

Assemblée Générale

18 juin 2026 - Soulomès

LOT TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

ORDRE DU JOUR

Assemblée Générale

- Rapport moral du Président
- Rapport d'activités 2025 et plan d'actions 2026
- Bilan comptable et Rapport du commissaire aux comptes 2025
- Bilan social et analytique
- Projet de budget 2026
- Plateforme "Lot Tourisme Analyses »
- Schéma départemental du Tourisme et matrice de positionnement
- Questions diverses

Assemblée Générale extraordinaire

Un pot convivial clôturera cette rencontre.



RAPPORT MORAL

JEAN-PIERRE JAMMES

Président de Lot Tourisme



RAPPORT MORAL (1/3)

L'année 2025 a été la dernière année de mise en application des orientations de notre schéma départemental de développement touristique. Aussi, cette année a été mise à profit pour évaluer les actions menées sur la période 2023-2025 et tenter de se projeter à l'horizon 2028 pour actualiser le schéma en cours.

Nous le constatons actuellement : l'exercice de prospective n'est pas facile. De fortes interrogations existent sur l'impact du contexte économique, énergétique et géopolitique sur l'économie touristique de nos territoires. Et pourtant, nous devons nécessairement nous projeter, quitte à nous adapter.

Ce nouveau schéma vient donc d'être voté à l'unanimité par l'assemblée départementale. Dans un contexte budgétaire contraint et incertain, ceci traduit bien la volonté du département de poursuivre son soutien à l'action de Lot Tourisme et plus largement au secteur du tourisme. Nous reviendrons au cours de cette Assemblée Générale sur les grandes orientations de ce schéma qui constitue une véritable feuille de route pour Lot Tourisme. Nous aborderons sa mise en œuvre par quelques exemples concrets.

Pour cet exercice de projection à l'horizon 2028, Il fallait être prudent sur notre niveau d'ambition mais aussi être capable d'initier de nouvelles actions. Il ne fallait pas oublier que Lot Tourisme doit rester un laboratoire d'idées et de projets face à l'évolution des enjeux du tourisme.

Ce schéma conforte aussi le rôle de Lot Tourisme sur l'ensemble du territoire car nous devons garantir les équilibres en s'appuyant notamment sur un principe de solidarité territoriale.



RAPPORT MORAL (2/3)

Les orientations concrètes de ce schéma sont évidemment déjà lancées et j'évoquerai maintenant plusieurs traductions concrètes :

Ainsi, après un chantier exploratoire depuis 2023 sur la data et son analyse, la mise en ligne en 2026 de la plateforme de data-analyse « Lot Tourisme Analyse » est une belle satisfaction.

Ce projet a été mené en partenariat avec les Offices de tourisme et les EPCI. Il devrait répondre au besoin d'analyse du tourisme pour l'aide à la décision des acteurs publics et privés. Nous vous présenterons au cours de cette Assemblée Générale ce nouvel outil innovant mais invite chacun à aller personnellement le consulter puisque cette plateforme est accessible à tous.

Le tout nouveau site Pro de Lot Tourisme s'inscrit également dans cette logique du partage de l'information. Il constitue une belle vitrine pour la structure et un outil ouvert à tous.

Dans le registre de la gestion et de la promotion des activités de pleine nature, notre stratégie est de renforcer encore d'avantage le lien et la collaboration avec les nombreux acteurs impliqués dans la gestion des activités de pleine nature et plus particulièrement les itinéraires pédestres et cyclables.

La nouvelle application « Lot-Balades & Patrimoines » que nous avons pu développer à l'interne avec l'aide de l'IA démontre que l'Intelligence Artificielle ouvre un nouveau champ du possible. Mais il faudra aussi l'utiliser avec une véritable éthique. L'équipe de Lot Tourisme est particulièrement impliquée sur ce sujet et saura, j'en suis certain capable de relever au mieux ce défi de l'IA.



RAPPORT MORAL (3/3)

La spectaculaire progression de l'Intelligence Artificielle et de ses possibilités d'usage sont désormais être au cœur de nos réflexions marketing. L'adaptation de notre site internet est incontournable et l'effort sur la qualité des datas d'information et de leur partage doit être au cœur de nos priorités.

Nos récents échanges au sein du J13 qui regroupe les 13 ADTS d'Occitanie ont largement porté sur ce sujet. Il en ressort que le travail sur la qualité de l'information produite par les organismes publics du tourisme est essentiel pour se positionner en tiers de confiance de la diffusion de l'information touristique. Sur ce sujet la collaboration avec les Offices de tourisme est primordiale car ils ont un rôle central à jouer.

Enfin, les nouvelles actions engagées par Lot Tourisme sur le tourisme durable et sur le sujet particulier des mobilités décarbonées nous confortent sur l'importance à agir comme effet levier de l'action publique vers la transition.

Je suis très satisfait que le collectif lotois formé par Lot Tourisme et les Offices de tourisme soit en bonne voie de conclure un partenariat avec le transporteur régional Lio sur l'opération « Tarif bas carbone ». Cette action consiste à offrir un tarif préférentiel pour l'accès aux visites et activités pour les personnes se déplaçant en train, en bus ou en vélo. Nous reviendrons sur cette action pilote au niveau régional car elle sera véritablement lancée après l'été. À cette occasion, je remercie l'Office de tourisme de Cahors-Vallée du Lot d'assurer le pilotage technique de cette action au périmètre départemental.

Le département est également très satisfait du nouveau champ d'action ouvert sur le tourisme social face à l'enjeu d'augmentation de l'accès aux vacances et aux loisirs des publics les plus défavorisés.

Je conclus en remerciant le département pour son soutien qui constitue pour l'équipe de Lot Tourisme et au-delà pour l'ensemble de ses partenaires un véritable encouragement.



LOT TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

RAPPORT 'ACTIVITÉS

2025

RAPPORT D'ACTIVITÉS

260101 Planning 2026 interventions
sensibilisation SR.docx

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2025

PERSPECTIVES 2026

LOT
TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

LOT TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Consulter
le rapport d'activités
2025

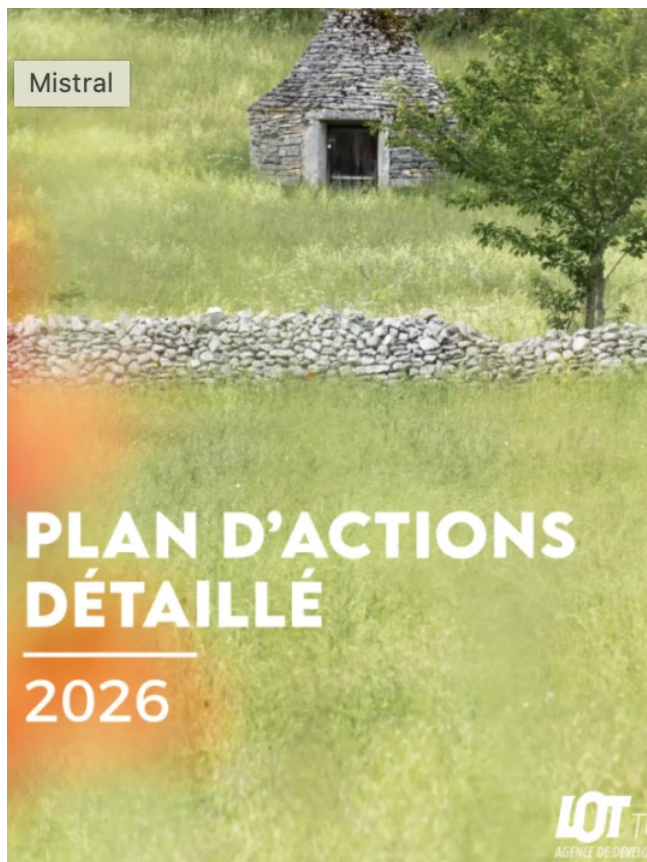
<https://www.tourisme-lot.com/pros/actualites/ra/>



LOT TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

PLAN D'ACTION 2026

PLAN D'ACTION 2026



Consulter
le Plan d'action
2026

<https://www.tourisme-lot.com/pros/actualites/ra/>



LOT TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

BILAN COMPTABLE 2025

COMPTE DE RÉSULTAT SYNTHÉTIQUE 2025

CHARGES (en euros)

	2025	2024
CHARGES D'EXPLOITATION		
Achats de marchandises	6 804	5 000
Variation de stock (marchandises)	4971	(1274)
Autres charges externes	398 979	401 311
Impôts, taxes et versements assimilés	68 298	63 242
Rémunération du personnel	681 687	663 425
Charges sociales	326 853	318 942
Dotation aux amortissements	23 472	32 752
Autres charges	6	401
Reports en fonds dédiés	2 000	5 500
Dotation aux provisions	64 195	
TOTAL DES CHARGES	1 577 265	1 489 299
Exédent ou perte	(89 466)	21 790
TOTAL GÉNÉRAL	1 487 799	1 511 089

PRODUITS (en euros)

	2025	2024
PRODUITS D'EXPLOITATION		
Cotisations	5 473	5 766
Ventes de marchandises	19 270	13 039
Ventes de prestations de services	77 302	50 473
Subventions d'exploitation	1 371 154	1 355 500
Produits financiers	5 749	6 848
Utilisation de fonds dédiés	8 790	10 422
Transferts de charges, autres produits	61	38 865
Produits exceptionnels opération capital		30 176
TOTAL DES PRODUITS	1 487 799	1 511 089
TOTAL GÉNÉRAL	1 487 799	1 511 089

BILAN COMPTABLE 2025

ACTIF (en euros)			PASSIF (en euros)		
	2025	2024		2025	2024
Immobilisations incorporelles	26 793	21 415	Report à nouveau	582 070	560 280
Immobilisations corporelles	28 539	42 992	Excédent ou déficit exercice	(89 466)	21 790
Immobilisations financières	90	90	Total des fonds propres (situation nette)	492 604	582 070
TOTAL ACTIF IMMOBILISE	55 422	64 497	Subventions d'investissement	54 553	63 309
Stocks en cours	9 660	14 631	TOTAL FONDS PROPRES	547 156	645 379
Avances et acomptes versés			FONDS DÉDIÉS	5 210	12 000
Créances clients	4 604	1 392	PROVISIONS POUR RISQUES	64 195	
Créances fiscales et sociales	55 467	14 977	Avances et acomptes reçus	(950)	(950)
Disponibilités	791 941	810 313	Dettes fournisseurs	67 022	56 101
Charges constatées d'avance	17 282	36 829	Dettes fiscales et sociales	209 630	223 110
TOTAL ACTIF CIRCULANT	878 954	878 142	Autres dettes	30 712	
TOTAL ACTIF GÉNÉRAL	934 376	942 639	Produits constatés d'avance	11 400	7 000
			TOTAL DETTES	317 814	285 261
			TOTAL PASSIF GÉNÉRAL	934 376	942 639

En 2025, changement du plan comptable, certaines lignes sont difficilement comparables entre 2024 et 2025.



LOT TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

RAPPORT COMMISSAIRE AUX COMPTES 2025



LOT TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

BILANS ANALYTIQUE & SOCIAL

Résultats 2025 et
évolutions du suivi de
l'activité de Lot Tourisme



1 Comptabilité Analytique 2025

LE MONITORING DE L'ACTIVITÉ DE LOT TOURISME

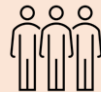
Une méthode qui s'appuie sur 2 sources de données complémentaires

The Sage logo, featuring the word "sage" in a stylized, green, lowercase font.

Affectation des
opérations comptables

The Eurécia logo, featuring a stylized graphic of three overlapping triangles (blue, green, and blue) above the word "eurécia" in a blue, lowercase font.

Affectation du
temps de travail



FRAIS DE PERSONNEL



FONCTIONNEMENT



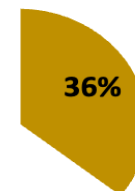
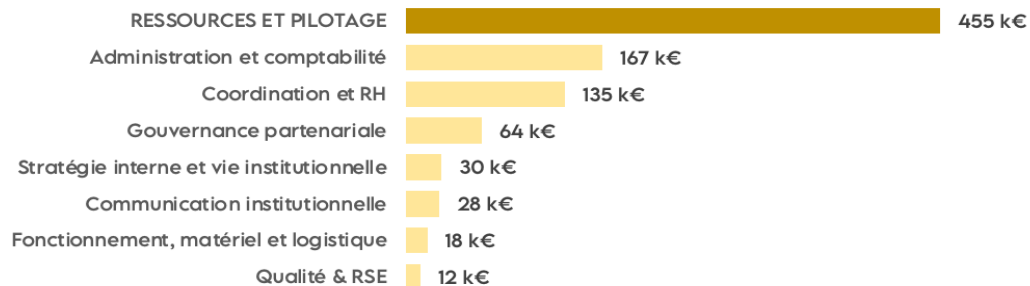
PROMOTION



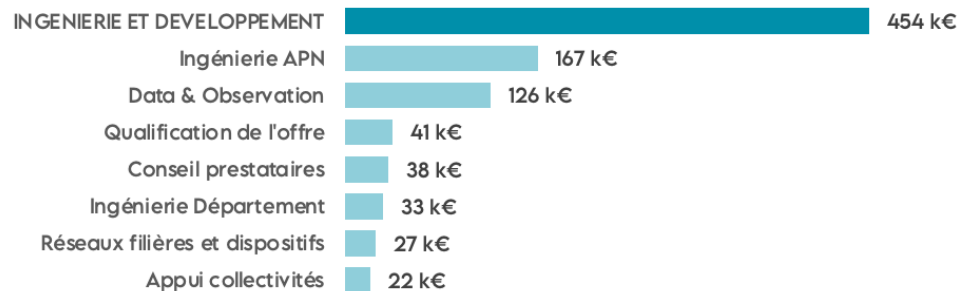
INGENIERIE ■■■

LIGNES ANALYTIQUES

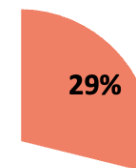
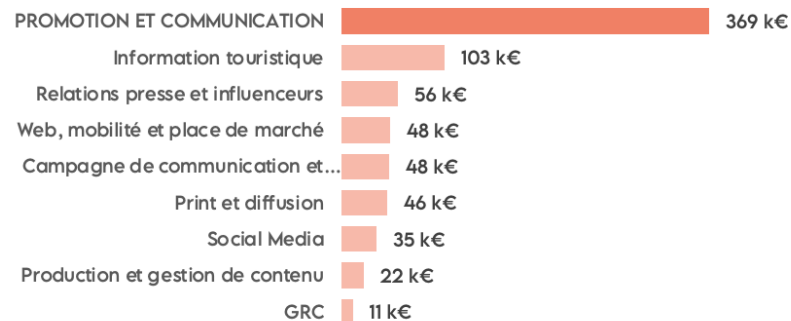
AFFECTATION DU BUDGET PAR POLES



2024 : 37%



2024 : 32%



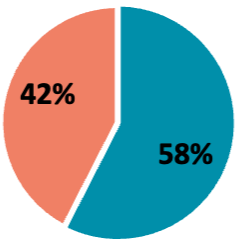
2024 : 31%

AFFECTATION DU BUDGET PAR POLES OPERATIONNELS

INFORMATION & COMMUNICATION



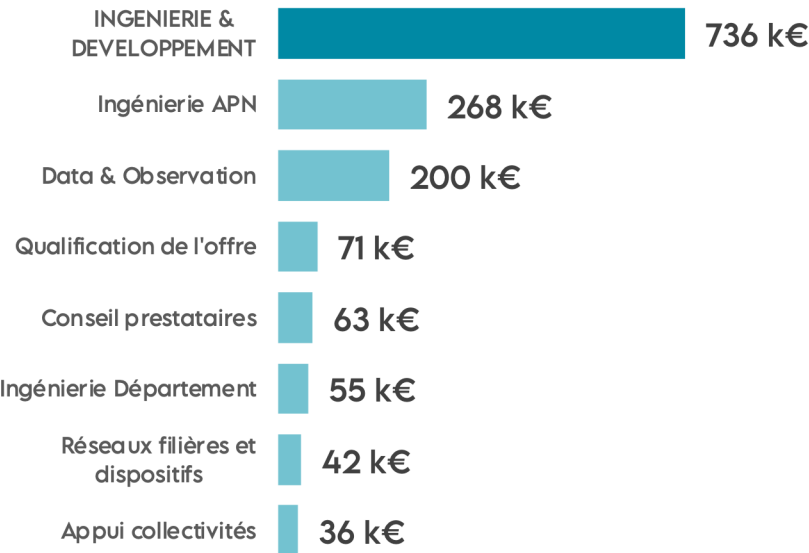
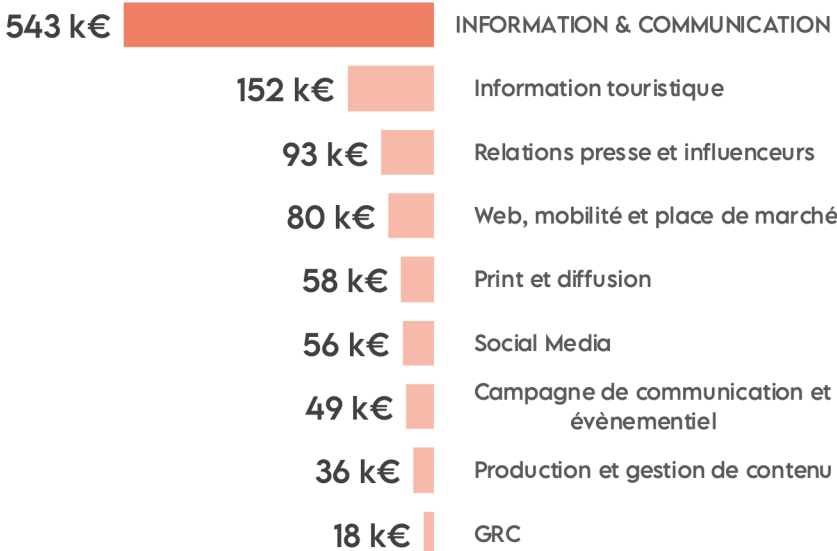
2024 : 45 %



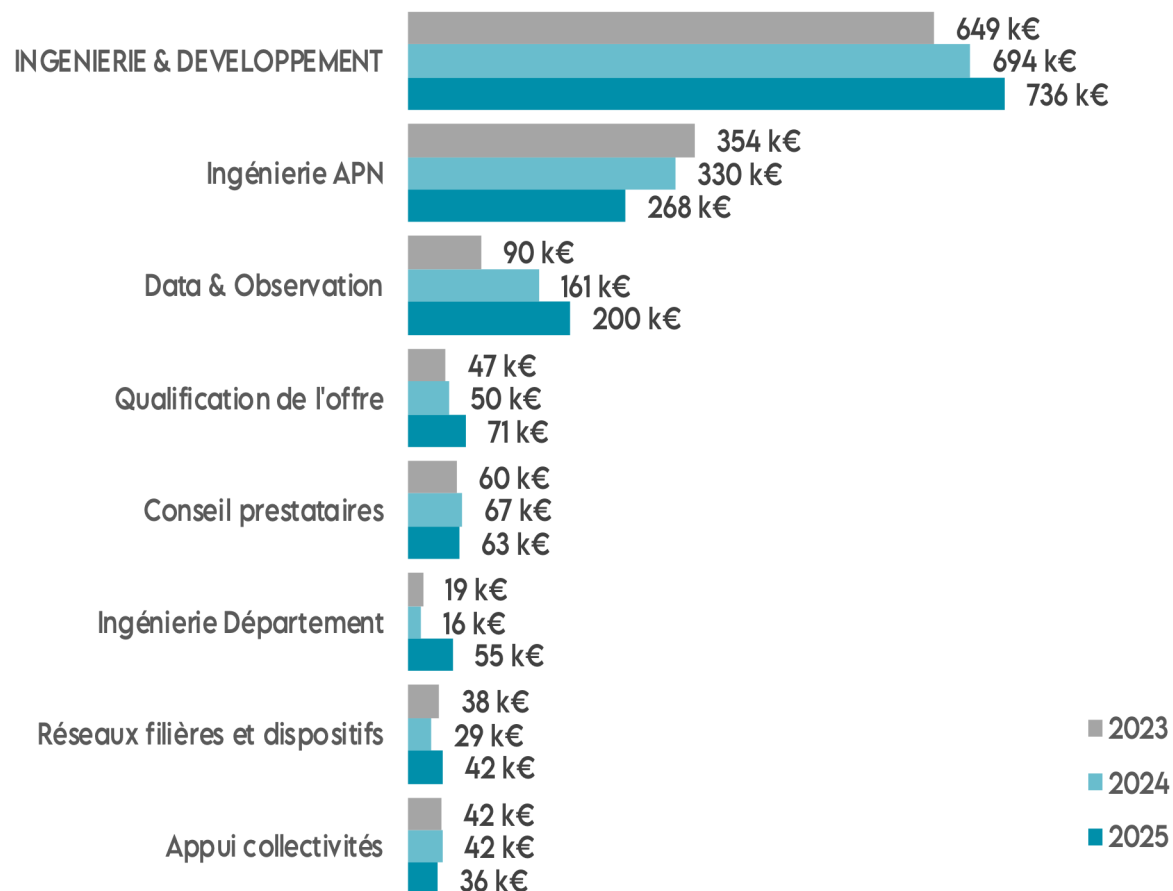
INGENIERIE & DEVELOPPEMENT



2024 : 55%



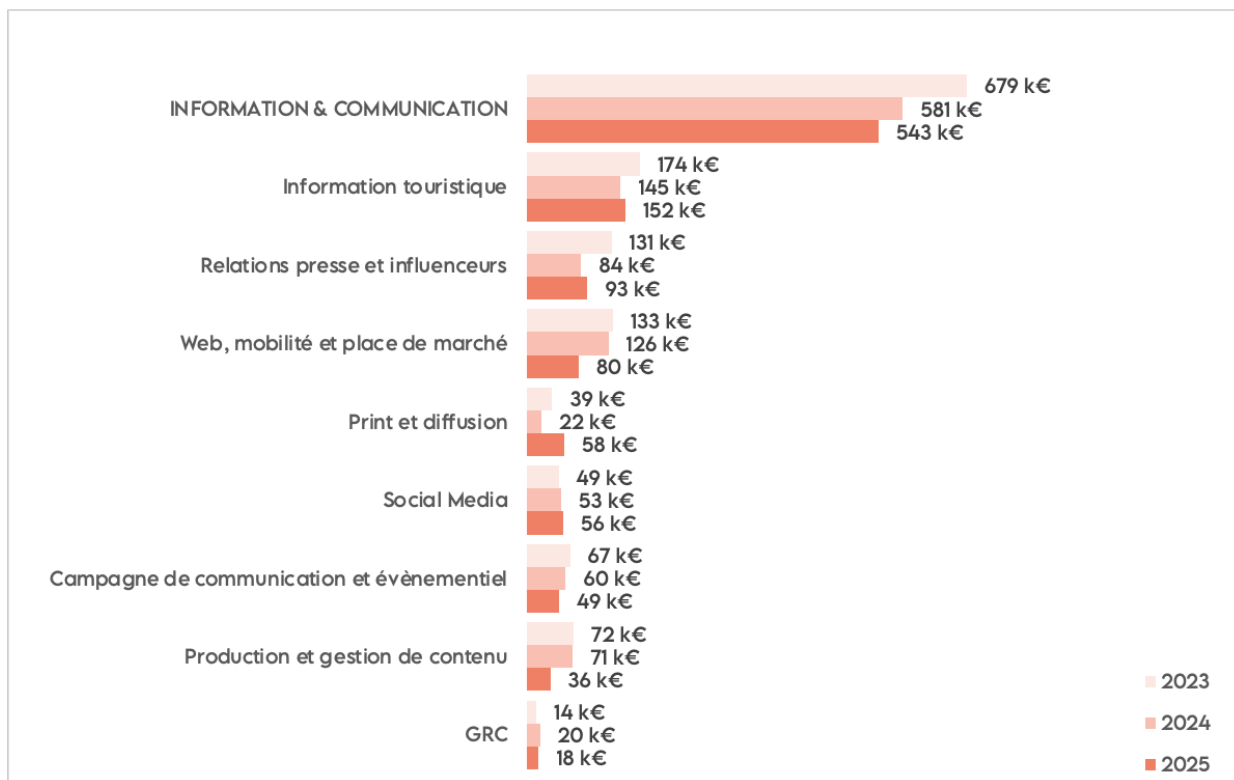
ZOOM SUR L'EVOLUTION DU BUDGET INGENIERIE & DEVELOPPEMENT



Un poste qui poursuit sa progression et qui traduit les inflexions affirmées dans le schéma départemental :

- Le poste APN poursuit la même dynamique de 2024 mais la baisse s'explique par un départ en fin d'année (remplacement prévu).
- Un poste data et observation en forte progression du fait de l'embauche d'une data-scientist fin 2024 après une alternance.
- Qualification de l'offre en hausse avec le déploiement d'Accueil vélo.
- Ingénierie Département en hausse également du à l'étude camping cars et aux travaux en lien avec le nouveau schéma de développement touristique 2026-2028.
- Réseaux filières et dispositifs : hausse liée au projet régional de la filière Tourisme et Loisirs.
- Conseils prestataires : stable

ZOOM SUR L'EVOLUTION DU BUDGET INFORMATION & COMMUNICATION



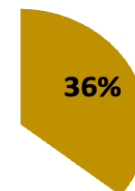
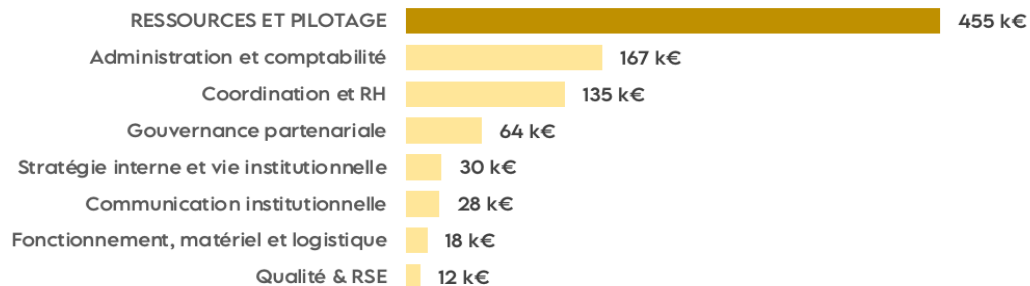
Une légère baisse du budget information et communication qui se poursuit :

- L'action Information touristique affiche une légère hausse due à la mise en place du nouvel extranet et de l'engagement au niveau national (temps de travail).
- Budget presse et contenus variables d'une année sur l'autre selon l'affectation des dépenses liés aux accueils d'influenceurs imputés sur l'une ou l'autre ligne.
- Légère baisse sur le web due à une stratégie installée, un plan d'actions calibré réalisé en interne et pas de développements en 2025.
- Editions en hausse : lié à la masse salariale de 2024 (remplacement congés maternité) affecté en frais du personnel et pas à l'action contrairement à 2025.
- Com et événementiel : suppression du salon de l'agriculture.
- Social media et GRC stable.

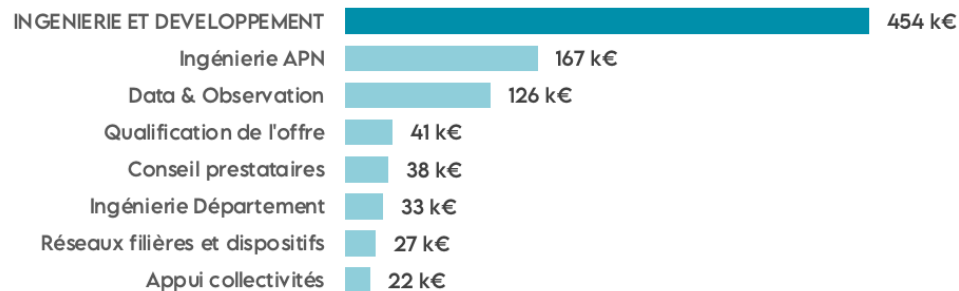
A hand is shown pressing a button on a silver electronic calculator. The calculator is placed on a desk with various financial documents. In the background, there are several charts: a 3D pie chart labeled 'Sales' with segments A, B, and C; a 3D bar chart with bars for Q1, Q2, Q3, and Q4; and a 2D bar chart with multiple bars in blue, green, and red. A magnifying glass is visible in the bottom right corner, focusing on a table with numerical data. A pair of black-rimmed glasses is on the left side of the image. The overall scene suggests a financial analysis or budgeting task.

2 Analyse rétrospective des équilibres budgétaires

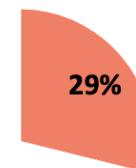
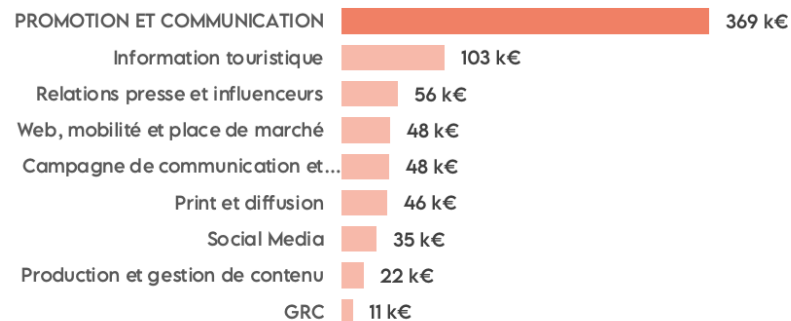
AFFECTATION DU BUDGET PAR POLES



2024 : 37%



2024 : 32%



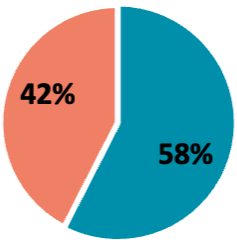
2024 : 31%

AFFECTATION DU BUDGET PAR POLES OPERATIONNELS

INFORMATION & COMMUNICATION



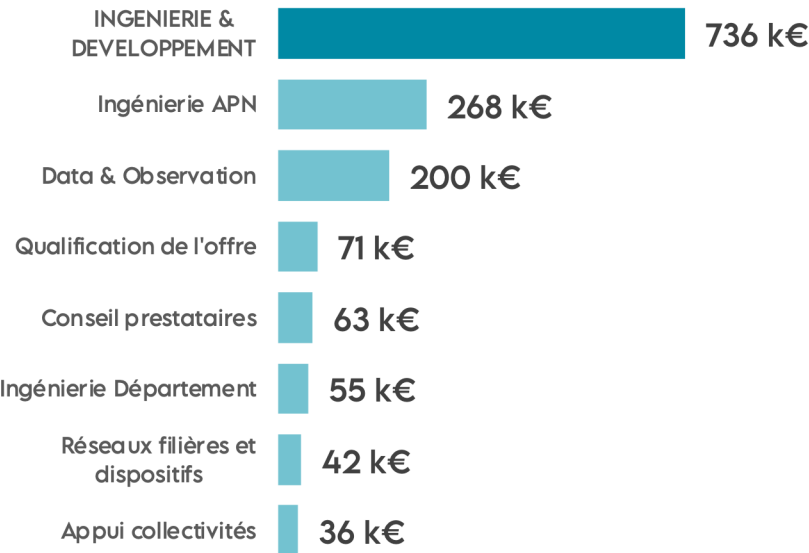
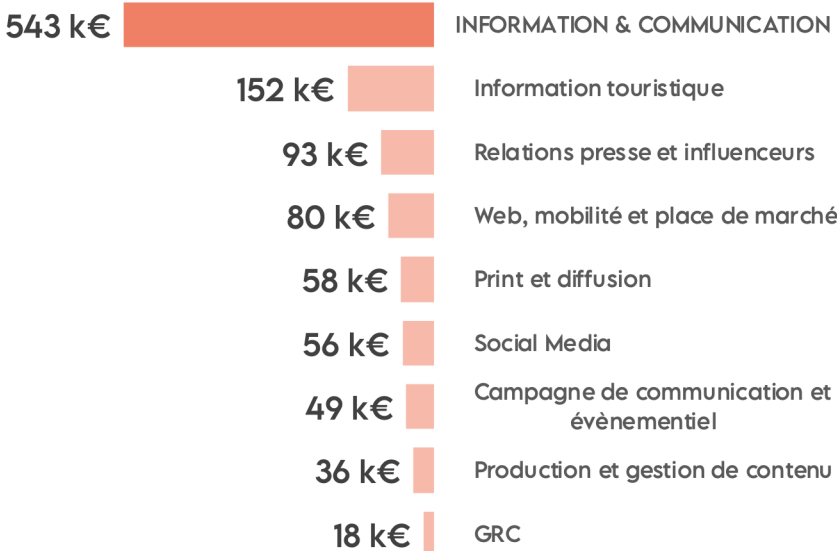
2024 : 45 %



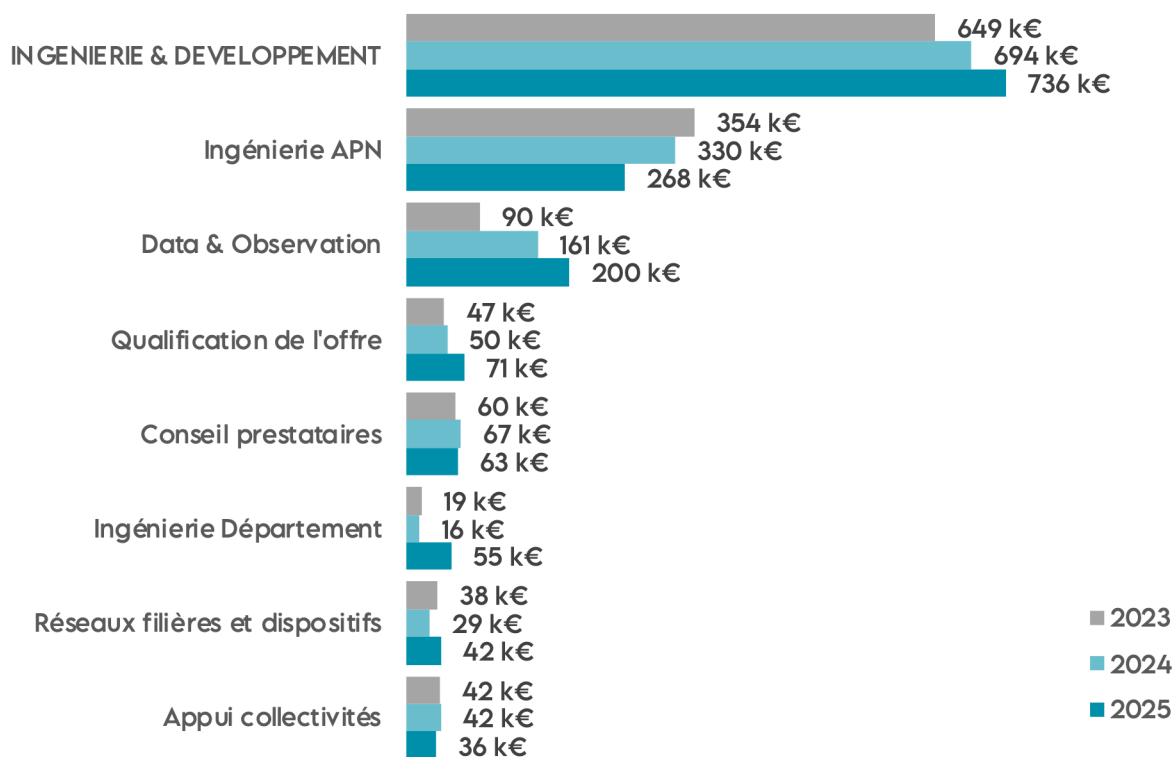
INGENIERIE & DEVELOPPEMENT



2024 : 55%



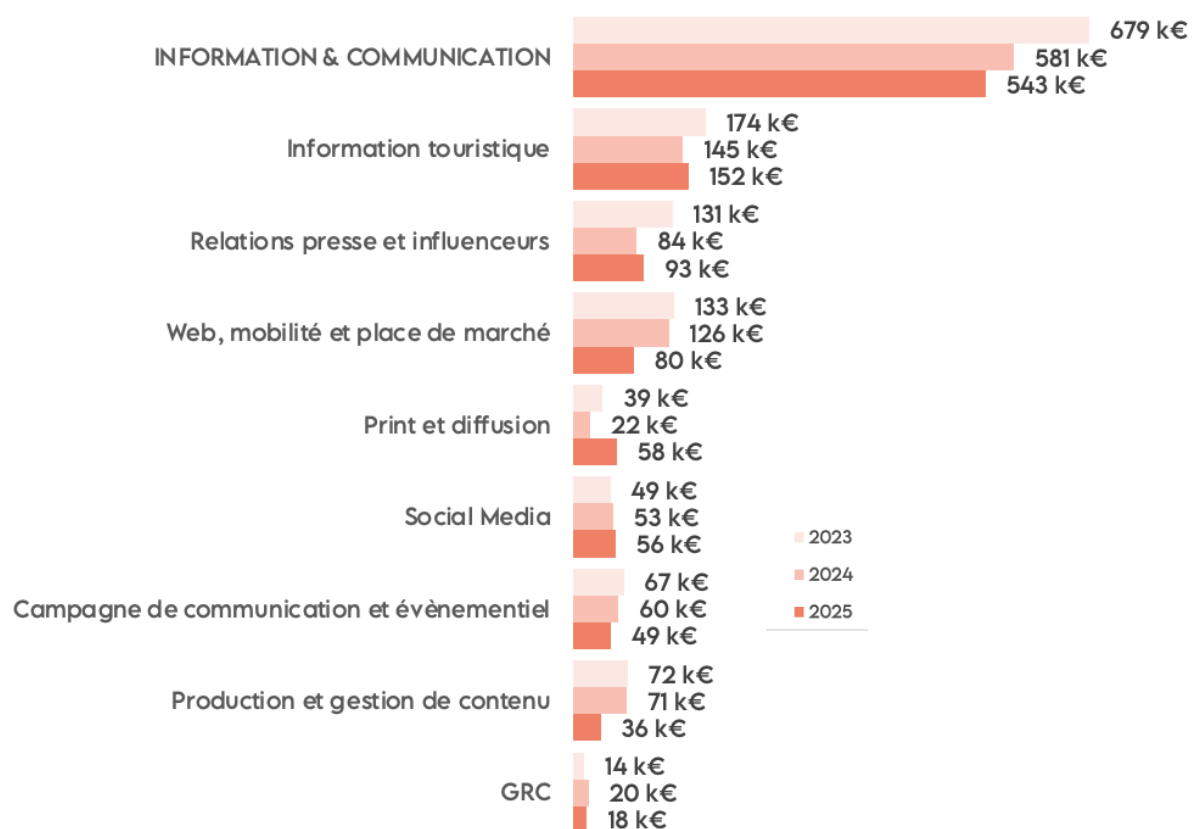
ZOOM SUR L'EVOLUTION DU BUDGET INGENIERIE & DEVELOPPEMENT



Un poste qui poursuit sa progression et qui traduit les inflexions affirmées dans le schéma départemental :

- Le poste APN poursuit la même dynamique de 2024 mais la baisse s'explique par un départ en fin d'année (remplacement prévu).
- Un poste data et observation en forte progression du fait de l'embauche d'une data-scientist fin 2024 après une alternance.
- Qualification de l'offre en hausse avec le déploiement d'Accueil vélo.
- Ingénierie Département en hausse également du à l'étude camping cars et aux travaux en lien avec le nouveau schéma de développement touristique 2026-2028.
- Réseaux filières et dispositifs : hausse liée au projet régional de la filière Tourisme et Loisirs.
- Conseils prestataires : stable

ZOOM SUR L'EVOLUTION DU BUDGET INFORMATION & COMMUNICATION



Une légère baisse du budget information et communication qui se poursuit :

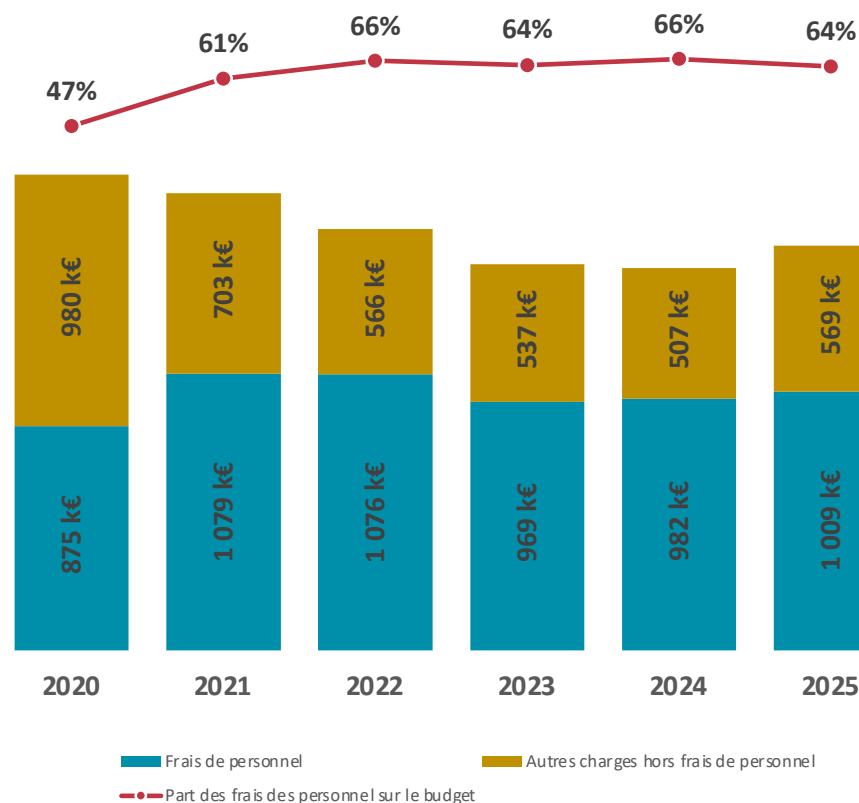
- L'action Information touristique affiche une légère hausse due à la mise en place du nouvel extranet et de l'engagement au niveau national (temps de travail).
- Budget presse et contenus variables d'une année sur l'autre selon l'affectation des dépenses liés aux accueils d'influenceurs imputés sur l'une ou l'autre ligne.
- Légère baisse sur le web due à une stratégie installée, un plan d'actions calibré réalisé en interne et pas de développements en 2025.
- Editions en hausse : lié à la masse salariale de 2024 (remplacement congés maternité) affecté en frais du personnel et pas à l'action contrairement à 2025.
- Com et événementiel : suppression du salon de l'agriculture.
- Social media et GRC stable.

CHARGES D'EXPLOITATION ET POIDS DE LA MASSE SALARIALE

Des charges stables malgré l'inflation

- Une **variation exceptionnelle** des charges en 2020 et 2021 du fait de la mise en œuvre de la **campagne de communication** « les Spots du Lot »
- Une baisse des **frais de personnels** amorcée en 2023 qui répond à l'objectif de maîtrise d'un contexte budgétaire contraint. Stabilité depuis cette période autour de 1 k€.
- Les **charges de fonctionnement hors personnel** ont diminué de 42 % entre 2020 et 2025, soit une baisse moyenne d'environ -10 % par an, traduisant un effort soutenu de maîtrise des dépenses sur la période.

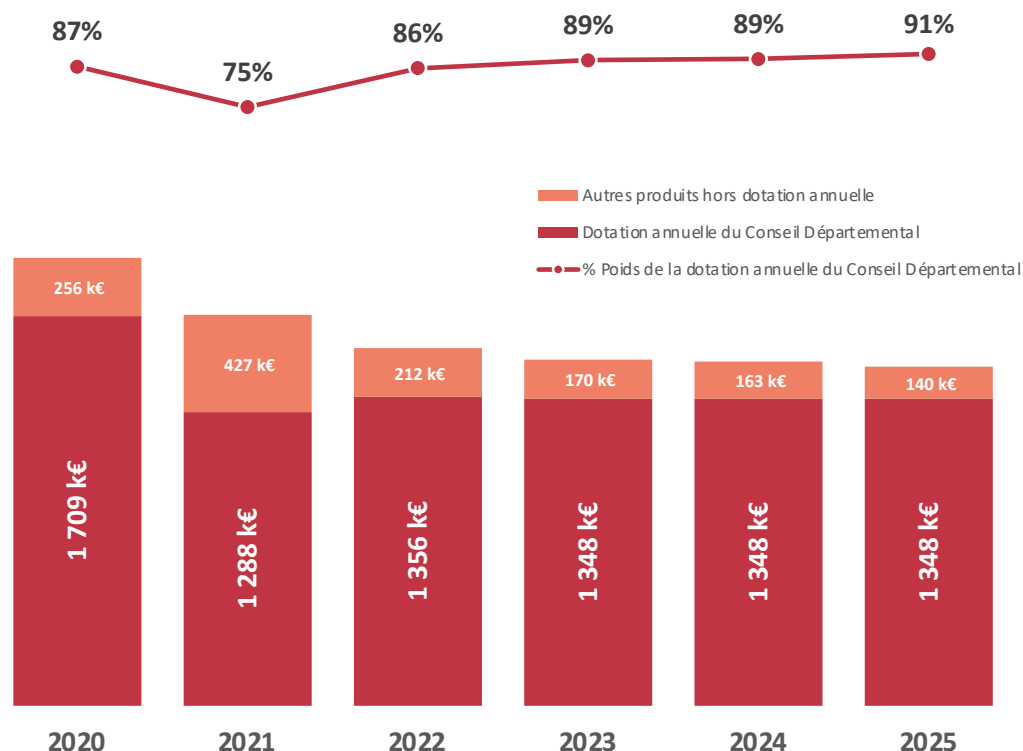
Charges totales annuelles de Lot Tourisme
et part consacrée aux frais de personnel



DES RECETTES EN RECUL CONSTANT

Des dotations départementales en baisse

Evolution des recettes de Lot Tourisme
et part liée à la dotation annuelle



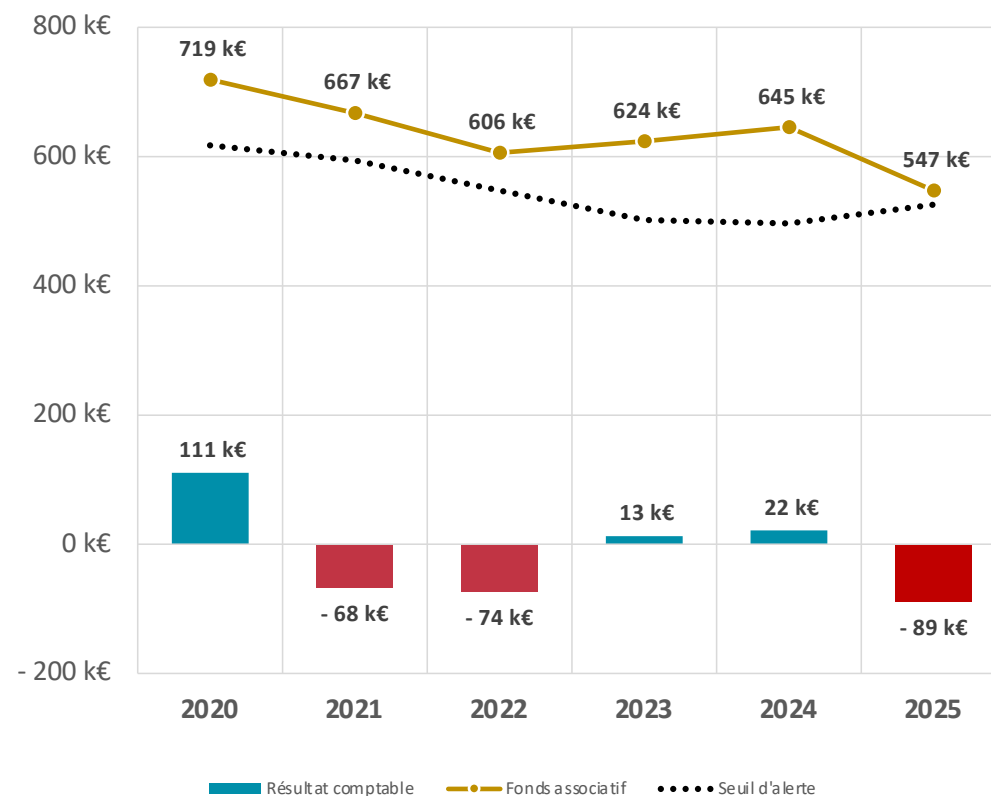
- Des ressources ponctuelles collectées en 2020 dans le **contexte spécifique de la campagne de communication**
- Dans un contexte contraint pour le département, et après des **baisses progressives** enregistrées depuis 10 ans, la dotation **se stabilise** à partir de 2023 autour de 1 348 k€, traduisant un nouveau niveau de référence.
- Des **ressources hors dotations** en légère baisse en 2025 (arrêt subvention de l'ADEME, moins de fonds dédiés...).
(- 23 000€ / 2024)

RESULTAT ET EVOLUTION DE L'ACTIF FINANCIER

Un retour à un équilibre préservant les fonds propres

- Les exercices excédentaires de 2015 à 2020 avaient permis de doter le fond associatif pour le hisser à un **niveau convenable** pour satisfaire au fonctionnement courant de la structure.
- En 2021 et 2022, Lot Tourisme a enregistré **deux exercices consécutifs de perte**, à un niveau contenu au regard du budget global
- **Un retour à un budget équilibré en 2023 et 2024** a permis de préserver les fonds propres.
- En 2025, le résultat s'explique principalement par l'inscription d'une dotation aux provisions 64 195 euros, non prévue. D'un point de vue structurel, le déficit de l'année 2025, sans cette provision de nature conjoncturelle, aurait donc été en réalité de 25 271 euros.

Evolution des fonds associatifs et du résultat comptable de Lot Tourisme





3

Bilan social de la
structure en 2025

POURQUOI UN BILAN SOCIAL POUR LOT TOURISME

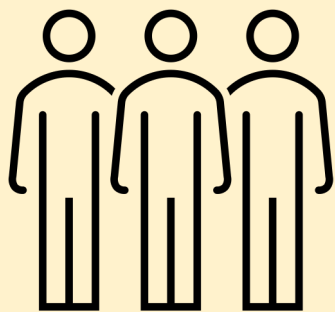
Un outil permanent de suivi stratégique RH de la structure



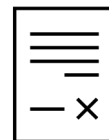
- Le Bilan Social présente une « photographie » de la situation des collaborateurs au sein de Lot Tourisme au 31/12/2025
- La variété et la richesse des données chiffrées qu'il contient offrent une vue d'ensemble des caractéristiques du personnel et de leurs conditions de travail, et nourrissent le dialogue social interne
- En présentant un historique des données chiffrées **depuis 2016**, il permet de mesurer les changements intervenus.

L'EFFECTIF SALARIÉ À LOT TOURISME

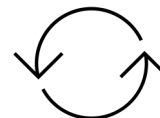
Chiffres clés au 31/12/2025



15 personnes
- 15 ETP -
dont
3 ETP cadres (20%)
12 ETP non cadres (80%)



100% de
contrats en CDI



7 % de turn-over
(12 derniers mois)



40% de seniors
(âge > 45 ans)

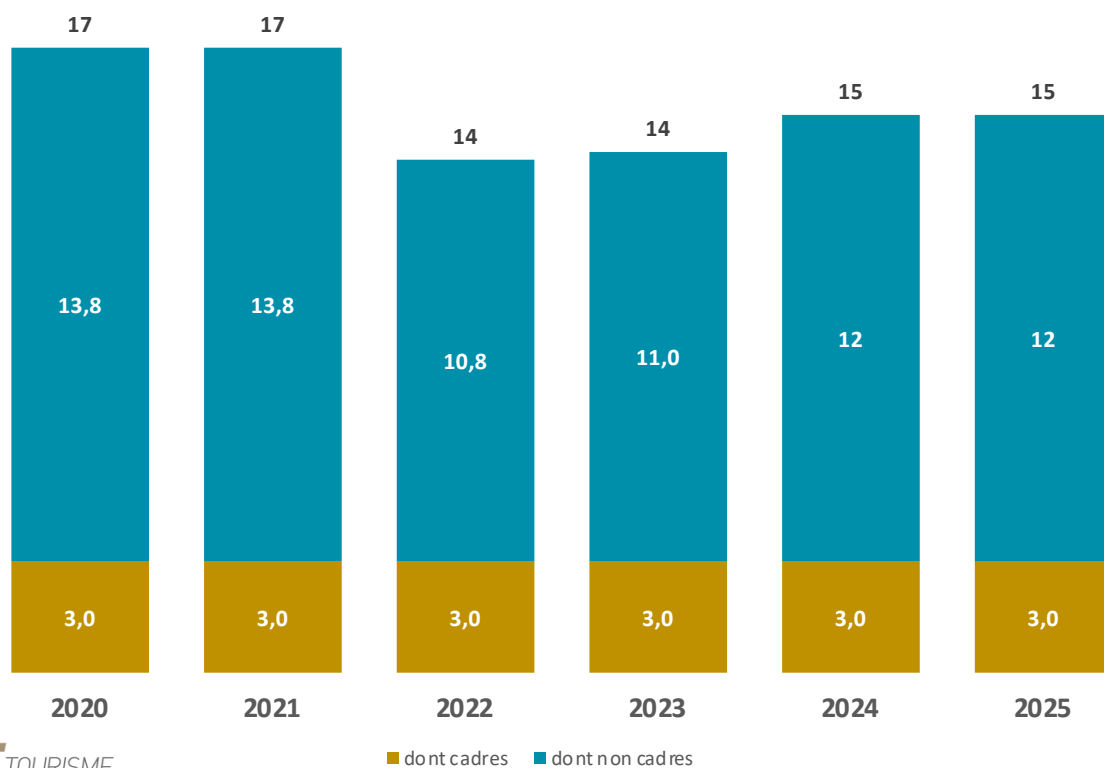


53% des ETP
sont des femmes

L'EFFECTIF SALARIÉ À LOT TOURISME

Point sur les ETP

Evolution de l'effectif annuel (en ETP) et répartition cadres / non cadres

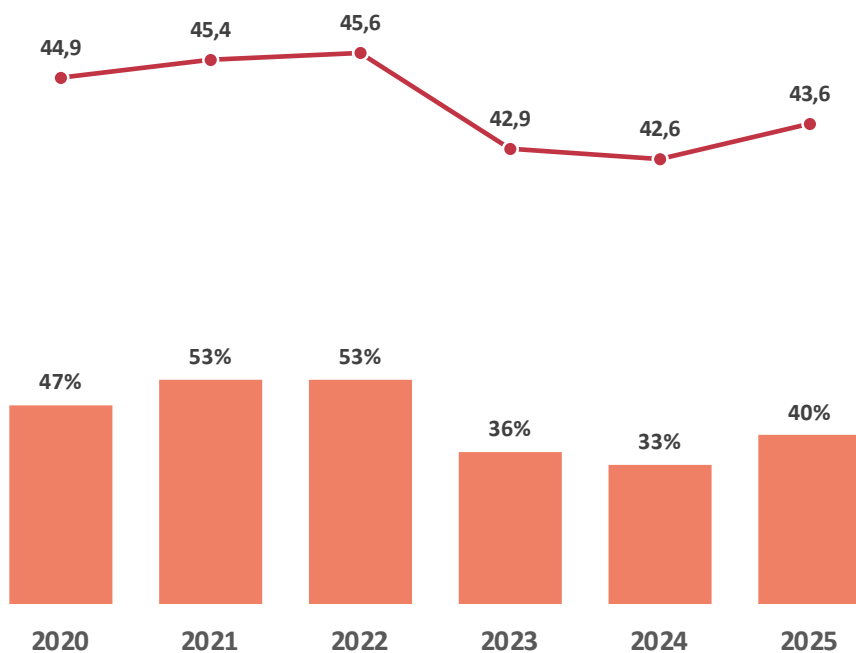


- Pour mémoire, Lot Tourisme a connu une **baisse de 15%** des effectifs entre 2015 et 2020 et une perte de 5 ETP entre 2015 et 2025.
- Stabilité en 2020 et 2021, puis nouvelle baisse en 2022/2023 (-2,8 ETP).
- **Nombre d'ETP stable** depuis 2024 avec l'embauche d'une data-scientist qui était en contrat d'alternance.
- Volume **des emplois cadres** stable depuis 2020.

LA DEMOGRAPHIE DU PERSONNEL

Un âge moyen en baisse

Evolution de l'âge moyen des salariés et part des ETP seniors



- Un important **turn-over** opéré en 2022 (29%) avait conduit à un net **rajeunissement** du personnel en 2023.
- L'embauche de 2024 avait permis de poursuivre le rajeunissement de l'effectif qui est remonté à **43,6 ans** en moyenne en 2025.
- La part de salariés seniors a évolué d'une bonne moitié en 2021 vers un un bon tiers (2023/2024) pour atteindre 40% fin 2025.



LOT TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

PROJET BUDGET 2026

PRÉVISIONNEL 2026

DEPENSES	PREVISIONNEL 2026	RECETTES	PREVISIONNEL 2026
ACTIONS PAR POLES		SUBVENTION DEPARTEMENT	
Pôle Ingénierie et Développement	57 500	Dotation Département	1 348 000
Pôle Information et Communication	180 885		
Pôle Pilotage et Ressources	43 125	PARTENARIATS ET AUTRES RESSOURCES	
		Pôle Ingénierie et Développement	27 900
FRAIS GENERAUX		Pôle Information et Communication	35 800
Cotisations	8 000	Pôle Pilotage et Ressources	13 600
Dotations aux amortissements	1 317		
Frais de fonctionnement	53 000	DIVERS	
		Transfert de charges	8 100
FRAIS DE PERSONNEL		Fonds dédiés	3 000
Rémunération personnel	1 028 079		
Chèques Déjeuner - Epargne retraite - Stagiaires - Medecine du travail	48 693		
Afdas Part employeur	10 500		
Excédent	5 301		
TOTAL	1 436 400	TOTAL	1 436 400



LOT TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Zoom sur

MATRICE DE POSITIONNEMENT & SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DU TOURISME

QU'EST-CE QUE LA MATRICE DE POSITIONNEMENT ?



- La matrice de positionnement est un outil de gouvernance qui clarifie la **répartition des rôles** entre les différents acteurs publics et consulaires du tourisme dans le Lot.
- Élaborée de manière collaborative dans le cadre du **Schéma départemental du tourisme**, elle identifie les domaines d'action partagés, les pilotes et contributeurs de chaque mission, les outils de coopération mobilisés ainsi que les principes de solidarité territoriale.
- Véritable support de pilotage du partenariat, elle vise à garantir la cohérence et l'efficacité de l'action touristique tout en restant **évolutive** pour s'adapter aux besoins et aux évolutions du territoire.

ORGANISATION TERRITORIALE

Légende

-  Bureau d'information permanent
-  Bureau d'information saisonnier
-  Wifi sécurisé
-  Limites départementale
-  Limites PNR



Vallée de la Dordogne

Dans le Lot :
47 000 habitants
77 communes
10 BIT dont 8 saisonniers
34 000 lits marchands

en Corrèze :
24 000 habitants
64 communes
12 000 lits marchands



Cahors Vallée du Lot

73 000 habitants
95 communes
9 BIT dont 5 saisonniers
17 000 lits marchands



Grand Figeac Vallées du Lot et du Célé

44 000 habitants
77 communes
6 BIT dont 5 saisonniers
9 000 lits marchands



Pays de Gourdon

15 000 habitants
35 communes
3 BIT
5 400 lits marchands



Causse Labastide

3900 habitants
17 communes
1 BIT
1300 lits marchands



Le territoire du **Parc naturel régional géoparc mondial des Causses du Quercy** qui couvre près d'un tiers de la surface du département regroupe 102 communes et 32 000 habitants du Lot. Du fait de sa position centrale, il présente donc des zones de chevauchements avec les territoires des Ots. (Cf page sur partenariat CCI et PNR)

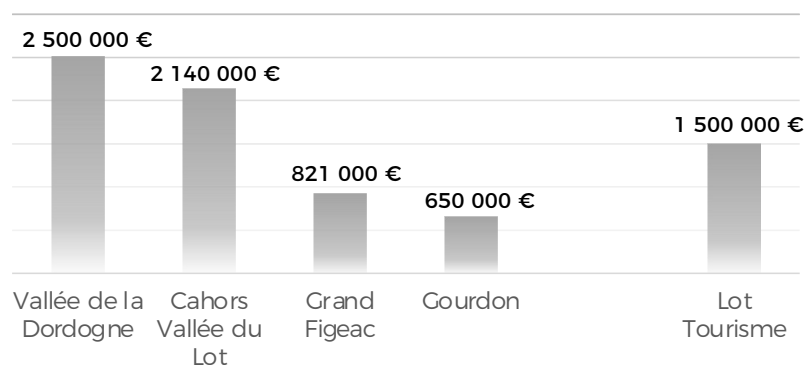
La communauté de communes « **Causse de Labastide Murat** » dispose d'un Office de tourisme non classé qui repose sur une salariée de la collectivité hébergée au PNR des Causses du Quercy .)

RESSOURCES DES PRINCIPAUX ORGANISMES GESTIONNAIRES DE DESTINATION (OGD)

RESSOURCES FINANCIÈRES

Somme totale des budgets de l'ensemble des principaux OGDs

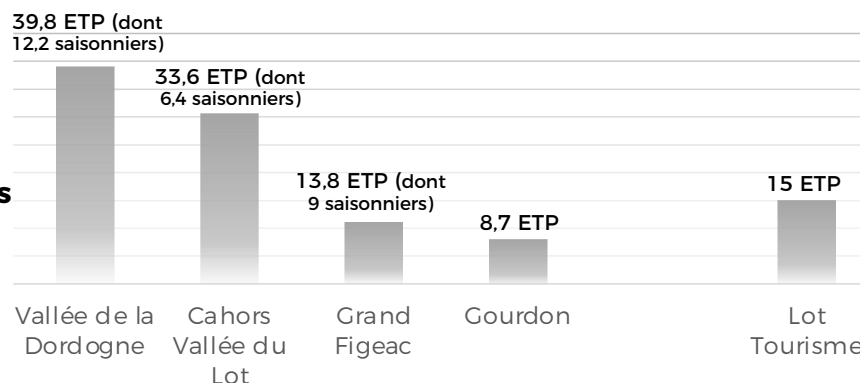
7,61 millions d'euros



RESSOURCES RH

Répartition globale du personnel sur l'ensemble du réseau lotois, incluant les saisonniers.

110,9 Équivalents Temps Plein (ETP) mobilisés



- Ressources annuelles taxe de séjour

2,57 millions d'euros

soit **1/3** de la ressource

OTs : 40% - ADT : 7%

- Subvention collectivités

3,7 millions d'euros

soit **49%** de la ressource

OTs : 38% - ADT : 90%

- ETP affectés aux bureaux d'information

40,1 ETP

soit **45%** de la RH des OTs

Nombre de visiteurs :

VD : 271 000

Cahors Vallée Lot : 230 000

Figeac Vallées Lot Célé : 128 000

Gourdon : 12 000

UN PARTENARIAT À GÉOMÉTRIE VARIABLE & GARANT DE LA COHÉRENCE ET DES ÉQUILIBRES

LES RÔLES



Contributeur

L'acteur apporte une expertise technique ou des données sans porter la responsabilité finale.



Pilote (Maître d'ouvrage)

L'acteur assume la responsabilité stratégique, financière et le portage direct de l'action.



Cas par cas

Intervention modulée selon les besoins d'ingénierie spécifiques des territoires (levier de solidarité)



Co-pilote

L'action est co-portée de manière équilibrée avec un partage des décisions et du financement.

La gestion du partenariat nécessite de faire preuve de **souplesse et d'adaptabilité** pour que l'action départementale réponde au mieux aux besoins réciproques des partenaires.

Cette souplesse répond à **3 principes** :

- Garantir une cohérence des actions à l'échelle départementale.
- Respecter les spécificités des territoires.

Cohérence ≠ Uniformité

- Veiller au principe de solidarité territoriale en adaptant les règles concernant les moyens aux capacités des territoires.

=> Une action départementale qui veille aux équilibres territoriaux

MATRICE DE POSITIONNEMENT

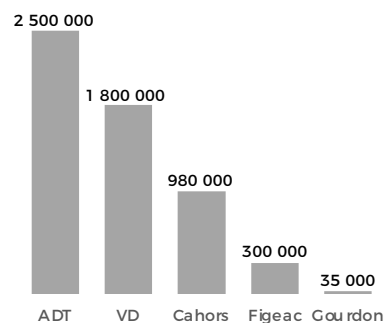
ZOOM PAR ACTION

Thématique	Action spécifique	Lot Tourisme (ADT)	Office de tourisme (OT)
Activités de pleine nature	Label accueil vélo		
	Gestion Qualirando et topoguides		
	Développement trail		
	Gestion sentiers itinérance		
Promotion	Presse et influence		
	Éditions départementales		
	Système d'information (SIT)		
	Sites web		
	Œnotourisme		
	Promo BtoB		
Conseil & qualif.	Animation réseau partenaires		
	Accompagnement de porteurs de projets		
	Tourisme Responsable		

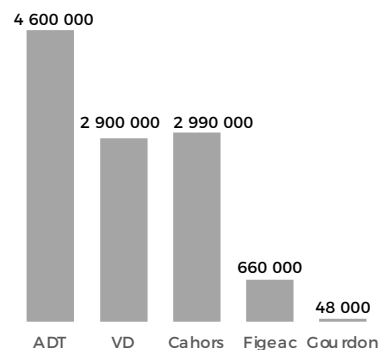
Thématique	Action spécifique	Lot Tourisme (ADT)	Office de tourisme (OT)
Observation	Diagnostic et Ereputation		
	Collecte de données terrain		
	Plateforme Lot Tourisme Analyses		
	Etudes pour les EPCI		
Gouvernance	Club des directeurs		
	Cola		
	Relais territorial		
Relation client	Conseiller en séjour		
	Gestion Relation Client		
Services	Guidage et médiation		
	Service commercial		
	Gestion de sites		
	Boutique et billetterie		

VISIBILITÉ DES DESTINATIONS

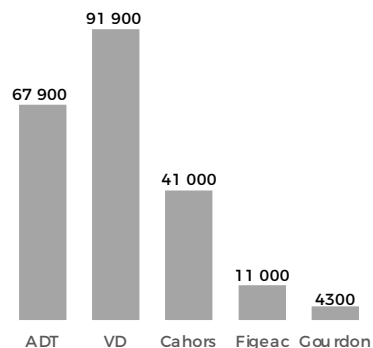
WEB



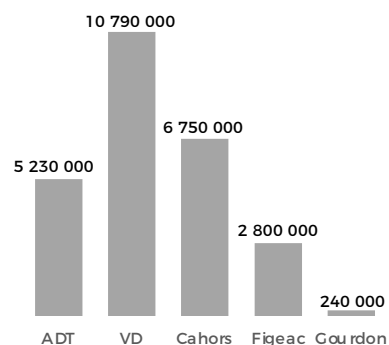
5 615 000 sessions web



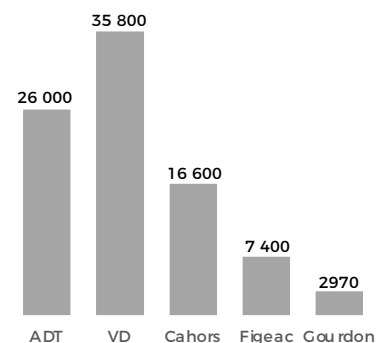
11 198 000 pages vues web



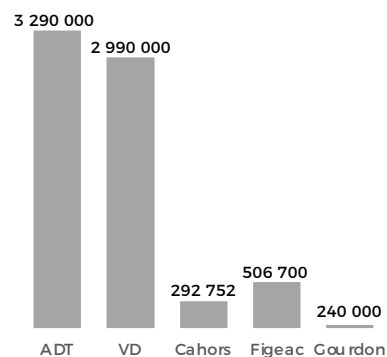
216 100 abonnés



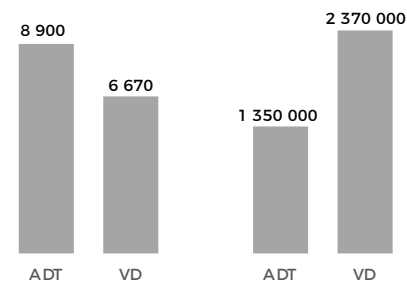
25 800 000 vues



88 770 abonnés

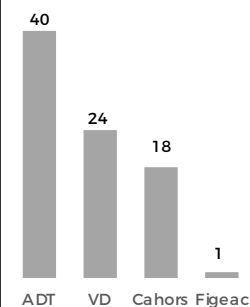


7 320 000 vues



15 570 abonnés **3 720 000** vues

ACCUEILS PRESSE



92 accueils

La visibilité du territoire départemental sur le marché peut être appréciée par les principaux indicateurs concernant la **communication numérique** et la **presse**.

Les chiffres présentés démontrent la **complémentarité** entre l'action portée par Lot Tourisme sur la destination Lot et les actions menées par les Ots sur leurs propres destinations.

Les deux destinations « Vallée de la Dordogne » et « Cahors- vallée du Lot » ont logiquement la plus forte visibilité parmi les OTs.

PARTENARIAT OGDS AVEC PNR GÉOPARC MONDIAL ET CCI

Lot Tourisme

PNR Géoparc Mondial

- Promotion du territoire en s'appuyant sur des thématiques identitaires (Géoparc, ciel étoilé, Accueil Parc, patrimoine, activités de pleine nature ...)
- Accompagnement ciblé des prestataires (marque accueil Parc, écolabels...)
- Développement et structuration de l'offre thématique

CCI du Lot

- Promotion de l'offre lotoise auprès de la cible B to B (Tours opérateurs, agences et organisateurs de voyages)
- Accompagnement ciblé des prestataires (label Cléverte, porteurs de projet ...)
- Appui et animation auprès de collectifs de professionnels

Offices de tourisme



Du fait de sa position centrale dans le département et sa taille importante (102 communes soit 1/3 des communes du Lot) et le positionnement qualitatif de ce territoire reconnu par les labels PNR et Géoparc Mondial Unesco, l'enjeu de collaboration des OGDS est essentiel. Ce dernier est donc totalement intégré dans l'organisation touristique lotoise.



Du fait de sa forte implication historique sur le secteur du tourisme en appui à l'offre et sur la promotion B to B, la CCI du Lot joue un rôle important dans l'organisation touristique lotoise



Schéma départemental du tourisme du Lot

2026-2028



UN HAUT NIVEAU D'ÉQUIPEMENTS ET DE SERVICES

Pour les touristes et les habitants

Orientation IA : Développer un maillage structurant d'infrastructures cyclables

- Poursuite du travail de qualification et d'organisation en lien avec les services du département

Orientation IB : Positionner le Lot comme un territoire d'excellence pour les itinérances

- Mise en œuvre du nouvel outil Géotrek avec un lien SIT et développement avec l'appui de l'IA de nouveaux outils de gestion de l'itinérance

Orientation IC : Poursuivre le développement d'une offre diversifiée et qualitative d'activités de pleine nature

- Remise à plat des itinéraires VTT ayant conduit à une nouvelle édition.



UNE STRATÉGIE DE PROMOTION CIBLÉE, COLLABORATIVE ET RESPONSABLE

Portée par les contenus, la data et le digital

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

→ Poursuite de l'action de promotion sur les réseaux sociaux et animation d'un nouveau collectif lotois (Ots +ADT) sur le community management.

Orientation IIB : S'inscrire dans le cadre d'alliance supra départementale pour promouvoir le Lot, notamment autour des activités de pleine nature

→ Dans le cadre de la fusion du CRTLO au sein de la agence AD'OCC et du désengagement d'Atout France, poursuite des contrats de Destinations . Pour le Contrat Lot-Aveyron-Lozère , resserrage de la cible sur les marchés France et Espagne.

Orientation IIC : Piloter une stratégie numérique, data et IA au service d'une relation client performante

→ Implication forte de Lot Tourisme sur les sujets data d'information et IA: Implication dans GT national d'ADN Tourisme, Travail sur Qualité de l'information du SIT, Intégration référencement GEO pour IA dans stratégie web, développement interne d'outil grâce à l'IA.



UN TOURISME LOTOIS PERFORMANT,

Ecologiquement soutenable & socialement acceptable

Orientation IIIA : Accompagner les opérateurs touristiques vers la qualité, l'écoresponsabilité et l'adaptation au climat

→ Implication dans le groupe de travail sur l'impact du réchauffement climatique piloté par le département. Déploiement du label Cléverte en partenariat avec les Ots, en appui des Ots du Pays de Gourdon et Grand Figeac (principe de solidarité).

Orientation IIIB : Concilier un développement touristique avec les attentes et les besoins des habitants

→ Implication dans la démarche « Oh My Lot ».

Orientation IIIC : Poursuite la mise en place de gestion des flux et des nouvelles solutions de mobilités touristiques durables

→ Lancement de l'action « Tarif Bas Carbone » porté par le collectif lotois Ots +ADT avec animation de l'OT de Cahors-Vallée du Lot. Récente signature convention Lio.

Orientation IIID : S'engager pour un tourisme social et solidaire intégré

→ Engagement de la démarche avec le département et implication dans GT ADN Tourisme.



UNE POLITIQUE TOURISTIQUE COORDONNÉE ET SOLIDAIRE

Avec les territoires et les acteurs

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

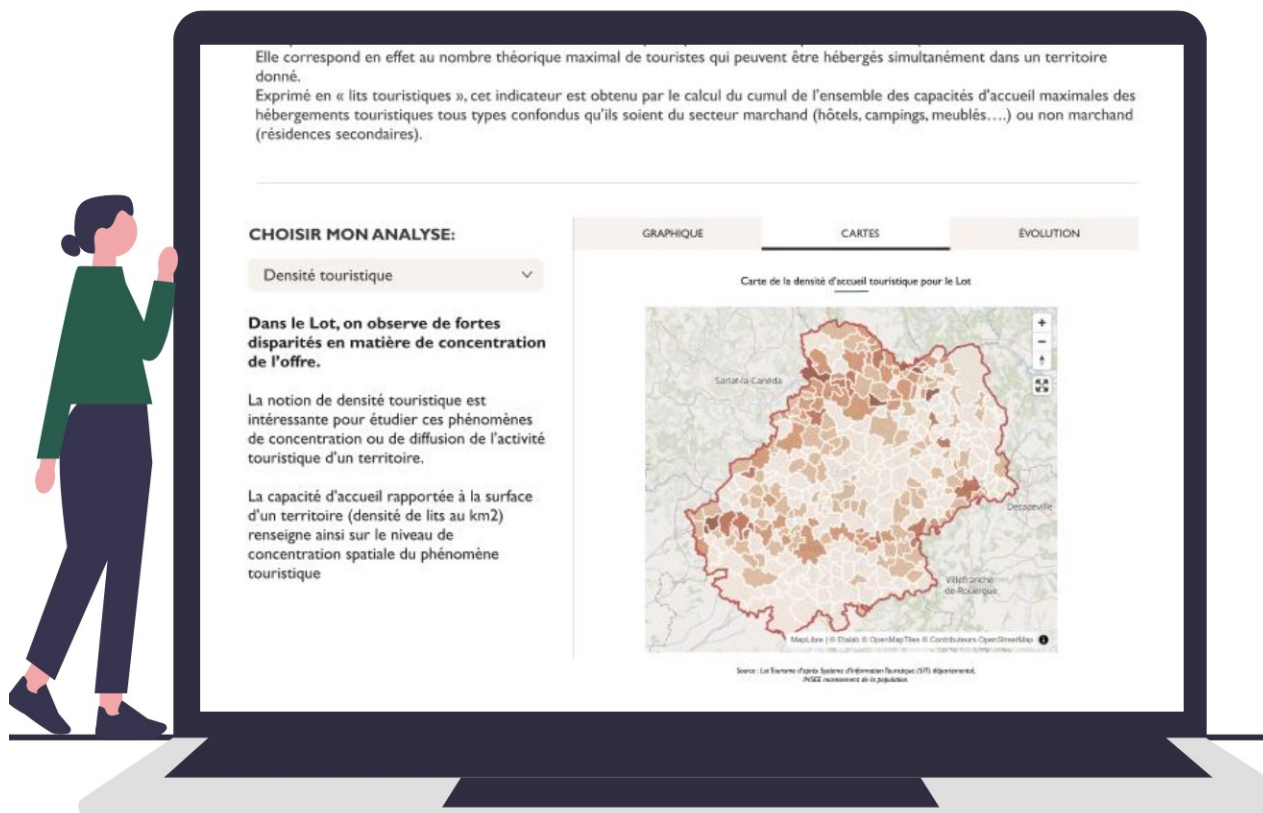
→ Formalisation de la matrice de positionnement des organismes institutionnels du tourisme lotois.

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

→ Ouverture de la plateforme data « Lot Tourisme Analyses » copiloté par le collectif Ots et ADT. Enquête régionale de clientèle en cours avec exploitations infra-départementale envisagée.



Zoom sur LATEFORME DATA



Lot Tourisme
analyses

<https://www.lot-tourisme-analyses.fr/>



LOT TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

QUESTIONS DIVERSES

VALIDATION DES PACTS 2026

- PACT Comité Départemental de cyclotourisme
- PACT Comité Départemental de la Randonnée Pédestre (convention annuelle d'application)
- PACT Association de Tourisme équestre du Lot

VALIDATION DES CONVENTIONS

- Convention Lot Tourisme & Département 2026-2028



LOT
LE DÉPARTEMENT

LOT
TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE

**Merci de votre
présence**