

COLA
2026



PROGRAMME

- 9h50** Lancement et actus du réseau (*Salle des fêtes*)
- Présentation des nouveaux
 - Retour sur 2025 et orientations 2026
- 10h30** Conférence (*Salle des fêtes*)
- 11h30** Pause
- 11h45** Atelier “Ma vision” (*Salle des fêtes*)
- 12h25** Photo de groupe (*Cour du cloître*)
- 12h30** Déjeuner (*Salle plénière*)
- 14h20** Ateliers “Mon offre et mes missions à l’horizon 2035” (*Salles du couvent*)
- 16h** Pause et retour à la salle des fêtes
- 16h15** Restitution et déclusion (*Salle des fêtes*)
- 17h** Fin de journée

COLA
2026

ACTUS DU RÉSEAU 2026

Présentation des nouveaux !

Bienvenue à : Cédric Fargues, Lucile Lopez, Manuela Ridet,
Romane Rigal, Kate Smadja, Bastien Vaucan,



ACTUS DU RÉSEAU 2026

Les avancées des actions présentées l'année dernière
Les grandes actions et évolutions de nos structures

Retour sur 2025...

Bilan positif pour la première année de gestion du Malbec Lounge

1200 dégustations en autonomie et plus de 800 dégustations avec une 40aine de vignerons

Record de fréquentation aux Phosphatières et inauguration du nouveau site

Plus de 20 000 visiteurs

Escape Game

Succès auprès des habitants et des touristes
++ pour les groupes et séminaires !



Mobilités

- Formations équipe dans le cadre de l'AMI
- Animations en gare et accueil en train
- Lauréat Cycling Hub
- Création des pages web « venir et se déplacer en Vallée du Lot » en mettant l'accent sur le "sans voiture"
- Consolidation de partenariats stratégiques avec SNCF, liO et le département du Lot (Vélot)
- Réunions groupe de travail mobilités du Lot
- Modèles réponses adaptés (GRC) : Voyager sans voiture + Stationnement pour pèlerins
- Immersions terrain : test des lignes car et bus pour mieux conseiller et reportage photos



4. STRATEGIE ET PLAN D'ACTIONS

Les objectifs stratégiques



4 objectifs stratégiques :

- Consolider l'excellence de l'**expérience de visite** sur la destination pour tous les visiteurs
- Valoriser les **filières identitaires** du territoire pour développer l'économie et se différencier
- **Diffuser les flux** sur la destination pour mieux répartir les retombées et faire rester plus longtemps sur le territoire
- Développer les flux sur les **ailes de saison** pour garantir un fonctionnement le moins saisonnier possible des professionnels



Les enjeux liés au **développement durable** sont intégrés de façon transversale à toutes les actions, afin de garantir une stratégie favorisant un développement responsable du tourisme.

4. STRATEGIE ET PLAN D'ACTIONS

Le plan d'actions



AXE A : MOBILITE ET ITINERANCES

Action A1 : Développer des équipements et services dédiés à l'itinérance

Action A2 : Renforcer la promotion de l'offre de mobilité douce

Action A3 : Valoriser et développer l'offre de loisirs liée aux rivières Lot et Célé

Action A4 : Harmoniser l'offre de services pour les clientèles de camping-caristes



Pélorine © Eyecloous

4. STRATEGIE ET PLAN D'ACTIONS

Le plan d'actions



Château de Haute-Serre © N. Dialet

AXE B : ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS

Action B1 : Renforcer l'attractivité de la destination pour les saisonniers

Action B2 : Améliorer la coordination de l'accompagnement des porteurs de projets

Action B3 : Renforcer l'accompagnement et l'animation des professionnels en lien avec les enjeux de durabilité

4. STRATEGIE ET PLAN D'ACTIONS

Le plan d'actions



© Eyestfocus

AXE C : IMAGE ET PROMOTION

Action C1 : Structurer le positionnement de la marque Cahors - Vallée du Lot

Action C2 : Valoriser et adapter les outils de communication auprès des clientèles cibles en intégrant les enjeux de développement durable

Action C3 : Renforcer l'appropriation de la marque par les acteurs touristiques

Action C4 : Mettre en place un plan d'actions dédié au BtoB

4. STRATEGIE ET PLAN D'ACTIONS

Le plan d'actions



Les phosphatibres du Cloup d'Aural à Bach ©C. Bouthé - Vent d'Auran

AXE D : STRUCTURATION ET ATTRACTIVITE DES FILIERES IDENTITAIRES

Action D1 : Renforcer la mise en récit et la valorisation des patrimoines

Action D2 : Consolider l'offre œnotouristique

Action D3 : Structurer et promouvoir la filière gastronomie

Action D4 : Qualifier l'offre de géo tourisme et la mettre en récit

Action D5 : Accompagner les activités sportives et ludiques de pleine nature

4. STRATEGIE ET PLAN D'ACTIONS

Le plan d'actions



AXE E : ACCUEIL ET INFORMATION

Action E1 : Adapter l'offre d'accueil de l'office de tourisme pour le maintien d'un service d'excellence

Action E2 : Renforcer l'accueil de segments spécifiques pour garantir la même qualité d'accueil pour tous à l'office de tourisme

Action E3 : Soutenir la qualité d'accueil de segments spécifiques sur la destination

Action E4 : Réaménager l'espace accueil de l'office de tourisme de Cahors



Accueil à l'office de tourisme © Eyestours

2025 : l'année du changement !

L'Office de Tourisme est devenu un **Service Public Administratif** (SPA) avec régie autonome

✿ Conseil d'Exploitation, une instance consultative constituée d'élus et professionnels du territoire

✿ Partenariat avec le **Parc - Géoparc** qui nous permet :

➔ Un accueil mutualisé



➔ Un professionnalisme accentué des missions menées par l'OT



COLA
2026

ACTUS 2026



2026 : on continue !



- * Partenariat avec le Parc - Géoparc **confirmé**, avec soutien sur les thématiques Marque Valeurs Parc (audit, comités d'attribution, valorisation...) & communication
- * Renouvellement de l'**accueil Hors-les-Murs** du dimanche matin, sur le marché des producteurs de Labastide-Murat

© OTCLM - J.Gouze





2026 : on continue !

✿ Renforcement de l'**animation** du réseau des pros

➡ Intégration à la newsletter départementale et meilleure mise en valeur du territoire

➡ Collaboration avec l'OT de Gourdon pour la Bourse aux dépliants

2026 : on continue !

* Qualification de l'offre en hausse

➔ **Hébergements** : formée pour
Chambres d'Hôtes Référence fin 2025 &
formation au classement des meublés fin
2026

➔ **Rando Etape & Accueil Vélo** : 2
gîtes d'étape doublement labellisés en
2025

➔ Relais pour la démarche
départementale **Clef Verte**





2026 : on continue !

✿ Communication

➤ **Guide touristique 2026 :**
même esprit, originalité et
identité

➤ **Site internet :** projet de
refonte en cours (plus moderne,
joli, pratique)

Récit de destination

Faire émerger une voix commune, cohérente et inspirante pour réaffirmer l'identité de la destination, fédérer les habitants, renforcer son attractivité.

2025

Ateliers équipe, pros et habitants
pour nourrir les futurs récits

2026 "Les Voix de la Vallée"

DORia - agent conversationnel

Manifeste

Campagne de communication 360

Rubrique attractivité sur site web

10 ans de l'OT



Comptoirs, escales et guinguettes

Comptoirs des voyageurs

Modernisation : Gramat, Carennac, Souillac

Études préalables : Martel et Aubazine

Itinérance : Triporteur et Tub

Escales des voyageurs

Nouvelles escales

Guinguettes des voyageurs

2 guinguettes estivales



Réseau des pros

Fédérer les acteurs engagés de la Vallée de la Dordogne.

2025

Club 4 saisons

Ateliers collectifs

Accompagnements individuels

≈ 30 partenaires

2026

Réseau des pros élargi 

Charte

Communication

Événementiel



COLA
2026

ACTUS 2026



Vallée de la Dordogne
ROCAMADOUR • PADIRAC
COLLONGES-LA-ROUGE

Qualification de l'offre

Tourisme & Handicap

Recensement de l'offre, formations...

Barrage labellisé en 2025

OT formé pour attribuer le label

Accueil Vélo

Barrage et bureaux labellisés en 2025

Destination d'excellence

Barrage labellisé en 2025 et OT en 2026

Qualidog

Charte de l'accueil canin

Destination labellisée en 2026



Ménage, Réflexions & Actions



UN CAP POUR LE TERRITOIRE : LE SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DU GRAND FIGEAC

OFFICE DE TOURISME GRAND-FIGEAC
VALLÉES DU LOT ET DE CÉLÉ

2 DEFIS

FAIRE DU GRAND-FIGEAC UNE DESTINATION DIFFÉRENCIÉE ET ATTRACTIVE EN MÉLANT LES AMBITIONS DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE / ÉCONOMIQUE ET CELLES DU DÉVELOPPEMENT DURABLE.

ÉLABORER UNE STRATÉGIE COHÉRENTE AVEC LES ENJEUX DE LA TRANSITION ENVIRONNEMENTALE ET L'ENSEMBLE DES POLITIQUES DE DÉVELOPPEMENT DU TERRITOIRE EN ANTICIPANT LES ÉVOLUTIONS SOCIÉTALES ET CLIMATIQUES .

LES CIBLES



HABITANTS



FAMILLES



COUPLES DOP



JEUNES
EUROPÉENS



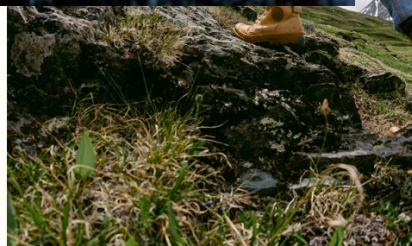
ITINÉRANTS



TOURISME
D'AFFAIRE



DEMARCHES
INCLUSIVES



LES OBJECTIFS

FAIRE RESTER PLUS LONGTEMPS LES VISITEURS ET ÉLARGIR LA SAISON VIA DES ÉQUIPEMENTS STRUCTURANTS QUALITATIFS ET DURABLES

SE DEMARQUER VIA UNE IDENTITÉ HYBRIDE ET DES VALEURS (HOSPITALITÉ, CURIOSITÉ, ORIGINALITÉ)

SE POSITIONNER DANS LES DOMAINES DE L'ITINÉRAIRE ET DES APN

RAJEUNIR LES CIBLES

RENFORCER DES DYNAMIQUES VERTUEUSES : CIRCUITS COURTS, LABEL ...

METTRE EN COHERENCE LES POLITIQUES PUBLIQUES : GOUVERNANCE

LES AXES



HEBERGEMENT



MOBILITÉ ET SERVICES
ASSOCIÉS



LOISIRS, CULTURE, PATRIMOINE



COMMUNICATION



GOUVERNANCE



GREEN DESTINATION

Destination
occitanie

GREEN DESTINATIONS EST UNE FONDATION INTERNATIONALE CRÉÉE EN 2014 BASÉE AUX PAYS-BAS, ACCRÉDITÉE POUR PORTER UN LABEL ET UNE CERTIFICATION RECONNUE PAR LE CONSEIL MONDIAL DU TOURISME DURABLE (GLOBAL SUSTAINABLE TOURISM COUNCIL - GSTC), LA PLUS HAUTE INSTANCE TRAITANT DU TOURISME DURABLE AU NIVEAU INTERNATIONAL. LA CERTIFICATION ENCOURAGE LES DESTINATIONS À TRAVAILLER SUR 6 GRANDES THÉMATIQUES :



GESTION DE LA DESTINATION



NATURE ET PAYSAGE



ENVIRONNEMENT ET CLIMAT



NATURE ET TRADITIONS



ENTREPRISES ET COMMUNICATION



BIEN-ÊTRE SOCIAL



75 CRITÈRES

L'APPROCHE DE GREEN DESTINATIONS, EN CONFORMITÉ AVEC LES EXIGENCES DU GSTC, REPOSE SUR LES GRANDS PRINCIPES SUIVANTS :

- UN TOURISME PLUS RESPONSABLE SUR UN TERRITOIRE PLUS RESPONSABLE
- UNE APPROCHE PAR LA GESTION DES RISQUES
- UNE DÉMARCHE PARTICIPATIVE QUI IMPLIQUE TOUTES LES PARTIES PRENANTES DU TERRITOIRE : VISITEURS, HABITANTS, ENTREPRISES, ...
- UNE RECHERCHE D'EXHAUSTIVITÉ MAIS DANS LA PROGRESSIVITÉ

AUDIT TOUTS LES 2 ANS APRÈS L'OBTENTION DE LA PREMIÈRE RECONNAISSANCE
OBJECTIF : AMÉLIORER LE CLASSEMENT À CHAQUE FOIS

PROGRESS



LA NOUVELLE IMAGE DE LA DESTINATION

UNE MARQUE DE DESTINATION POUR RÉVÉLER, FÉDÉRER,
GAGNER EN VISIBILITÉ/NOTORIÉTÉ/DIFFÉRENCIATION...

ATELIER COMMUNICATION – 6 MAI 2025 :

- ANALYSE CRITIQUE DU LOGO ACTUEL
- DÉFINITION DES ATTRIBUTS, VALEURS, PERSONNALITÉ ET PROMESSE DE LA MARQUE
- REJET D'UN DISCOURS TROP ADMINISTRATIF OU CONSUMÉRISTE

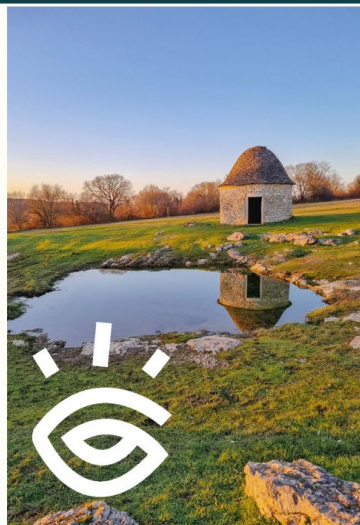
MOT-CLÉS POUR DÉFINIR LE TERRITOIRE

HUMBLE, AUTHENTIQUE, VIVANT,
HYBRIDE, ACCUEILLANT, TOURNÉ
VERS L'ITINÉRAIRE ET LA
DÉCOUVERTE, AUTHENTICITÉ,
HYBRIDATION, NATURE + CULTURE,
VIVRE VRAI, UN TERRITOIRE HABITÉ
ET VIVANT,
UNE PROMESSE : UN TERRITOIRE
POUR LES DÉCOUVREURS, OÙ L'ON
VIT PLUS QU'ON NE VISITE.

FIGEAC
Causses et
Vallées du Lot

SIGNATURE :

**S'ÉMERVEILLER EN
CHEMIN**



COLA
2026

BILAN 2025

GRAND
FIGEAC
Vallées du Lot et du Cèze
TOURISME

BILAN DU FONCTIONNEMENT ACTUEL

CE QUI MOTIVE L'ÉQUIPE



HUMAIN / RENCONTRES
ATTACHEMENT AU TERRITOIRE, ENVIE DE LE VALORISER
SERVICE PUBLIC - AIDER - SERVIR

CE QUI PEUT DÉMOTIVER / FAIRE DOUTER



MANQUE DE MOYENS HUMAINS AVEC TOUJOURS PLUS
DE DIVERSITÉ DE MISSIONS

CE QUE J'AI APPRIS CE DONT JE SUIS FIÈRE



PROFESSIONNALISATION DU MÉTIER
APPARTENIR À UNE STRUCTURE SOLIDE, PROFESSIONNELLE ET HUMAINE AVEC L'ENVIE DE FAIRE TOUJOURS MIEUX

CE QUE JE SOUHAITERAIS DÉVELOPPER



MAINTENIR ET AMPLIFIER LA PLACE CENTRALE
PRIORISER, CHOISIR ... ET RENONCER
DONNER DU SENS



STRATÉGIE OFFICE DU TOURISME 2026-2030

POURQUOI → QUOI QUEL CONTENU → COMMENT EN FAIRE → LE QUE DE CHIFFRE

FAIRE DU GRAND-FIGEAC UNE DESTINATION À VIVRE, DIFFÉRENCIANTE, VISIBLE ET DURABLE.
UN TOURISME QUI : SOUTIEN L'ÉCONOMIE LOCALE, RENFORCE LA QUALITÉ DE VIE, VALORISE LES SINGULARITÉS DU TERRITOIRE, S'INSCRIT DANS LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE.
LE TOURISME EST UN LEVIER DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL, PAS UNE FIN EN SOI.



UN CADRE PARTAGE
→ SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE
→ STRATEGIES COMMUNICATIVES, DÉPARTEMENTALES & PERSONNELLES
→ DÉFINITION CROISÉE DESTINATIONS
→ NOUVELLE MARQUE DE DESTINATION
UNE ACTION ALIGNED, COHÉRIENTE ET RESPONSABLE

LES NOUVELLES DONNÉES
OFFRE CLIMATIQUE & SÉRIÉTÉ
CONTRAINTES BUDGÉTAIRES
ÉVOLUTION NUMÉRIQUE & NOUVEAUX USAGES
MOBILITÉS & INTÉRIEUR



RÉGULARITÉ
AIRE DANS LE RESPECT DES ÉQUILIBRES
ENVIRONNEMENTAUX, SOCIAUX ET ÉCONOMIQUES,
EN INTÉGRANT LES ENJEUX CLIMATIQUES DANS
TOUTES NOS DÉCISIONS.

COOPÉRATION
CONSTRUIRE AVEC LES AÛLES, LES PROFESSIONNELS, LES
HABITANTS ET LES PARTENAIRES,
DANS UNE LOGIQUE DE CONFIANCE, DE MUTUALISATION
ET D'INTELLIGENCE COLLECTIVE.

HOSPITALITÉ & CONSTATATION
ACCUEILLIR CHACUN AVEC ÉCOUTE,
RESPECT ET ATTENTION,
QUEL SOIT VISITEUR, HABITANT,
PROFESSIONNEL OU PARTENAIRE.

ANCRAGE TERRITORIAL
VALORISER UN TERRITOIRE VIVANT,
HAÛTE, HABITÉE,
EN LIEN AVEC SON ÉCONOMIE, SES
SAVOIR-FAIRE ET SA CULTURE.

SINCÉRITÉ & SÉRIÉTÉ
ASSUMER SES CHOIX CLAIRS, MESURÉS
ET RESPONSABLES,
DIRE CE QUE L'ON FAIT, FAIRE CE QUE
L'ON DIT, SANS SUCCÈS.



11 ETP PERMANENTS
+2.18 ETP RÉPARTIS SUR LES 6 BIT / 8 POSTES SAISONNIERS

ENJEUX

1. Réduire la polyvalence subie et la charge mentale
2. Consolider les compétences et les trajectoires professionnelles
3. Renforcer la qualité de vie au travail

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS RH (2026-2027)

1. Structurer l'organisation en pôles clairs, avec pilotes identifiés
2. Mettre en place des bornes pour sécuriser les missions
3. Déployer un plan de montée en compétences cible
 - Communication (stratégique, éditorial, digital, RGAA)
 - Durabilité / Green Destination
 - Commercialisation et relation client
 - Accompagnement des professionnels
4. Gestion du stress / organisation / polyvalence raisonnée
5. Installer une culture RH fondée sur la QVCT



Enjeux et objectifs à mettre en corrélation
avec des ambitions en terme d'actions
Faire des choix et établir les priorités
annuelles

LE RÔLE DE L'OFFICE DE TOURISME

UN ACTEUR TERRITORIAL AU SERVICE DU PROJET DE DESTINATION
L'OFFICE EST :
→ LE LIEN DE LIEN ET DE COHÉRIENCE TERRITORIALE
→ LE RAYONNEMENT DE COOPÉRATIONS
→ LE THÈME DE CONFIANCE
→ LE CHIEF D'ORCHESTRE DE L'EXPERIENCE TERRITORIALE
L'OFFICE DOIT ÊTRE LE LIEN DE LA COHÉRIENCE ET DE LA LIABILITÉ À L'ACTION TOURISTIQUE

À INFORMATION
ET RESTE DU TERRITOIRE
IL HUMAIN & MULTICENTRAL
TICE - OUTILS NUMÉRIQUES
TRAVAIL ÉCOUTE PERSONNEL
JON SUR LES 60 COMMUNES
RENCE - LEVIER ÉCONOMIQUE

SOLIDARITÉ ET TERRITORIAL
ON
DU TRAVAIL
À COOPÉRATION
ONSAÛTÉ
ET ORGANISATION

AXE 1 - STRATÉGIE & PILOTAGE
→ DÉRIVER DU SENS ET MESURER
→ PRÉSENTATION DES ACTIONS DANS UN BUDGET MONTRE MAIS
SURVIVRE
→ INNOVATEURS PARTENAIRES ÉVALUATION CONTINUE
→ COHÉRIENCE AVEC LES POLITIQUES PUBLIQUES
PASSER À UNE LOGIQUE D'IMPACT

AXE 3 - COMMUNICATION & PROMOTION
→ RENDRE LISIBLE ET DÉSIABLE
→ DÉVELOPPEMENT DE LA MARQUE
→ RÊTE COMMUN À IDENTITÉ HAÛTE
→ PROMOTION RESPONSABLE ET CIBLÉE
→ MUTUALISATION DES CONTENUS
MOINS DE DISPERSION, PLUS D'IMPACT



Accueil :

- Travaux Cajarc
- Formation gestion de conflit
- Améliorer la qualification des visiteurs en bureau

COM

- Poursuite des réflexions sur la marque de destination :
Charte édit, stratégie de com ...
Application interne à l'OT et dissémination territoriale

Finaliser la
stratégie et le plan
d'actions 2026

Inauguration voie Verte
& base Trail
Site mémoriel Gabaudet

Pro :

- conférences
- Terroir dans l'assiette
- Bourse dépliant 26 mars

Ressources :

- Stratégie boutique
- indicateurs



BILAN 2025... et en 2026

ORGANISATION DE LA NOUVELLE STRUCTURE

2025

- Mise en place de l'office de tourisme "Pays de Gourdon, entre Lot & Dordogne" : nouvel organigramme, intégration de nouveaux collègues, nouveaux pôles, nouveau CODIR, ...
- Demande de classement de l'Office de tourisme (09/12/25)



2026

- Destination d'Excellence : mobilisation de l'équipe pour l'obtention du label
- Accueil : SADI : stratégie structurante de l'accueil sur la destination → clarifier et renforcer le rôle de l'OT comme chef de fil
- Refonte de la boutique



2025

- Porteurs de projets : Communautés de communes Cazals-Salviac et Quercy Bouriane → projets structurants développer sur la prochaine mandature *(PEM, voies cyclables et jonctions)*
- Inauguration du 1er tronçon lotois “VéLot” entre Le Vigan-en-Quercy et Gourdon, prolongement de l’axe Gourdon-Sarlat



2026

- CCQB + OTI : Programme collectif “Mobilité Touristique Durable” → CEREMA (étab. public : Centre d'études et d'expertise sur les risques, l'environnement, la mobilité et l'aménagement) : diagnostic spécifique du territoire + élaboration d'une stratégie globale
- Mise en place d'outils “Accueil” pour la valorisation des offres de mobilité existantes

COLA
2026

COMMERCIALISATION

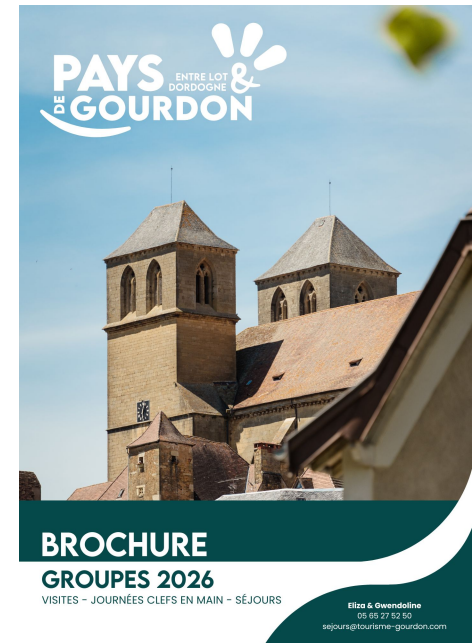
2025 :

- Création & organisation du pôle
- L'OT est immatriculé au 01/04/2025 !
- Création des 1ers séjours "APN" et "Culture & Patrimoine", nouvelle VG du Château de Peyrilles
- 1ères ventes de séjours !!



2026 :

- Intégration de l'OT au Club "Destination Groupes Lot" d'ADN Tourisme
- Développement de l'offre de séjours et d'accueils groupes
- Élaboration de la brochure "Groupes & Séjours"



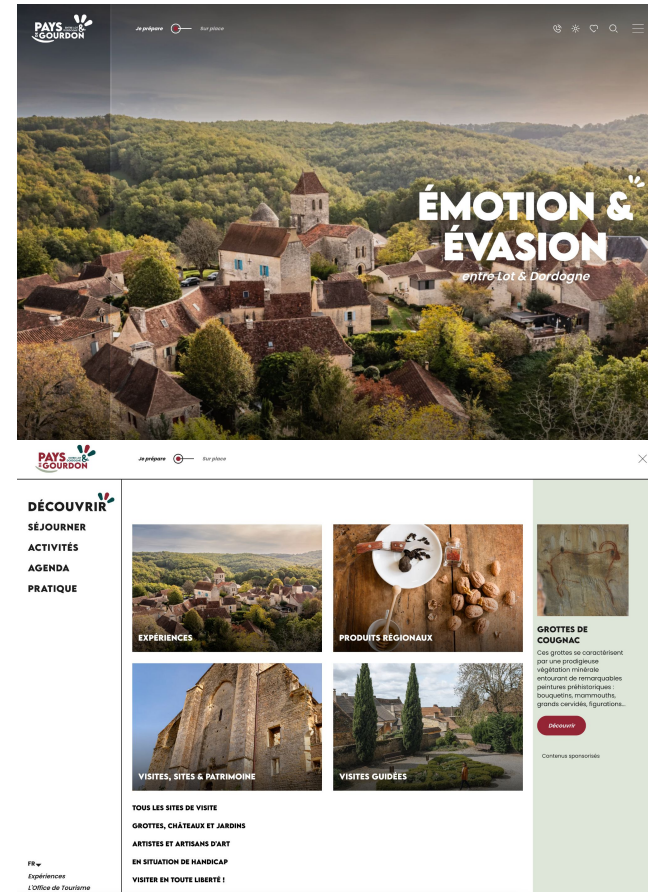
COLA
2026

PROMOTION ET COMMUNICATION



2025 :

- Nouvelle charte graphique
- Création & mise en ligne du nouveau site web
- Élaboration du nouveau magazine de destination



2026 :

- Nouvelle édition : Mon carnet "Shopping Local"
- Évolution du nouveau site web : phase II
- Chantier sur les réseaux sociaux !

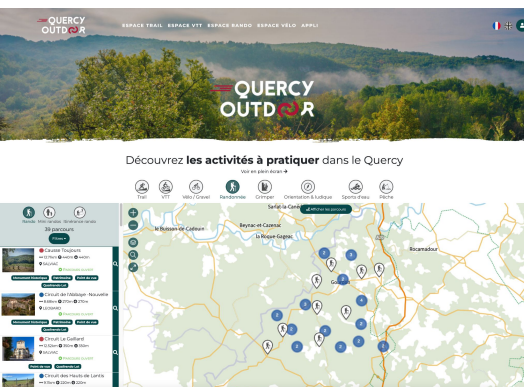
COLA
2026

ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE



2025 :

- État des lieux de l'offre PR sur Quercy Bouriane
- Refonte du site et de l'application "Quercy Outdoor"
- Intégration du portail Quercy Outdoor au site web de destination
- Gravel : 3 circuits : 1 Lot Tourisme + 2 créations OTI
- Obtention d'un nouveau label FFVélo : Base Rando Gravel
(2024 : Label Base VTT-FFVélo et Espace Outdoor FF-Triathlon)



2026 :

- Présentation du diagnostic et proposition du projet de déploiement de Quercy Outdoor sur Quercy Bouriane
- Activation des "Sentinelles Quercy Outdoor"
- Déploiement des labels "Accueil Vélo" et "Hébergement Pêche" sur la destination



COLA
2026

ACTUS 2026

LOT TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

11/2025 départ de **Matthieu Bésalduch** 2026: Recrutement en cours (poste rando pédestre)

2025: refonte de la charte
“**Qualirando Lot**”
2026: mise en application



2025: Refonte du document
print “**Vélo , VTT et Gravel**”
2026: sortie de l’édition

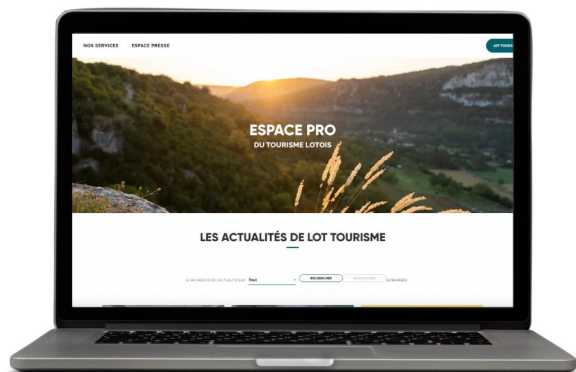


Fin 2025 arrêt de l’application
“**Circuits Lot & Dordogne**”
2026: Nouveau projet en cours



ACTUS 2026

2026 : mise en ligne d'un nouveau **centre de ressources de Lot Tourisme**



Avril 2026 : adoption du nouveau **schéma départemental du Tourisme 2026-2028**

Action +: Tourisme social

Action - : Ingénierie collectivités

1er trimestre 2026 : mise en ligne de la plateforme de data visualisation **“Lot Tourisme Analyses”**



2026 : mise en ligne de l'outil régional IA **“Tourisme et Loisirs”**

CONFÉRENCE

Intervention de Jean-Baptiste Soubaigné de la Mona

COLA
2026

À BIENTÔT !

