sur 799)
et 53.72% en Avril
(total : 426 sur 793)

Clics sur "liens" : 8 % en Mars et 9 % sur celle d'Avril



Réseaux sociaux

Campagne Facebook :
Du 25/01 au 25/02

Couvertures : 49 088
Clics sur "lien" : 1 119
Réactions : 117



Chiffres clés



5 circuits vélo

Circuit Lot-et-Garonne
 Circuit Agen - Cahors
 Circuit Agen - Sarlat
 Circuit Bordeaux - Cahors
 Circuit Bordeaux -
 Toulouse



Volume d'affaires

46 380€ TTC

+ 37 %

Marge Bénéficiaire

4062€ TTC

+ 22 %



Clients

154

Nuitées

2 280



Provenance

Danemark : 13
 Royaume Uni : 25
 Suède : 15
 France : 22
 Etats Unis : 5
 Australie : 8
 Nouvelle-Zélande : 5
 Allemagne : 30
 Pays Bas : 4
 Canada : 11
 Hongrie : 2
 Norvège : 16



Satisfactions

Hausse du volume d'affaires
 et de la marge

PRODUITS GROUPES



PRODUITS

Création de 8 journées et 4 courts séjours groupes en relation avec l'évènement "Bastides en Fête"



VOLUME AFFAIRES

63 455 € TTC

+ 184%

MARGE BENEFICIAIRE

5 769 € TTC

+ 68 %



NOMBRE DE GROUPES

14 groupes (+100%)

10 (+66%) journées
4 séjours (+300%)

499 personnes
accueillies

+ 185%



PROVENANCE

8 de NA
5 d'Occitanie
1 Japon

PROMOTION

Workshop Ruban
Bleu Workshop
ADN tourisme



6 NEWSLETTERS

ciblées sur les évènements 2024 (Tour de France, Bastides en Fête, Center Parcs, Halloween).

114 téléchargements de la e-brochure groupes



4 EVENEMENTS PROFESSIONNELS

1 salon : WENDEL

1 INCENTIVE : AOSIS

2 séminaires :

SYSTEME U

CREDIT MUTUEL



PERSONNES ACCUEILLIES

703



VOLUME AFFAIRES

77 262€

- 36%