

TOURISME LOT-ET-GARONNE

Une agence au service du développement et
de l'attractivité touristique du Lot-et-Garonne

www.tourisme-lotetgaronne.com



**LOT
&
GAR
ON** 



Avec plus de 460 millions d'euros de retombées économiques directes, le tourisme en Lot-et-Garonne est bien plus qu'un secteur d'activité : il constitue un levier essentiel de développement, d'attractivité et de qualité de vie. Il contribue à faire rayonner notre destination tout en soutenant l'emploi, les services et les initiatives locales.

Que vous soyez élu, technicien de collectivité, professionnel du tourisme, partenaire institutionnel ou acteur engagé dans la valorisation de notre territoire, ce guide a été conçu pour vous accompagner dans la compréhension de l'organisation du tourisme et des missions de notre agence départementale.

Tourisme Lot-et-Garonne met son expertise au service de l'ensemble des acteurs du département. Outil d'ingénierie, de coordination, de promotion et de développement, nous accompagnons les collectivités, les professionnels et les porteurs de projets dans la structuration et la valorisation de l'offre touristique lot-et-garonnaise.

Nous espérons que ce guide vous sera utile et qu'il contribuera à renforcer les synergies entre tous ceux qui participent, chaque jour, à l'attractivité et au rayonnement du Lot-et-Garonne

Valérie TONIN

Présidente de Tourisme Lot-et-Garonne

SOMMAIRE

L'organisation territoriale du tourisme	4
Le tourisme en Lot-et-Garonne	6
Une agence au service de l'attractivité touristique	8
La stratégie de destination	10
Les outils et services : promotion et marketing touristique	12
Les outils et services : accompagnement des professionnels	16
Les outils et services : la filière itinérance douce	18
L'équipe	19



L'ORGANISATION TERRITORIALE DU TOURISME

UNE COMPÉTENCE PARTAGÉE

Le tourisme est une compétence exercée de manière **coordonnée** entre **l'État**, les **Régions**, les **Départements**, les **intercommunalités**. Il ne relève donc pas d'un seul acteur, mais d'une **organisation partagée**, dans laquelle chaque niveau de collectivité intervient selon son échelle d'action et ses responsabilités.

Cette répartition permet d'assurer une complémentarité entre les **orientations stratégiques**, le **développement de l'offre** touristique, **l'accompagnement des acteurs**, le **soutien aux équipements**, la **promotion des destinations**, **l'accueil des visiteurs** et **l'animation des territoires**.

Chaque acteur contribue ainsi au développement de l'attractivité des territoires, à la valorisation de l'offre et au soutien de l'économie locale.

L'État : définir le cadre et la stratégie nationale du tourisme

L'État fixe les **grandes orientations de la politique touristique française**.

Il intervient notamment pour :

- définir les règles et les classements touristiques ;
- conduire la promotion de la destination France à l'international ;
- accompagner la qualité et la compétitivité du secteur.

L'opérateur national est **Atout France** (Agence de développement touristique de la France).



La Région : piloter la stratégie de développement touristique régionale

La Région élabore la **stratégie touristique régionale** et coordonne les grandes actions de développement.

Elle intervient notamment pour :

- définir les priorités touristiques régionales ;
- soutenir les projets structurants ;
- coordonner la promotion et l'observation touristique ;
- accompagner les professionnels du tourisme.

La mise en œuvre de ces actions est confiée au **Comité Régional du Tourisme** (CRT).





Le Département : structurer et coordonner la stratégie touristique départementale

Le Département est un **acteur majeur du développement touristique** à l'échelle de son territoire. Il définit les **orientations** de sa politique touristique en cohérence avec le Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs (SRDTL) et élabore un **Schéma départemental du tourisme**, véritable feuille de route stratégique pour le développement touristique.

Ses missions portent principalement sur :

- la valorisation des sites et patrimoines et itinéraires ;
- l'accompagnement des territoires et des filières ;
- la promotion des destinations départementales ;
- l'ingénierie touristique et le soutien aux projets locaux.



Pour mettre en œuvre sa politique, le Conseil départemental s'appuie sur une **Agence de Développement Touristique** (ADT) ou un Comité Départemental du Tourisme (CDT), qui constitue son **outil opérationnel** sur le territoire.

Les intercommunalités : organiser l'accueil, la promotion et l'animation touristique locale

Les intercommunalités, en lien avec les communes, **assurent la mise en œuvre de la politique touristique locale.**

Leurs missions portent principalement sur :

- l'accueil et l'information des visiteurs ;
- la promotion touristique locale ;
- l'animation et la coordination des acteurs locaux ;
- le développement des équipements et de l'offre touristique locale.



Ces actions sont généralement confiées à un **Office de Tourisme.**

Un fonctionnement basé sur la coopération

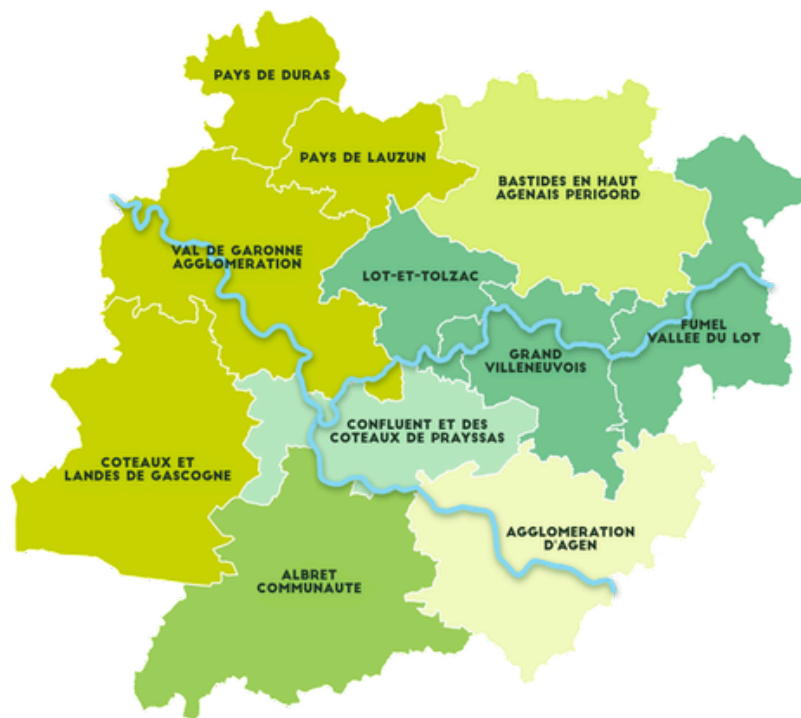
Le tourisme fonctionne grâce à une **coopération permanente entre les différents niveaux institutionnels et les acteurs privés.** Cette organisation permet :

- de construire une stratégie cohérente ;
- de soutenir l'économie locale et l'emploi ;
- de renforcer l'attractivité des territoires ;
- de développer une offre touristique adaptée aux habitants comme aux visiteurs.

LE TOURISME EN LOT-ET-GARONNE

Situé au cœur du Sud-Ouest, entre Bordeaux et Toulouse, le Lot-et-Garonne bénéficie d'une position géographique stratégique, accessible et propice aux courts comme aux longs séjours.

Avec **464 M€ de retombées économiques** directes et **7 millions de nuitées** annuelles, le tourisme constitue un **véritable levier d'attractivité et de développement**.



Le Lot-et-Garonne en chiffres

332 226 habitants

5 361 km² de superficie

319 communes

8 communautés de communes

3 communautés d'agglomération

Chef-lieu : Agen

ENQUÊTE DE CLIENTÈLE 2025



464 M€

de retombées
économiques directes



1 303 511

séjours



6 972 187

nuitées



5.3

jours par séjour en
moyenne



59% des séjours et **62%** des nuitées sont réalisés de mai à octobre



L'été (juillet et août) représente **34%** des nuitées en 2025, contre **50%** en 2019.



66,6 €

de dépenses par jour
et par personne

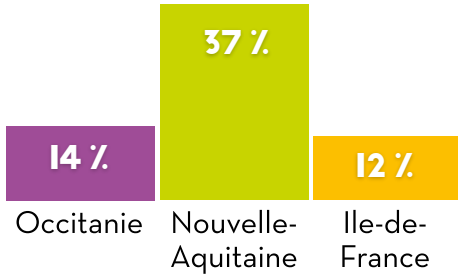


356 €

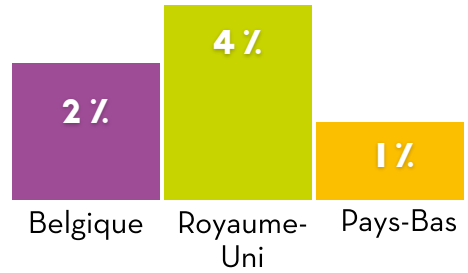
de budget moyen par
séjour et par personne

ORIGINE DE LA CLIENTÈLE

89% de la clientèle des séjours est **Française**



11% de la clientèle des séjours est **étrangère**



PROFIL DE LA CLIENTÈLE

1/3 des visiteurs ont **plus de 56 ans**

1/4 des visiteurs ont **moins de 25 ans**

67% des séjours sont réalisés par des **couples** et des **familles**



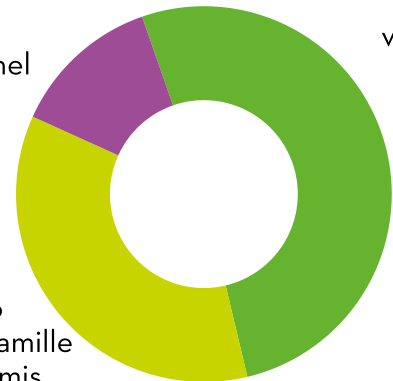
24% des séjours sont réalisés par des **retraités**

MOTIFS DE SÉJOUR

12% motif professionnel

48% vacances et loisirs

33% visite à la famille ou aux amis



RÉPARTITION DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

464 millions d'euros

de retombées économiques directes

199 M€
Hébergement

82 M€
Achats alimentaires, traiteurs

76 M€
Restaurants, cafés, bars

30 M€
Visites et activités

Sources : INSEE, étude des clientèles touristiques en Nouvelle-Aquitaine 2025, menée par IPSOS-BVA et pilotée par le CRT en partenariat avec Tourisme Lot-et-Garonne (étude disponible dans son intégralité sur l'espace pro).

UNE AGENCE AU SERVICE DE L'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE

Tourisme Lot-et-Garonne, Agence de développement et de réservation touristique du Lot-et-Garonne, est une association loi 1901, créée et financée par le Conseil départemental. Elle **prépare et met en œuvre la politique touristique départementale**. Ses missions portent sur le développement, la structuration et la promotion du tourisme en Lot-et-Garonne.

L'agence s'appuie sur une équipe de **16,3 ETP** et travaille aux côtés des collectivités, du CRT Nouvelle-Aquitaine, des offices de tourisme, des filières et des acteurs socioprofessionnels, dans une approche collective au service de **l'attractivité** et du **développement touristique** du Lot-et-Garonne.

Son budget est d'environ **1,5 M€**, constitué à plus de 90 % par la subvention du Conseil Départemental.

Sa gouvernance est assurée par un **Bureau composé de 15 membres**, réunissant des élus et des socioprofessionnels, auxquels s'ajoute un représentant des offices de tourisme. Cette pluralité permet de garantir une approche partagée et ancrée dans les réalités du territoire.

En tant qu'acteur pivot du développement touristique, Tourisme Lot-et-Garonne joue un rôle essentiel dans la **mise en réseau des acteurs**, la **coordination des initiatives** et la **structuration de l'offre touristique** et la **promotion de la destination** autour de son positionnement slow.

**Nombre de CDT / ADT
en France :**
101

**Budget moyen
par structure :**
2,09 M€

**Composition équipe
moyenne :**
19,5 salariés



LES MISSIONS DE L'AGENCE

OBSERVATION TOURISTIQUE



Approfondir la **connaissance des clientèles** du Lot-et-Garonne et des **flux touristiques** pour affiner les orientations stratégiques.

PROMOTION DE LA DESTINATION



Collecter et organiser la **diffusion de l'offre** touristique, **promouvoir la destination** et valoriser les **expériences du territoire** auprès des clientèles cibles. Favoriser l'appropriation de la marque de destination par les acteurs du territoire.

DÉVELOPPEMENT DES MOBILITÉS DOUCES



Créer, structurer, qualifier et promouvoir **l'offre d'itinérance douce**. Favoriser la découverte des territoires par le **slow tourisme** (randonnée, vélo, Terra Aventura).

INGÉNIERIE ET ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS DU TERRITOIRE



Accompagner les acteurs du territoire dans la montée en **qualité de l'offre**, dans la **transition numérique**, offrir des solutions de **commercialisation** et favoriser un **tourisme durable et inclusif**.

DÉVELOPPEMENT DES SYNERGIES



Développer les **coopérations** à l'échelle locale, interdépartementale et régionale. **Fédérer les acteurs du tourisme** départemental.

MEMBRES DU BUREAU

- **Valérie TONIN**, Vice-présidente du Conseil départemental, Présidente de Tourisme Lot-et-Garonne
- **Ludovic BIASOTTO**, Vice-président du Conseil départemental, en charge du Développement économique, du tourisme, et des politiques contractuelles
- **Jacques BILIRIT**, Vice-président du Conseil départemental, en charge de la culture
- **Marcel CALMETTE**, Conseiller départemental - Canton du Haut Agenais Périgord
- **Julie CASTILLO**, Conseillère départementale - Canton des Forêts de Gascogne
- **Sophie GARGOWITSCH**, Conseillère départementale - Canton du Fuméolois
- **Jacques GUILLET**, Président du Comité Départemental de la Randonnée Pédestre
- **Françoise LAURENT**, Conseillère départementale - Canton de l'Ouest Agenais
- **Bruno LAZZARINI**, Conseiller départemental - Canton de Villeneuve 1
- **Adrien PEDRAZZI**, Président de l'UMIH Lot-et-Garonne
- **Serge POLLONI**, Président du Comité Départemental de Cyclotourisme
- **Pascal SANCHEZ**, Président d'Evasion Sud-Ouest
- **Marielle TADIEU**, Présidente de l'association Agriculture et Tourisme 47
- **Gilbert TOVO**, Président des Gîtes de France Lot-et-Garonne
- **Sandrine VERTUT**, Directrice du Syndicat de l'Hôtellerie de Plein Air Dordogne / Lot-et-Garonne

LA STRATÉGIE DE DESTINATION

UN CAP POUR GUIDER L'ACTION TOURISTIQUE

Dans un environnement touristique très **concurrentiel**, une destination doit pouvoir être clairement **identifiée**, comprise et reconnue. Une **marque de destination** permet de rendre lisible ce qui fait la **singularité d'un territoire** : ses valeurs, ses atouts, son art de vivre et l'expérience qu'il propose aux visiteurs.

Pour le Lot-et-Garonne, cette démarche se traduit par la marque **Lot-et-Garonne Aime**. Plus qu'une identité visuelle, elle exprime la **personnalité de la destination** et porte une **vision de son attractivité touristique**.

Lot-et-Garonne Aime : une marque au service de la destination

La marque Lot-et-Garonne Aime exprime **l'identité touristique** du Lot-et-Garonne. Elle traduit les grands marqueurs, mais aussi les ambitions de la destination :

- un territoire au cœur du **Sud-Ouest** ;
- une destination **accueillante** et **chaleureuse** ;
- des **bastides**, des **villages** et un **patrimoine** à découvrir ;
- des paysages préservés, propices à l'**itinérance** à pied, à vélo ou sur l'eau ;
- une **terre gourmande** portée par la richesse de ses produits du terroir et de ses savoir-faire ;
- un département **simple, authentique**, favorable à un **tourisme plus doux** et plus **durable**.

Avec son **ton moderne, positif et facilement appropriable**, Lot-et-Garonne Aime permet de valoriser toute la richesse de l'offre départementale. Elle invite les acteurs touristiques, les collectivités, les habitants et les partenaires à partager ce qu'ils aiment du Lot-et-Garonne. Elle contribue à construire une **image plus forte** de la destination et à développer un **sentiment d'appartenance** autour de valeurs communes.

Un cadre pour orienter les actions

Les **valeurs** et les **atouts** exprimés par **Lot-et-Garonne Aime** donnent un **cap à l'action touristique**. Ils permettent de guider les choix menés en matière de promotion, de marketing, de développement de l'offre et d'accompagnement des acteurs.



LE POSITIONNEMENT DE LA DESTINATION

La **stratégie de destination** s'appuie sur les **atouts** qui font la **singularité du Lot-et-Garonne**. Ces **marqueurs identitaires** orientent le **développement touristique du territoire** et permettent de mieux répondre aux attentes des **clientèles ciblées** : familles, visiteurs urbains en quête de déconnexion, amateurs d'itinérance, de nature, de gastronomie et d'art de vivre.

La proximité

Le Lot-et-Garonne est une destination **accessible**, facile à rejoindre et à parcourir. La proximité est aussi **humaine** : elle se traduit par la **qualité de l'accueil**, la **simplicité** des échanges et **l'authenticité** des rencontres.



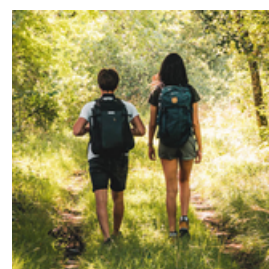
Un condensé du Sud-Ouest

Situé au **cœur du Sud-Ouest**, entre Périgord, Gascogne, Quercy et Landes, le Lot-et-Garonne concentre richesse du **patrimoine** et diversité des **paysages**. Il porte les valeurs fortes de cette région : **convivialité**, **gastronomie**, **partage**, **sens de la fête** et **art de vivre**.



Le slow tourisme

Le Lot-et-Garonne invite à ralentir et à profiter d'un **tourisme plus doux et plus durable**, au contact de la nature. **Itinérance** à pied, à vélo ou sur l'eau, **activités de plein air et paysages préservés** répondent aux attentes des visiteurs, notamment urbains, en quête de **sens** et de **déconnexion**.



Le goût du bien-vivre

Terre agricole et gourmande, le département se distingue par la diversité et la qualité de ses productions, de ses **marchés**, de ses **produits du terroir** et de ses **savoir-faire**. Le bien-vivre s'exprime dans l'assiette, dans les moments de partage et dans la **convivialité**.



LES OUTILS ET SERVICES

Promotion et marketing touristique

LE SITE INTERNET

tourisme-lotetgaronne.com

Le site internet est la **vitrine digitale grand public** de la destination et le **socle de son écosystème numérique**. Avec près de **800 000 visites par an**, il centralise l'offre touristique et propose des contenus inspirants pour séduire et renseigner les internautes. Il joue aussi un **rôle pivot dans la stratégie de visibilité en ligne** : les campagnes web, les réseaux sociaux renvoient vers ses contenus pour qualifier le trafic et accompagner les visiteurs dans leur parcours vers la réservation.



LA CARTE INTERACTIVE DES RANDONNÉES

rando.tourisme-lotetgaronne.com

La carte numérique des randonnées permet de consulter les **450 circuits officiels** du département, de télécharger les **fiches rando** ainsi que les traces GPX. Avec plus de **90 000 téléchargements** de fiches par an, elle constitue un outil pratique au service des visiteurs comme des habitants.

LA MÉDIATHÈQUE

mediatheque.tourisme-lotetgaronne.com

La médiathèque départementale est un **outil numérique mutualisé avec les offices de tourisme**. Elle met à disposition des **photos et vidéos** représentatives de la destination pour les professionnels du tourisme, la presse, les collectivités et toute structure souhaitant illustrer le territoire. Sa finalité est de renforcer la **qualité de l'image touristique** du département et de ses territoires.



LA BASE DE DONNÉES SIRTAQUI

SIRTAQUI est le **système d'information touristique partagé de Nouvelle-Aquitaine**. Il centralise les données de l'offre touristique, collectées et mises à jour par les offices de tourisme, les ADT/CDT et le CRT. Cet outil collaboratif permet de diffuser **une information fiable et harmonisée** à toutes les échelles : des sites internet et brochures des offices de tourisme, du département, du CRT, jusqu'à la plateforme nationale open data DATAtourisme. L'organisation est structurée en **trois niveaux d'intervention** :

- **régional** : le CRT pilote la gouvernance régionale du dispositif ;
- **départemental** : Tourisme Lot-et-Garonne forme, coordonne, **anime le réseau départemental**, tout en assurant le contrôle qualité des données ;
- **intercommunal** : les offices de tourisme collectent et actualisent la donnée en lien avec les prestataires.



LES RÉSEAUX SOCIAUX



FACEBOOK

26 k abonnés

Relayer l'actualité, valoriser la destination et son offre touristique auprès des locaux et des visiteurs.

FACEBOOK PRO

Espace dédié aux actus professionnelles



INSTAGRAM

12 k abonnés

Toucher des internautes en phase d'inspiration (jeunes familles, urbains) et valoriser l'image, les expériences.



TIKTOK

1 k abonnés

Capter l'attention des nouvelles générations via des formats vidéo courts, immersifs et créatifs.



LINKEDIN

1 k abonnés

Valoriser l'action de l'agence, ses projets et son expertise auprès des professionnels et des partenaires.



Astuce partenaire : pour plus de visibilité, taguez les comptes de Tourisme Lot-et-Garonne pour être relayés sur les publications de l'agence.

LES OUTILS DE MISE EN MARCHÉ

Tourisme Lot-et-Garonne accompagne les acteurs touristiques avec **des outils numériques destinés à améliorer la visibilité et la commercialisation de leurs offres**. Dans un environnement digital complexe et concurrentiel, ces solutions les aident à renforcer leur présence en ligne et à développer leurs ventes.

LA PLATEFORME ELLOHA

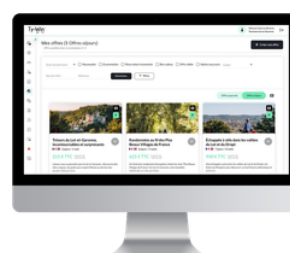
Elloha facilite la **gestion des disponibilités**, la **visibilité** et la **commercialisation en ligne** des offres touristiques.

Tourisme Lot-et-Garonne propose aux prestataires un **accès gratuit à la formule "Startup"**, ainsi qu'un accompagnement à la création du compte, à l'optimisation et à la mise en ligne des offres.



LA PLATEFORME T-WIN

Ty-Win est une nouvelle plateforme BtoB qui permet la **diffusion d'offres touristiques packagées** auprès des **distributeurs professionnels** (tour-opérateurs, agences de voyages). L'agence anime le dispositif à l'échelle départementale, accompagne la création de produits, la promotion et le suivi des résultats.



LES OUTILS ET SERVICES

Promotion et marketing touristique

LES SALONS ET ÉVÉNEMENTS

Tourisme Lot-et-Garonne participe à des **salons grand public et professionnels** afin de toucher des clientèles ciblées, en cohérence avec le positionnement de la destination. Ces opérations sont priorisées selon **les bassins de clientèle stratégiques**. Elles sont menées dans une **logique partenariale**, avec les offices de tourisme, d'autres départements ou le CRT.

A l'échelle locale, l'agence organise deux rendez-vous à destination des professionnels du tourisme, la **Bourse départementale aux dépliants** et les **Rencontres du Tourisme**, mais aussi un temps fort pour le grand public : **Bastides en Fête**.

LES CAMPAGNES MÉDIA ET WEB

Le plan média et les campagnes web constituent des outils de promotion permettant de **renforcer la visibilité** du département sur ses **marchés prioritaires**. Ils mobilisent différents leviers (campagnes digitales, insertions presse, partenariats médias, newsletters, sponsorship de posts, ect.) pour valoriser la destination, ses thématiques fortes et ses offres.

Ces actions sont priorisées selon les **marchés stratégiques** et les **publics les plus affinitaires** avec le positionnement de la destination. Le digital occupe une place centrale, car il permet un **ciblage précis** et une mesure des résultats. Dans ce domaine également, l'agence développe des actions partenariales, notamment avec le CRT et avec d'autres départements : au titre du **contrat de territoire "Sud-Ouest Authentique"** avec le Gers et le Tarn-et-Garonne, dans le cadre des grands itinéraires, etc.



LES RELATIONS PRESSE ET INFLUENCE



Les relations presse et influence permettent de **faire parler du Lot-et-Garonne** dans les **médias**, sur les **réseaux sociaux** et les **blogs**, à travers des reportages, articles, vidéos ou publications.

Tourisme Lot-et-Garonne identifie les sujets à valoriser, organise des **accueils de journalistes** et de **créateurs de contenu**, et développe des **collaborations** avec des influenceurs spécialisés dans le tourisme.

Ces actions peuvent être menées directement par l'agence ou dans le cadre de partenariats avec le CRT, d'autres départements ou les offices de tourisme.



LE POINT D'INFORMATION TOURISTIQUE AU CENTER PARCS

Le point d'information touristique départemental installé au cœur du domaine **Center Parcs** constitue un relai privilégié pour valoriser l'offre touristique du Lot-et-Garonne auprès des clientèles en séjour. Il vise à les inciter à **rayonner sur le territoire** tout au long de l'année, afin de favoriser des retombées pour les acteurs locaux.

Animé par une **conseillère en séjour de l'agence**, en binôme avec **l'office de tourisme des Landes et Coteaux de Gascogne**, il permet également de maintenir un contact direct avec les visiteurs et de mieux appréhender leurs attentes.



LES ÉDITIONS

Tourisme Lot-et-Garonne développe des **éditions** pensées pour accompagner les visiteurs **avant et pendant leur séjour**. La **carte touristique** recto-verso associe les grands sites touristiques du département à l'offre d'itinérance cyclotouristique et de randonnée, affirmant ainsi le **positionnement slow tourisme** de la destination. Elle est diffusée principalement dans les offices de tourisme, certains sites touristiques, sur les salons et sur demande.

Sur le site internet, les brochures numériques **Les Vadrouilles** proposent des idées de découvertes tout en s'intégrant dans une **stratégie de parcours client** : leur téléchargement permet de collecter de la donnée et d'adresser aux prospects des contenus ciblés afin de les accompagner progressivement vers la réservation.



LES OUTILS ET SERVICES

Accompagnement des socioprofessionnels

L'ESPACE PRO : UN OUTIL AU SERVICE DES ACTEURS DU TOURISME

Tourisme Lot-et-Garonne met à disposition des acteurs du tourisme un **Espace Pro** : une **plateforme d'information et de services** pour les hébergeurs, prestataires d'activités, offices de tourisme, élus, porteurs de projets, partenaires institutionnels et médias.

Accompagnement des professionnels et des collectivités dans le développement de leurs activités et vers un tourisme plus durable et plus inclusif.

Accès à des ressources, outils, veilles, actualités professionnelles du tourisme et informations sur les dispositifs d'accompagnement régulièrement mises à jour.

Partage des informations sur les actions menées par l'agence : webinaires d'accompagnement, réunions d'information, publications de données d'observation...

L'Espace Pro constitue également **un point de contact direct avec l'équipe de l'agence**, pour répondre aux besoins des partenaires, à leurs questions et les accompagner dans leurs projets. Les dernières informations sont régulièrement relayées sur les réseaux sociaux.

L'OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

Afin d'accompagner les professionnels et les collectivités dans leurs politiques touristiques, Tourisme Lot-et-Garonne développe une **mission d'observation** destinée à mieux **connaître les clientèles, mesurer la fréquentation** et **suivre l'évolution de l'offre**.

Cette mission s'appuie sur plusieurs outils et actions complémentaires :

- le déploiement d'outils d'analyse innovants comme **Flux Vision Tourisme** pour observer les flux de visiteurs sur le territoire, et **Lighthouse** pour suivre les locations saisonnières ;
- la production de **notes de conjoncture** et de **bilans de fréquentation**, permettant d'éclairer les décisions des élus et des professionnels ;
- le suivi de **l'offre touristique** grâce à la base de données SIRTAQUI qui recense près de **5 000 offres** dans le département ;
- la participation aux grandes **enquêtes régionales de clientèle** menées par le CRT Nouvelle-Aquitaine afin d'affiner la connaissance des visiteurs et de leurs comportements.

Ces outils permettent de disposer **d'indicateurs fiables** pour mieux comprendre les dynamiques touristiques, anticiper les évolutions du secteur et orienter les stratégies de développement.

LES LABELS ET LES DÉMARCHES QUALITÉ

Tourisme Lot-et-Garonne accompagne les professionnels du tourisme dans des **démarches ciblées de qualification et de labellisation**. Ces dispositifs permettent de garantir la **qualité de l'accueil**, de renforcer **l'attractivité de l'offre** et de répondre aux **attentes des clientèles**.

Tourisme et Handicap : accompagner le développement d'une offre accessible



Tourisme & Handicap est une **marque nationale qui** garantit un **accueil adapté et une accessibilité autonome pour les personnes en situation de handicap** : auditif, mental, moteur et visuel. Elle valorise les structures engagées dans une démarche inclusive et constitue un véritable gage de qualité d'accueil.

En Lot-et-Garonne, **Tourisme Lot-et-Garonne est le référent départemental de la marque**. À ce titre, l'agence accompagne les prestataires touristiques dans leur démarche de labellisation : information sur les critères, conseil, préparation des dossiers et suivi jusqu'à l'obtention du label.

Accueil Vélo : développer une offre adaptée aux clientèles cyclo



Accueil Vélo est une **marque nationale** garantissant des **services adaptés aux cyclistes** en itinérance ou en séjour.

Tourisme Lot-et-Garonne est l'unique **animateur et référent qualité de la marque dans le département**. L'agence accompagne les professionnels dans leur démarche de labellisation et assure le suivi de la qualité du réseau départemental ainsi que sa coordination.

LE CLASSEMENT DES MEUBLÉS DE TOURISME

Tourisme Lot-et-Garonne accompagne les propriétaires de meublés de tourisme dans leur démarche de classement officiel. L'agence est **agrée par l'AFNOR** pour réaliser les **visites de contrôle** et procéder au **classement des meublés de tourisme**.

Cette mission contribue à :

- accompagner les propriétaires dans l'amélioration de leur meublé et de leur accueil ;
- garantir la qualité de l'offre d'hébergement du territoire ;
- renforcer la confiance des visiteurs grâce à un classement officiel et reconnu ;
- valoriser les locations touristiques auprès des clientèles.

Le classement repose sur une visite d'inspection réalisée sur rendez-vous, dans le cadre d'une prestation réglementée.



LES OUTILS ET SERVICES

La filière itinérance douce

LA SIGNATURE EXPÉRIENTIELLE DU LOT-ET-GARONNE

Tourisme Lot-et-Garonne pilote et anime la filière de l'itinérance douce afin de **faire du département une destination de référence pour le vélo, la randonnée et les loisirs de pleine nature**. L'objectif est de proposer une offre cohérente, qualitative et adaptée aux nouvelles attentes des visiteurs, tout en valorisant les paysages et les grands itinéraires qui traversent le territoire.

Développer et coordonner la filière vélo

Tourisme Lot-et-Garonne assure la **coordination des grands itinéraires cyclables du département** et anime les partenariats avec les acteurs institutionnels et touristiques.

Cette mission comprend :

- l'animation et suivi des comités d'itinéraires ;
- le développement de boucles locales connectées aux grands itinéraires ;
- la diversification des pratiques.

Ce travail est mené en lien étroit avec les **services Tourisme et Mobilité du Conseil départemental** et les **collectivités partenaires**.

Structurer et valoriser l'offre randonnée

Tourisme Lot-et-Garonne contribue à la **mise en œuvre du PDIPR** (Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée) et veille à la **qualité du réseau départemental**.

À ce titre, l'agence :

- assure la création, la gestion et la promotion des itinéraires ;
- coordonne la maintenance, le balisage et la modification des sentiers ;
- développe de nouvelles connexions et boucles touristiques ;
- conçoit de nouveaux parcours accessibles ;
- participe au suivi SIG ;
- participe aux travaux de la CDESI ;
- assure la promotion des grands itinéraires.

Animer le dispositif Terra Aventura

Tourisme Lot-et-Garonne accompagne le **développement du dispositif régional Terra Aventura** en Lot-et-Garonne.

Avec une offre départementale de **48 circuits qui attirent plus de 200 000 joueurs par an**, cette chasse aux trésors numérique est un véritable outil de découverte ludique des territoires.

L'agence :

- coordonne et suit les circuits existants ;
- accompagne les offices de tourisme dans le maintien de la qualité des parcours ;
- étudie la création de nouveaux circuits thématiques ;
- assure la promotion des itinéraires.

L'ÉQUIPE

Valérie TONIN

Présidente

Maryse GARCIA ALVAREZ

Directrice

mgarcia@tourismelotetgaronne.com

Clément BERNATAS

*Commercialisation digitale
& développement BtoB*
cbernatas@tourismelotetgaronne.com

Marianne BONDARENKO

*Accueil et information
Center Parcs*

mbondarenko@tourismelotetgaronne.com

Stéphanie CAZIMAJOU

Promotion

scazimajou@tourismelotetgaronne.com

Coralie DUPUY

*Commercialisation & classement
des meublés de tourisme*
centrale@tourismelotetgaronne.com

Anne FERNANDEZ

*Directrice Adjointe
Pôle marketing & communication*
afernandez@tourismelotetgaronne.com

Brigitte FERREOL

*Assistanat de direction & classement
des meublés de tourisme*
bferreol@tourismelotetgaronne.com

Nadia GARGAT

Observatoire & médiathèque
nadiagargat@tourismelotetgaronne.com

Cécile LUISA

*Communication social média
& animation numérique*
cluisa@tourismelotetgaronne.com

Benoît MAFFIOLETTI

*Tourisme et Handicap
& Terra Aventura*
bmaffioletti@tourismelotetgaronne.com

Daniel MARTY

*Développement BtoB
& produits individuels*
dmarty@tourismelotetgaronne.com

Marie-Paule MARTY

Comptabilité
mpmarty@tourismelotetgaronne.com

Frédérique MERCIER

*Système d'information touristique
& observatoire*
f.mercier@tourismelotetgaronne.com

Yannis NERIA

Randonnée pédestre
randonnee@tourismelotetgaronne.com

Lionel POIRET

Projets numériques
lionel.poiret@tourismelotetgaronne.com

Jimmy POLESELLO

Développement de la filière vélo
jpolesello@tourismelotetgaronne.com

Estelle TREVISAN

*Pôle ingénierie, accompagnement
& tourisme durable*
etrevisan@tourismelotetgaronne.com



TOURISME LOT-ET-GARONNE

Agence de développement et de réservation touristique du Lot-et-Garonne

Bâtiment Alphagro 1 - ZI de Lasserre - 47310 ESTILLAC

Tel. 05 53 66 14 14

www.tourisme-lotetgaronne.com

**LOT
GAR
ON** 

