



Schéma
départemental du
tourisme du Lot

2026-2028

LE MOT DU PRÉSIDENT



Suite à ma prise officielle de fonction en charge du tourisme en octobre 2024, j'ai souhaité qu'une actualisation de ce schéma pour la période 2026 à 2028 soit réalisée.

Mon arrivée a aussi coïncidé avec l'annonce de fortes contraintes budgétaires liées aux finances de l'État et nous savons que les finances publiques seront de plus en plus contraintes. Pour autant, le département est pleinement conscient de l'importance du secteur touristique pour le territoire.

Ce nouveau schéma ne remet donc pas en cause la stratégie poursuivie et traduit une forme d'acte 2 du précédent schéma qui se veut parfaitement en phase avec la vision de l'Assemblée des départements de France.

« Dans la période difficile que traverse notre pays, tant d'un point de vue économique que social, l'action des Départements s'avère d'autant plus cruciale. (-)

Grâce au tourisme, des patrimoines sont réhabilités et ouverts à la visite, des activités culturelles et de loisirs sont rendues possibles, également accessibles aux habitants, qui bénéficient ainsi d'une qualité de vie enrichie.

Parce qu'il donne l'occasion de recevoir et de rencontrer des personnes venues d'ailleurs, le tourisme favorise la tolérance, combat le sentiment d'isolement, et renforce la fierté d'habiter là où d'autres ont choisi de venir le temps d'un week-end ou pour des vacances.

De tous temps, et plus encore depuis l'instauration d'une compétence partagée, les Départements, directement et par l'intermédiaire de leurs ADT (qui associent toutes les forces vives du tourisme départemental) agissent pour bâtir et adapter un tourisme compétitif dans un souci d'équilibre territorial. »

Nous revenons ici aux fondamentaux du tourisme et au sens profond de l'action départementale qui a inspiré la réalisation de ce document qui nous projette à l'horizon 2028.

Jean-Pierre Jammes

Vice-président du Département en charge
du Tourisme et du Sport
Président de Lot Tourisme

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end.

SOMMAIRE

PARTIE I :

Cadre d'action et méthodologie

PARTIE II :

Les grandes tendances du tourisme dans le Lot

PARTIE III :

Contexte et enjeux

PARTIE IV :

Le positionnement

PARTIE V :

Stratégie & Plan d'action





Partie I
Cadre d'action
& méthodologie

CADRE D'ACTION & MÉTHODOLOGIE

L'objectif n'a pas été de réinterroger en profondeur la stratégie en cours mais de l'adapter en précisant les conditions opérationnelles de sa poursuite. Pour cela, il s'est agi de :

- ⇒ S'appuyer sur le bilan du précédent schéma qui dégage les points forts et les points faibles des actions menées sur 2022-2025.
- ⇒ Identifier les nouveaux facteurs liés aux récentes évolutions environnementales, technologiques, climatiques, économiques et organisationnelles affectant le secteur du tourisme et considérer les impacts.
- ⇒ Prendre en compte la contrainte des moyens du département et de Lot Tourisme sur la période.
- ⇒ Concevoir une méthodologie légère impliquant un travail piloté et réalisé par l'équipe de Lot Tourisme.
- ⇒ Réaliser un support qui est une actualisation du précédent schéma et donc une forme d'acte 2 du schéma 2022-2025. La stratégie ajustée s'accompagne d'un plan d'action précis qui constitue la feuille de route de l'action touristique départementale et de Lot Tourisme sur les 3 années à venir.



UNE DÉMARCHE EN TROIS TEMPS

Temps 1

Formalisation d'un état des lieux :

Une base de connaissance et d'analyse très synthétique qui a alimenté les phases de concertation et de production

Il porte sur la réalisation de deux éléments distincts :

- Un bilan du précédent schéma
- Un diagnostic synthétique du tourisme lotois



UNE DÉMARCHE EN TROIS TEMPS



Temps 2

Concertation avec les parties prenantes :

- Les territoires infra-départementaux représentés par les Offices de tourisme/Communautés de communes.
- Le PNR Géoparc Mondial UNESCO.
- Les prestataires touristiques lotois représentés par les groupements de professionnels & la CCI du Lot
- Les acteurs de l'agritourisme : chambre d'agriculture du Lot et Accueil Paysan

L'objectif a été de vérifier la complémentarité des stratégies et actions, mais surtout de faire préciser aux partenaires quelles sont leurs attentes prioritaires vis-à-vis de l'action touristique départementale et plus précisément sur le rôle et l'appui de Lot Tourisme.



UNE DÉMARCHE EN TROIS TEMPS

Temps 3

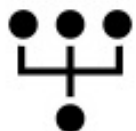
Actualisation de la stratégie & formalisation du plan d'action :

Travaux menés en interne à Lot Tourisme qui visent à croiser le bilan du précédent schéma, les orientations qui se dégagent de la phase de concertation et le cadre de contrainte budgétaire sur les trois années concernées.

Ce travail a été piloté par l'équipe de direction de Lot Tourisme en lien avec les services du département avec des phases de validation associant le Bureau et le CA de Lot Tourisme.



PHASAGE DU PROJET ET INSTANCES DE VALIDATION



I- MÉTHODOLOGIE
Validation des attendus et de la méthodologie



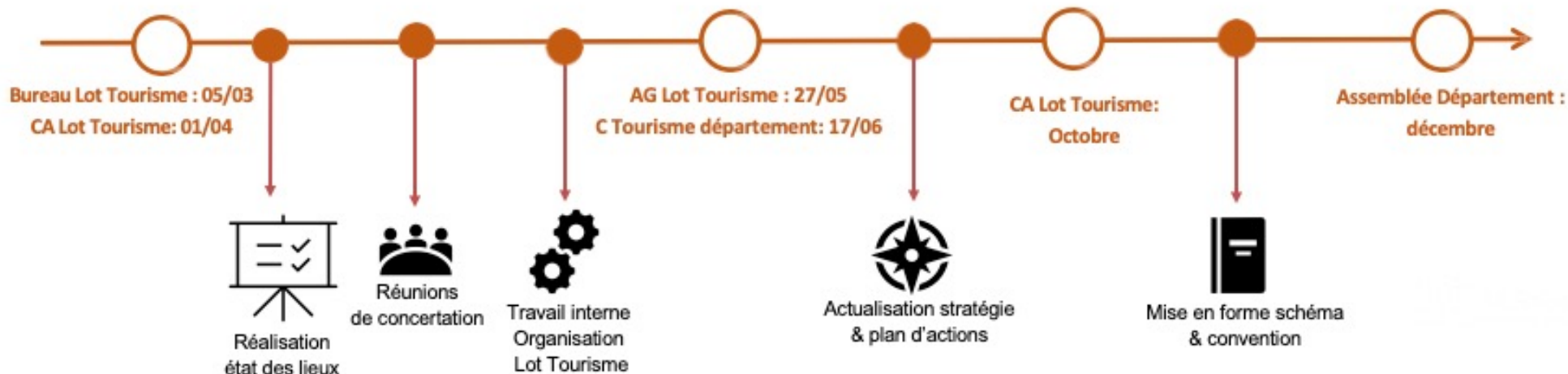
II- ETAT DES LIEUX & STRATÉGIE
Validation diagnostic & orientations



III- ACTIONS
Validation plan d'action & organisation Lot Tourisme



IV- APPROBATION
Validant du schéma & nouvelle convention





Partie II

Grandes tendances du tourisme lotois

LES NUITÉES TOURISTIQUES DANS LE LOT

Un nouveau « pallier » de fréquentation a été franchi



9,2 millions
de nuitées
touristiques



23-24

-1%
Par rapport
à 2023

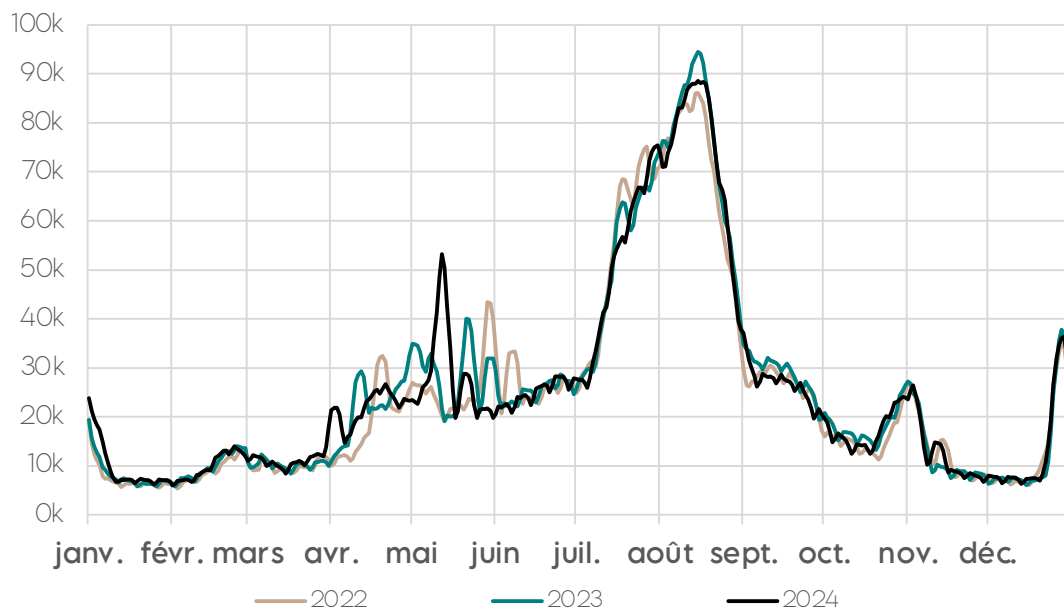


61%
durant les
vacances

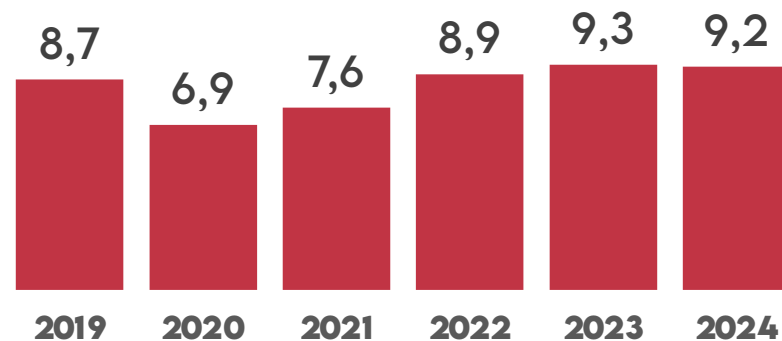
- Une fréquentation qui connaît une dynamique positive depuis 3 ans et qui se positionne à un niveau supérieur à celui de la période pré-pandémique
- Une saisonnalité qui reste encore « maîtrisée » avec un ratio de nuitées hors vacances scolaires qui demeure stable depuis 3 ans

Nuitées quotidiennes dans le Lot (moyennes mobiles sur 5 jours)

Source : Lot Tourisme d'après Orange / Flux Vision Tourisme 2019-2024



Nuitées annuelles dans le Lot (en millions)



Nuitées journalières filtrées sur la catégorie « Touriste » et excluant les provenances « Local »

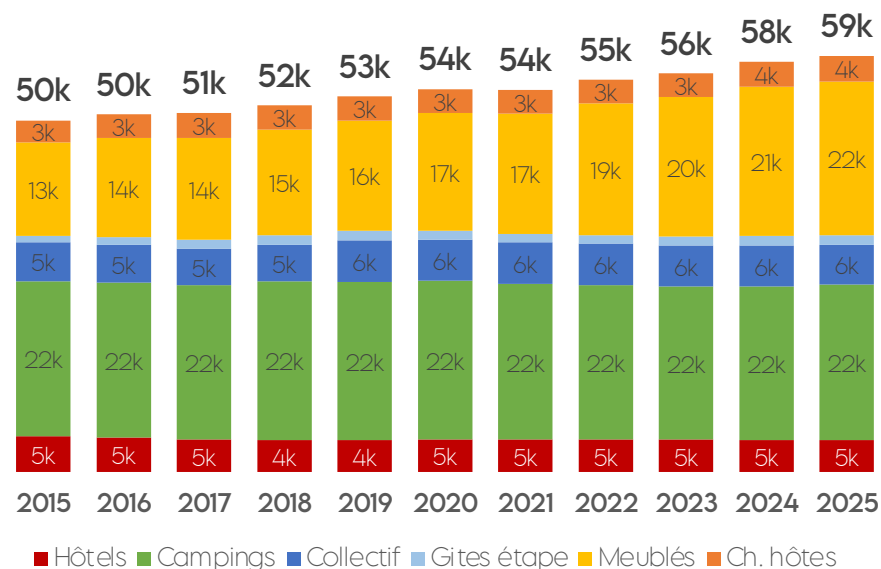
LA CAPACITE D'ACCUEIL MARCHANDE

Une dynamique de croissance tirée par l'hébergement non professionnel



Capacité d'accueil marchande dans le Lot

Source : INSEE et SIT



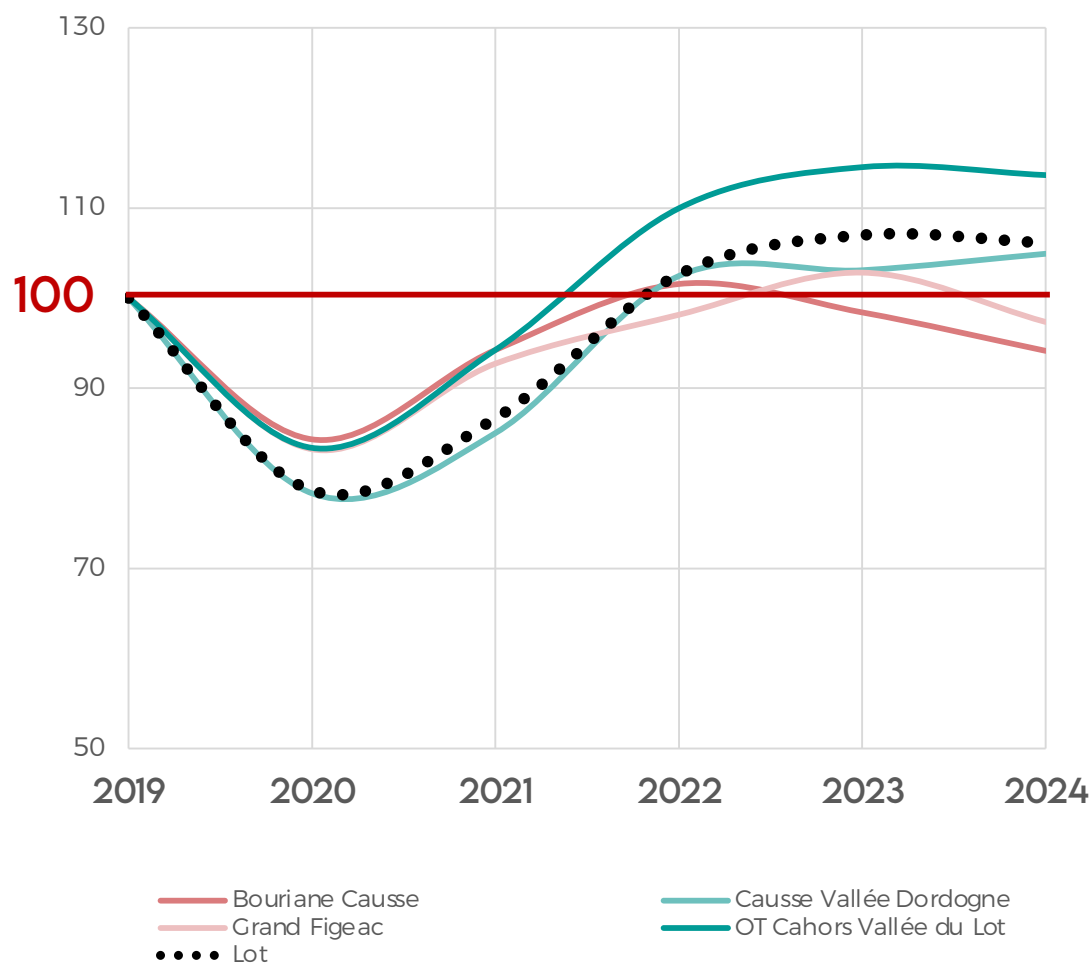
- Une progression de la fréquentation liée à l'essor significatif du parc marchand sur les 10 dernières années (+18%)
- De nettes disparités selon les segments :
 - Une progression globale principalement tirée par le secteur non marchand : locatif saisonnier (+65%) et chambres d'hôtes (+15%)
 - Une stabilité de l'offre en hôtellerie de plein air et en hébergements collectifs
 - Une érosion qui continue d'affecter l'hôtellerie traditionnelle (-10%)
- Pour autant entre 2019 et 2024, l'offre a augmentée plus rapidement (+9,2%) que la fréquentation (+5,7%)

LES NUITÉES TOURISTIQUES DANS LE LOT

Une redistribution saisonnière des nuitées depuis l'après COVID ?

Evolution annuelle des nuitées sur les principaux mois de la saison

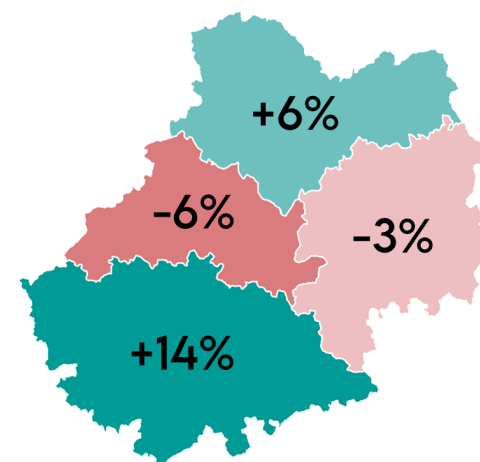
Source : Lot Tourisme d'après Orange / Flux Vision Tourisme 2019-2024
(base 100 en 2019)



La comparaison de l'évolution de la fréquentation entre les zones touristiques met en lumière de nettes disparités par rapport à la tendance départementale.

On observe ainsi, depuis la période post-COVID, un phénomène de redistribution des nuitées entre les différents espaces infra-départementaux, avec :

- Des zones qui enregistrent une progression plus marquée telles Cahors-Vallée du Lot (+14%) ou la Vallée de la Dordogne lotoise (+6%) ;
- Des zones qui ne sont pas parvenues à retrouver les niveaux de fréquentation de 2019 : Grand Figeac (-3%) et Causse-Bouriane (-6%).

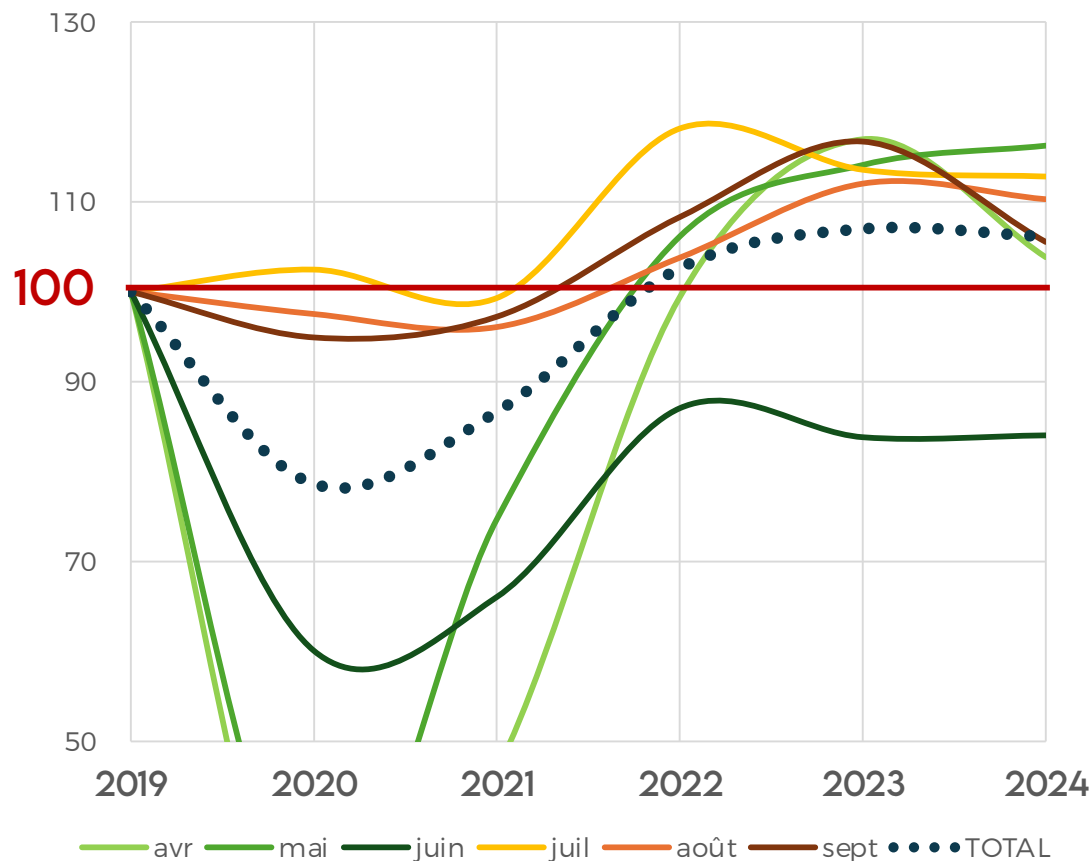


LES NUITÉES TOURISTIQUES DANS LE LOT

Une redistribution saisonnière des nuitées depuis l'après COVID ?

Evolution annuelle des nuitées sur les principaux mois de la saison (base 100 en 2019)

Source : Lot Tourisme d'après Orange / Flux Vision Tourisme 2019-2024



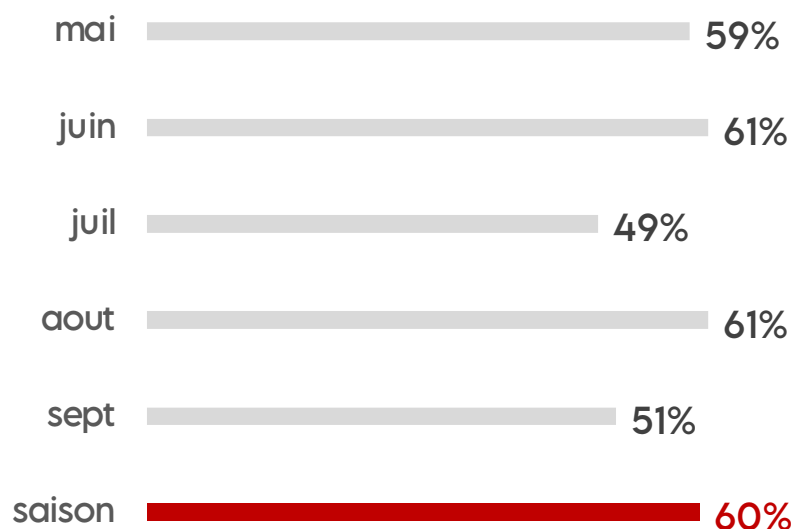
L'analyse de la progression des nuitées depuis 2019 en fonction des différents mois de l'année montre d'importants contrastes avec, depuis la période de l'après COVID :

- Un mois de juillet qui s'était considérablement étoffé en 2022 mais qui enregistre une perte de vitesse sur les deux dernières années.
- Une progression globalement plus marquée que la tendance annuelle sur les mois de mai à la faveur des configurations calendaires, mais aussi sur août et juillet.
- Un mois de juin qui a décroché depuis 2019 et peine à retrouver les niveaux de fréquentation de l'avant-pandémie.

Un sentiment mitigé du côté des professionnels

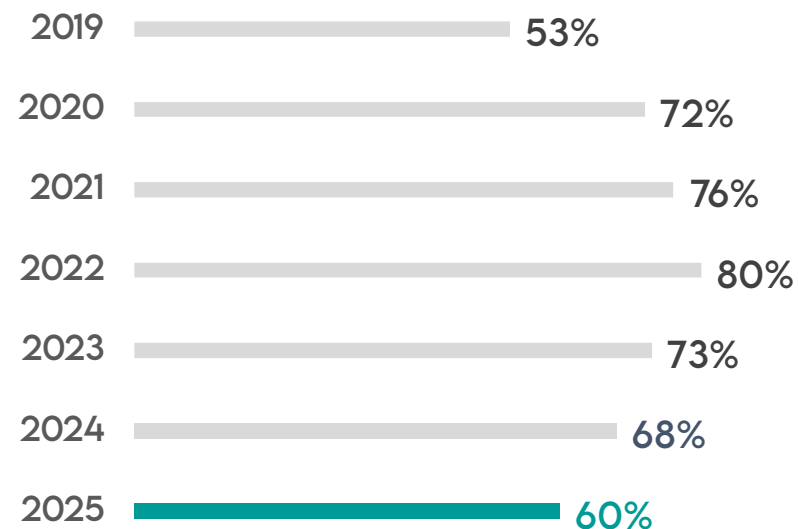
Satisfaction des professionnels au cours de la saison 2025

Source : CRTL Occitanie & Lot Tourisme – enquête de conjoncture 2025



Satisfaction des professionnels au cours des dernières saisons

Source : CRTL Occitanie & Lot Tourisme – enquête de conjoncture 2025



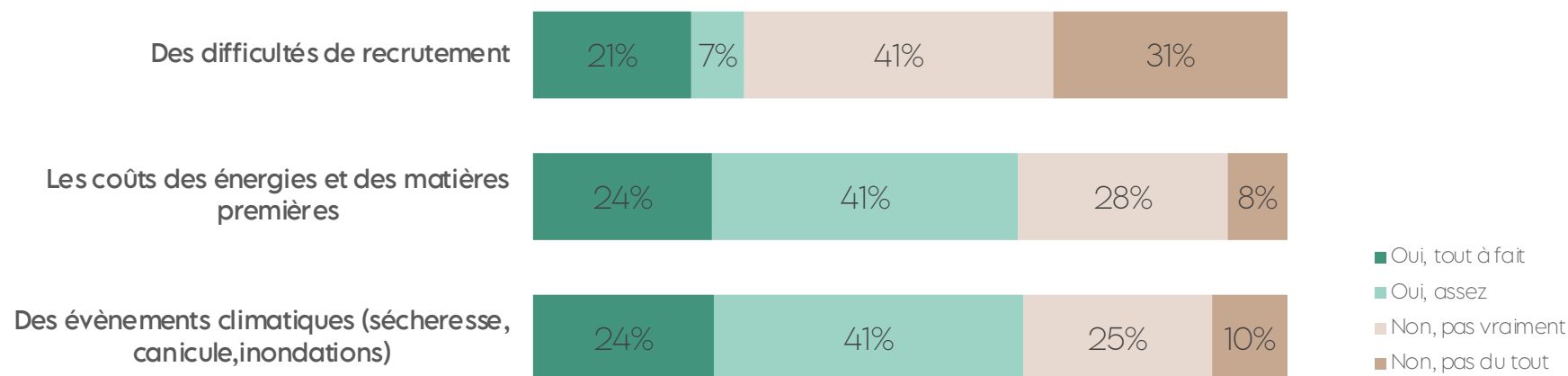
- Un niveau de satisfaction inscrit dans les tendances régionales : 60% des professionnels du Lot sont satisfaits de leur saison en 2025 (Occitanie – univers campagne : 62%).
- Un niveau de satisfaction plutôt homogène durant la saison, en dehors des mois de juillet et septembre qui ont été jugés plus déceptifs.
- En 2025, la satisfaction des professionnels sur l'ensemble de la saison touristique n'avait pas enregistré un niveau aussi faible depuis 5 ans dans le département.

Des facteurs de difficulté devenus structurels

Difficultés rencontrées par les professionnels au cours de la saison 2025

« Durant cette saison, vous avez été affectés par... »

Source : CRTL Occitanie & Lot Tourisme - enquête de conjoncture 2025



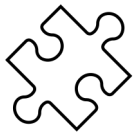
- Les difficultés de recrutement concernent encore 28% des professionnels, un chiffre en recul par rapport à 2024 (44%).
- 65% des professionnels se disent affectés par les aléas climatiques mais aussi le contexte inflationniste, des phénomènes plus marqués dans le Lot que la tendance régionale (respectivement 59% et 58% des professionnels impactés).

UNE DYNAMIQUE TOURISTIQUE PLUTÔT FAVORABLE

Quelques facteurs clefs de cette progression



Une **progression significative de la capacité d'accueil** marchande dopée par l'essor des plateformes de commercialisation



Une **organisation touristique aboutie et performante** qui renforce la compétitivité de la destination et favorise une dynamique vertueuse d'émulation et d'investissement



Une destination départementale inscrite dans des **filières porteuses** et dont la promesse s'inscrit dans les tendances de consommation touristique de l'après-crise



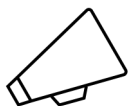
Un département qui bénéficie d'un **niveau de notoriété important** et continue de faire l'objet d'une bonne exposition médiatique

UN RECALIBRAGE DE L'ACTION TOURISTIQUE DÉPARTEMENTALE



Une **stratégie d'aménagement** à fort effet levier sur le cadre de vie

Pour conforter l'attractivité touristique départementale et mais offrir également aux résidents la possibilité d'accéder à une offre de loisirs de proximité



Une **promotion ciblée** sur les périodes et les filières à fort potentiel

Des marchés prioritaires clairement identifiés privilégiant la proximité et s'appuyant sur des stratégies d'alliance pour soutenir la présence des clientèles européennes



Un **appui renforcé en ingénierie** pour les territoires les moins pourvus

Un accompagnement spécifique pour offrir aux territoires les moins dotés les moyens nécessaires à un développement touristique plus équilibré à l'échelle du département



Partie III Contexte et enjeux

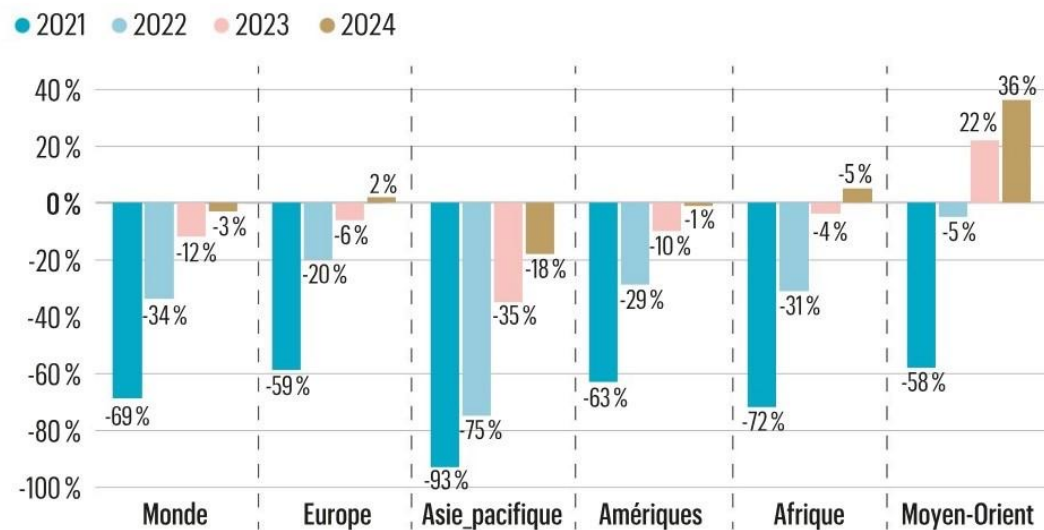
Quelles évolutions depuis la crise covid ?

Le tourisme international a repris et dépassé son niveau d'avant crise

LE TOURISME INTERNATIONAL DEPUIS LA PANDÉMIE

Evolution du nombre d'arrivées internationales par rapport à 2019

Source : OMT



Un contexte global qui présente des signes de faiblesse

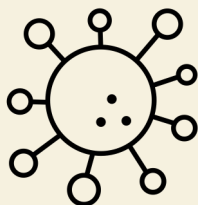
Une conjonction de facteurs de ruptures dont les conséquences sont encore incertaines

Surmonter les défis !

2022



Un défi
climatique



Un défi
économique



Un défi
organisationnel

Gérer les impacts...

2025



Urgence climatique
et tension sur les
ressources



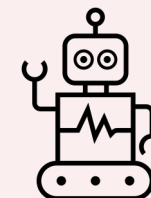
Crises géopolitique
et fragmentation
de l'ordre
mondiale



Dettes publiques
et réforme des
institutions



Fractures
économiques et
tensions sociales



Technologies
de rupture et
souveraineté



Urgence climatique : De la lutte à l'adaptation

Un recentrage progressif des politiques publiques



FEUX DE FORÊT

2024



30%

des forêts soumises au risque

2050



50%

des forêts soumises au risque

2100



+1 à 2

mois de saison feux dans certaines régions



ENNEIGEMENT

-70%

du volume des glaciers alpins depuis 1850

-40%

de baisse de l'enneigement en moyenne montagne

0

disparition des glaciers alpins



SÉCHERESSES

x2

depuis les années 1960

x3

depuis les années 1960

x4

depuis les années 1960



HAUSSE DE LA TEMPÉRATURE

+1,7°C

en moyenne en France hexagonale depuis 1900



SUBMERSION MARINE

1,5 million

d'habitants exposés au risque



HAUSSE DU NIVEAU MARIN

+20 cm

depuis 1900



INONDATIONS

313

communes déclarées en état de catastrophe naturelle dans les Hauts-de-France entre fin 2023 et début 2024



PROPAGATION DU MOUSTIQUE-TIGRE

78

dans départements hexagonaux



ÉROSION DU TRAIT DE CÔTE

20%

des 5 000 km de littoraux français déjà concernés



Apparition de fissures du fait du **RETRAIT-GONFLEMENT DES ARGILES**

11 millions

de maisons en zone à risque



VAGUES DE CHALEUR

9

des 10 années les plus chaudes jamais enregistrées l'ont été après 2010



PERTE DE BIODIVERSITÉ

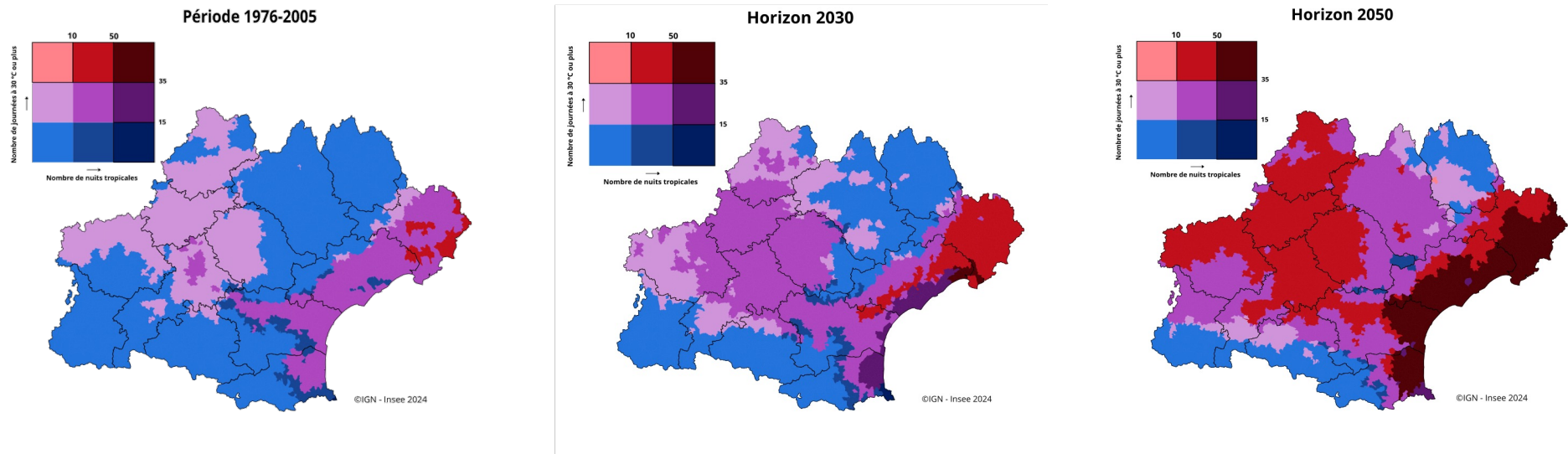
+2 300

espèces menacées sur plus de 12 500 espèces évaluées en France



Urgence climatique : De la lutte à l'adaptation

A moyen terme quels impacts pour le tourisme lotois ?



- Exposition croissante de la filière randonnée au risque de feu de forêts
- Crise de la filière vitivinicole face aux événements climatiques répétés
- Impacts des fortes chaleurs sur les sites de visite en période estivale
- Incertitudes relatives aux périodes de navigabilité sur la rivière Lot
- Stress hydrique et restrictions potentielles d'accès à la ressource en eau



Fracture économique et tensions sociales

Une relative stabilité macroéconomique, mais des inégalités croissantes



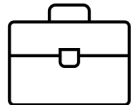
Malgré son ralentissement (1,3 % fin 2024), une inflation qui touche plus durement les ménages modestes, sur des postes essentiels (alimentation, énergie)



Une hausse du recours aux demandes d'aides alimentaires : +34% de personnes accompagnée entre 2020 et 2023 selon la Banque Alimentaire



Un taux de pauvreté à la hausse, avec environ 14,5 % de la population vivant sous le seuil de pauvreté soit plus de 9 millions de personnes (INSEE, 2022).



Un taux de chômage qui reste bas, mais 16% des emplois occupés en 2023 sont précaires selon l'INSEE (CDD, temps partiels subis, intérim)

- Une rétractation globale du pouvoir d'achat et une baisse de confiance des ménages qui se traduit par des dépenses à la baisse de la part des clientèles touristiques
- Des difficultés d'accès aux vacances pour tous : 40% des Français les plus modestes ne sont jamais partis en vacances (INSEE, 2022) face à un secteur du tourisme social qui traverse des difficultés structurelles profondes



Crise géopolitique et instabilité de l'ordre mondial

Une nouvelle donne mondiale qui requestionne les équilibres existants

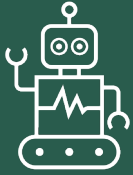


Une redistribution des puissances qui redessine les rapports de force internationaux

Des alliances internationales reconfigurées en fonction de l'accès aux matières premières essentielles à la transition numérique et énergétique

Une remise en question de la mondialisation commerciale et du libre-échange qui fragilise les équilibres géopolitiques

- Un tourisme international fragilisé : durcissement des accords bilatéraux, régimes de sanctions, fluctuations des taux de changes
- Vers un nouveau cycle inflationniste lié à la hausse des prix de l'énergie et des matières premières
- Des filières plus particulièrement pénalisées lorsque qu'elles s'inscrivent dans de fortes relations d'interdépendance internationale



Technologies de rupture et souveraineté

Concilier compétitivité, frugalités et souveraineté



- Une généralisation massive du recours à l'IA qui va bouleverser durablement l'économie du tourisme
- Un gisement potentiel de compétitivité mais des préoccupations éthiques croissantes (transparence, droit de propriété, impacts environnementaux, données personnelles...)
- Une reconfiguration des relations commerciales internationales qui (re)questionne la notion de souveraineté numérique européenne



ChatGPT



iOS



Meta



ANDROID



Microsoft



Google



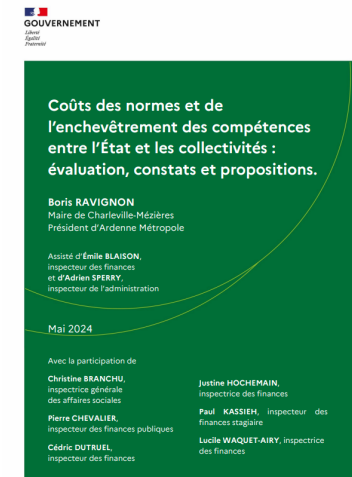
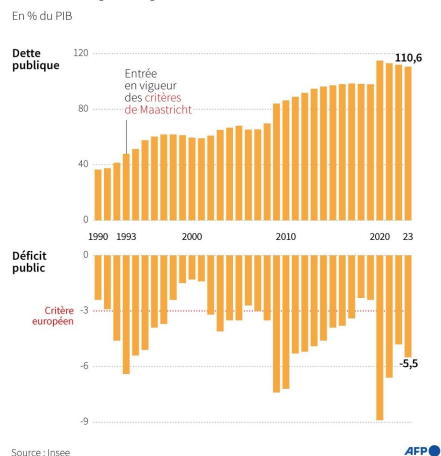
airbnb

Dettes publiques et réforme des institutions



De l'euphorie postpandémique à la réalité de l'équilibrage des comptes publics

Les comptes publics de la France



- Après le « quoi qu'il en coûte » de la crise COVID, une contrainte budgétaire qui se répercute de façon croissante dans le budget des collectivités territoriales
- Des arbitrages budgétaires à venir qui plaident pour une remise à l'agenda politique de la question de l'organisation administrative française au sens large
- Un format actuel de répartition de la compétence tourisme régulièrement questionné, en particulier à l'échelle départementale

Quelles orientations globales pour le tourisme mondial ?

Des scenarii qui dessinent des perspectives contrastées



Une prise de conscience environnementale forte a permis d'amorcer une transition vers un modèle économique et social davantage responsable et plus durable. Élus, acteurs privés et citoyens misent fortement sur des technologies et des infrastructures performantes pour optimiser la décarbonation dans tous les secteurs. Grâce à la convergence de ces transitions, le tourisme international s'est démocratisé, permettant à tous de voyager sans nuire à l'environnement.

Déclencheur - Les sociétés s'appuient sur la double convergence technologique et politique pour résoudre les enjeux climatiques et énergétiques, associée à un saut quantique sur le développement technologique.



La fragilité des systèmes a conduit à la concentration des flux, des richesses, des populations et des ressources au sein de sociétés toujours plus connectées. La vie est dominée par des technologies défendant la résilience du système, contrôlées par des acteurs privés et des plateformes, générant toutefois des inégalités sociales et géographiques. Dans ce monde ouvert mais fragmenté, le tourisme international est réservé à une élite mondialisée, seule à pouvoir accéder librement au voyage.

Déclencheur - Dans un contexte mondial de raréfaction des ressources, la concentration des richesses et des flux s'est accélérée, entraînant une montée des inégalités. Les pouvoirs publics se sont affaiblis au bénéfice des Big Techs.



Le mouvement de régionalisation favorise le développement des écosystèmes locaux, les villes du quart d'heure sont privilégiées aux grandes agglomérations. La société se replie en petites communautés réparties dans les zones tempérées, s'organisant en réseaux d'échanges à la maille régionale. Le tourisme s'est fortement démocratisé et se concentre à l'échelle régionale. Les offres et activités touristiques régénératives, au service des territoires communautaires, sont privilégiées.

Déclencheur - Face aux chocs géopolitiques et économiques exogènes, un mouvement général de régionalisation, s'appuyant sur une économie locale et circulaire est la voie choisie pour faire face au changement climatique.



L'urgence climatique est devenue la priorité des gouvernements, lesquels initient une marche forcée vers la décroissance. Des mesures fortes et contraignantes, comme une réglementation ambitieuse et une généralisation des quotas, sont imposées pour faire évoluer les habitudes de consommation de façon plus durable. Dans une société de décroissance caractérisée par une forte pression du régulateur, le tourisme n'est plus une priorité.

Déclencheur - Suite à la multiplication de catastrophes environnementales, la voie de la décroissance est imposée aux populations, les contraignant à adopter des pratiques durables afin de limiter l'impact environnemental.



Partie IV
Positionnement
& adaptation au
changement climatique

POSITIONNEMENT DESTINATION

Une destination nature & d'itinérances douces



Une destination responsable & équilibrée



Une destination visible & attractive



Une destination collaborative & fédérative



POSITIONNEMENT DESTINATION

Une destination nature & d'itinérances douces



- Le Lot se positionne comme territoire d'excellence pour la randonnée, le vélo et les itinérances à pied
- Mise en avant des rivières, vallées, paysages remarquables et activités de plein air adaptées aux nouvelles pratiques (VAE, gravel, trail).
- Une offre d'équipements structurants (voies vertes, sites de visite patrimoniaux, beaux villages) au service des visiteurs et des habitants.

Une destination responsable & équilibrée



- Tourisme soutenable et accepté localement : équilibre entre fréquentation et qualité de vie des habitants.
- Gestion raisonnée des flux (désaisonnalisation, répartition spatiale).
- Engagement fort pour l'adaptation au changement climatique et le développement de mobilités touristiques durables.
- Intégration d'une dimension sociale : rendre les vacances plus accessibles et solidaires.

POSITIONNEMENT DESTINATION

Une destination collaborative & fédérative



- Une politique touristique portée avec et pour les territoires : Offices de tourisme, PNR, collectivités, prestataires.
- Renforcement de la solidarité départementale pour soutenir les zones moins dotées.
- Appui en ingénierie, partage de la donnée (Lot Tourisme Analyse), et travail en synergie avec les dynamiques régionales et supra-départementales.

Une destination visible & attractive



- Renforcer l'image et la notoriété du Lot grâce à une stratégie de communication ciblée et numérique (contenus éditoriaux, data, IA).
- Cibler prioritairement les clientèles de proximité et s'appuyer sur des alliances (notamment autour de la pleine nature).
- Valoriser les valeurs et l'identité partagée du territoire lotois, avec une communication plus durable et contextualisée.

POSITIONNEMENT ORGANISATIONNEL

L'action touristique publique est portée, pour une part importante, par les deux binômes département/ADT et Communauté de commune/OT. À l'échelle départementale, les actions du PNR Géoparc mondial des Causses du Quercy, de la CCI du Lot et la Chambre d'Agriculture du Lot interviennent également dans l'écosystème touristique Lotois.

À l'échelle régionale ou interdépartementale, l'enjeu de collaboration et de bonne articulation des actions menées se pose également avec le CRTL intégré depuis le 01/01/2026 dans l'agence régionale d'attractivité AD'OCC.

La convergence de l'action touristique de ces acteurs est donc essentielle pour que la politique touristique impulsée sur le territoire soit cohérente et efficiente.

Pour atteindre cet objectif, la collaboration entre ces différents acteurs doit être claire mais également évolutive pour s'adapter à un contexte local et un environnement qui évolue très rapidement.

Le schéma départemental du tourisme est donc l'occasion d'interroger la répartition des rôles et les modes de collaboration.

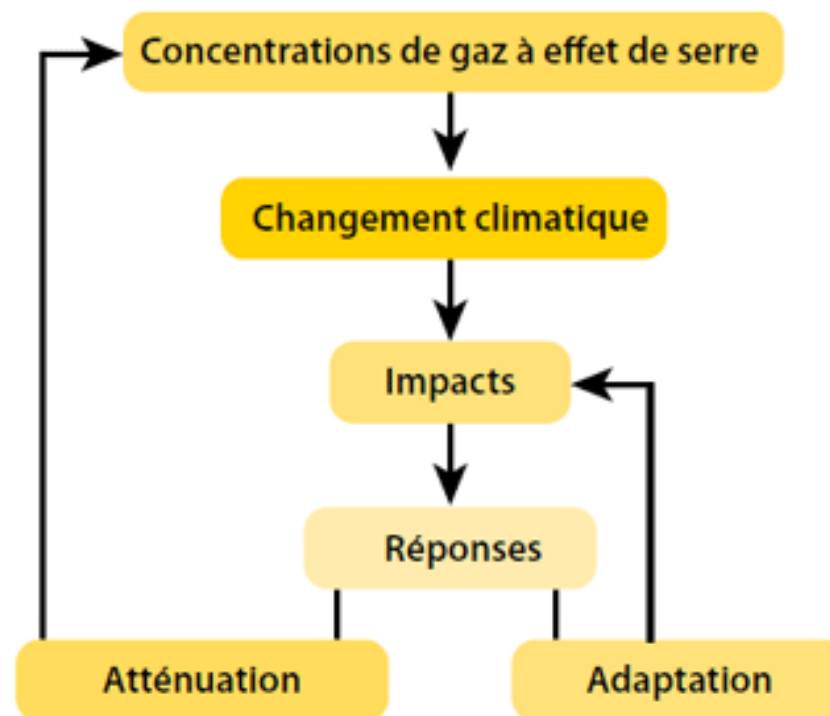
Ce travail de révision s'est appuyé sur une série d'entretiens approfondis qui a permis de formaliser **une matrice de positionnements** jointe en annexe de ce schéma.

ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Pleinement conscient de la nécessité d'anticiper les effets du changement climatique et de s'y adapter, le département du Lot a réalisé un diagnostic et élaboré un « plan départemental d'adaptation au changement climatique » qui intègre le secteur du tourisme (cf page suivante)

Compléter l'« atténuation par l'« adaptation »

- Capitaliser sur les savoir-faire et les acquis du Fonds Tourisme Durable
- S'appuyer sur le réseau des partenaires engagés : ADEME, CRTL, Parc-Géoparc, CCI, OT du Lot, collectivités
- Poursuivre l'engagement sur l'atténuation grâce à l'écolabellisation et à l'accompagnement de projets écoresponsables



💡 L'atténuation traite les causes du changement climatique, alors que l'adaptation concerne la gestion des impacts du changement climatique.

ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Anticiper pour proposer des expériences touristiques de qualité

La politique lotoise portée par le département porte 3 actions touchant directement au secteur touristique:

- Intégrer les enjeux d'adaptation au changement climatique dans la stratégie touristique.
- Organiser à l'échelle départementale la prévention des risques et la gestion d'évènements climatiques extrêmes touchant les touristes (sécurité, sérénité).
- Étudier les conséquences du changement climatique sur l'équilibre économique des activités de pleine nature.





Partie V
Stratégie &
Plan d'action



Un haut niveau d'équipements et de services Pour les touristes et les habitants

Les sites patrimoniaux, les villes et les villages, les sites de pratiques de sport de pleine nature... permettent au Lot de disposer, d'un positionnement touristique de premier choix et d'un facteur d'attractivité pour l'accueil de nouveaux habitants.

Face à l'enjeu conjugué du renouvellement des clientèles et de réponse à un besoin renforcé de naturalité et d'espace, **les activités de pleine nature sont un levier de développement et d'attractivité à travailler prioritairement** en s'attachant conjointement à la structuration de l'offre et à une promotion ciblée. Au regard des évolutions climatiques et du potentiel existant, les rivières et leurs vallées représentent un enjeu particulier pour le développement de l'offre.

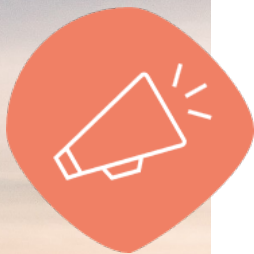
Dans le cadre de sa précédente programmation touristique, le département du Lot s'est particulièrement investi dans une **politique ambitieuse d'équipements au service des mobilités cyclables** qu'il conviendra de conforter dans cette nouvelle stratégie. Cela concernera à la fois la poursuite de la programmation d'aménagements nouveaux dans le cadre de projets de voies vertes, mais aussi dans leur mise en tourisme au titre d'itinéraires nationaux (V86, V87 et V91) ou de produits plus ciblés adaptés aux nouvelles pratiques (VAE, Gravel, trail).

La qualité patrimoniale des sites de visite publics (beaux villages, cités de caractère...) est largement reconnue et appréciée mais nous invite à une vigilance veillant à garantir un haut niveau de services s'inscrivant dans une cohérence territoriale.

Face à de nouvelles formes plus « libres » de consommation de l'espace (itinérance à pied ou en véhicule de loisirs), le Lot a vocation à se positionner comme **un territoire d'expérimentation pour répondre à ces nouveaux usages** en les rendant conciliables avec les valeurs et le respect du territoire.

- **Orientation IA : Développer un maillage structurant d'infrastructures cyclables**
- **Orientation IB : Positionner le Lot comme un territoire d'excellence pour les itinérances**
- **Orientation IC : Poursuivre le développement d'une offre diversifiée et qualitative d'activités de pleine nature**





Une stratégie de promotion ciblée, collaborative et responsable

Portée par les contenus, la data et le digital

L'image et la notoriété d'une destination sont des leviers indissociables des politiques publiques de développement touristique. Notre rayonnement est le fruit du travail engagé par les acteurs institutionnels mais également par l'ensemble des opérateurs touristiques.

La montée en puissance des acteurs territoriaux infra-départementaux organisés autour de logiques de destinations infra-départementales, la complexification des parcours clients et l'évolution rapide des comportements de consommation invitent à repenser l'action de promotion à l'échelle départementale autour d'un objectif central : **renforcer la visibilité et l'attractivité de la destination Lot auprès de clientèles identifiées, tout en valorisant la diversité des territoires lotois et les valeurs qui fondent une identité partagée.**

Pour répondre à ces enjeux, Lot Tourisme, soucieuse d'une gestion raisonnée de l'offre et de la fréquentation, articule sa stratégie autour de **contenus ciblés en s'appuyant sur une approche éditoriale exigeante, des outils numériques performants, et une exploitation réfléchie de la donnée touristique.** L'objectif est d'informer, séduire et engager les visiteurs tout au long de leur parcours, avec une communication contextualisée et plus durable.

Les enjeux du développement d'un **tourisme responsable** confortent aussi les choix de marchés prioritaires en privilégiant les marchés de plus forte proximité et **des stratégies d'alliance territoriale.**

Enfin, cette stratégie se projette dans l'avenir en intégrant les mutations à l'œuvre, notamment l'essor de **l'intelligence artificielle** générative ou les nouvelles formes de recherche d'information.

- **Orientation IIA :** Déployer une stratégie de communication numérique segmentée auprès d'une clientèle française, basée sur les contenus, les territoires lotois et les engagements durables de la destination
- **Orientation IIB :** S'inscrire dans le cadre d'alliance supra départementale pour promouvoir le Lot, notamment autour des activités de pleine nature.
- **Orientation IIC :** Piloter une stratégie numérique, data et IA au service d'une relation client performante



Un tourisme lotois performant,

Ecologiquement soutenable & socialement acceptable

La notion d'**équilibre** est un élément clef de la réussite du tourisme.

Équilibre dans l'espace : veiller à ce que la pression de la fréquentation touristique n'altère pas l'expérience des voyageurs. Il s'agit aussi d'assurer la pérennité du modèle de développement touristique lotois fondé sur un tourisme ancré localement visant à irriguer l'ensemble du territoire.

Équilibre dans le temps : Malgré les difficultés structurelles, la désaisonnalisation doit être un objectif poursuivi en créant les conditions pour un meilleur étalement de la fréquentation profitable conjointement aux acteurs touristiques et aux habitants.

Équilibre social : Un tourisme durable se mesure au regard de l'acceptation des habitants. Il conviendra d'être garant de l'équilibre entre l'hébergement touristique et résidentiel. Aussi, même peu nombreux, les conflits d'usage doivent être véritablement anticipés. Enfin l'accès social au temps des vacances pour les populations n'y ayant pas accès doit désormais figurer d'une action au service d'un tourisme plus social et solidaire.

Équilibre environnemental : Dans un contexte de transition vers un tourisme, plus respectueux, plus intégré, moins énergivore tout en restant compétitif économiquement, l'action publique est essentielle pour guider et accompagner les acteurs publics et privés. La stratégie lotoise de qualité de l'offre doit être poursuivie mais doit désormais intégrer pleinement l'adaptation de l'offre à la transition environnementale et climatique.

Deux leviers à activer pour influencer sur la nécessaire transition vers un tourisme plus durable.

L'adaptation au changement climatique et l'anticipation des phénomènes extrêmes
L'évolution de la mobilité touristique, première source d'émissions de GES du secteur touristique

- **Orientation IIIA** : Accompagner les opérateurs touristiques vers la qualité, l'écoresponsabilité et l'adaptation au climat
- **Orientation IIIB** : Concilier un développement touristique avec les attentes et les besoins des habitants
- **Orientation IIIC** : Poursuite la mise en place de gestion des flux et des nouvelles solutions de mobilités touristiques durables
- **Orientation IIID** : S'engager pour un tourisme social et solidaire intégré



Une politique touristique coordonnée et solidaire

Avec les territoires et les acteurs

La performance **touristique** d'un territoire est conditionnée à la capacité des acteurs à agir dans le cadre d'une intelligence collaborative reposant sur des partenariats et des complémentarités. Une politique touristique réussie doit fédérer les acteurs publics et privés autour d'une vision partagée.

Le Lot dispose désormais d'une organisation territoriale des Offices de tourisme aboutie et aucun changement de périmètre est attendu durant la prochaine période 2026-2028. Les regroupements ont permis une montée en puissance de l'action publique touristique locale, mais les disparités de moyens justifient le principe d'une solidarité à l'échelle départementale.

Dans un contexte de manque de visibilité sur les moyens mobilisables par le département, l'action de Lot Tourisme devra donc renforcer sa culture collaborative et se repositionner sur des priorités.

Le travail collaboratif mené en atelier avec les OTs, les Communautés de communes et le Parc naturel régional Géoparc lors de l'élaboration de ce schéma doit permettre, à nouveau, de faire bouger les lignes du « Qui fait quoi... » et des partenariats financiers.

Par ailleurs, le projet de réorganisation du CRTL Occitanie qui sera intégré à partir de 2026 dans une agence régionale issue de l'agence AD'OCC, crée une incertitude sur l'évolution de la relation avec l'action touristique régionale.

La reconnaissance mondiale du parc naturel régional des Causses du Quercy au titre du label Géoparc Mondial Unesco est une opportunité qui implique de formaliser la collaboration.

Les arbitrages concernant le positionnement de Lot Tourisme, conduisent à recentrer l'appui à l'ingénierie aux collectivités (hors APN) sur l'accès la plateforme « Lot Tourisme Analyse ».

→ **Orientation IVA : Piloter l'action publique touristique locale de manière performante et responsable**

→ **Orientation IVB : Favoriser un usage de la data démocratisé au service des territoires et des acteurs touristiques**





LOT

LE DÉPARTEMENT

Elaboration et conception :
Lot tourisme pour le compte du Département du Lot.

Ont porté leur contribution aux orientations de ce schéma : Offices de tourisme de la Vallée de la Dordogne, Cahors-Vallée du Lot, Grand Figeac, Pays de Gourdon, CRTL Occitanie, PNR des Causses du Quercy, Association des Campings du Lot, UMIH, CCI, ATVLD, Chambre d'agriculture, Accueil Paysan.

Document finalisé le 1^{er} décembre 2025