



© Jérôme Morel

Rapport activités 2021
Office de Tourisme du Grand
Figeac, Vallées du Lot et du Célé



Sommaire

Pôle Accueil /Production _____ 4

A. Accueil _____	4
Bilan de la saison _____	4
Bilan global (tous les bureaux) : Juin– Septembre 2021 _____	7
Chiffres Flux Vision Tourisme _____	12
Satisfaction clients _____	14
Statistiques par bureau (juin-septembre 2021) _____	15
B. Bilan Production/activités _____	21
1. Boutique _____	21
2. Ventes au comptoir _____	22
3. Visites individuelles _____	22
4. Le petit train Lou Fijagol _____	23
5. Animations enfants _____	23
6. Visites groupes _____	23

Pôle Promotion /Communication _____ 24

A. Analyse Web 2021 _____	24
1. Site Internet : www.tourisme-figeac.com _____	24
2. Réseaux sociaux _____	27
B. Gestion Relations Clients (GRC) _____	31
1. Etat des lieux _____	31
2. Les chiffres clés de l'année 2021 _____	33
C. Editions _____	37
D. Relations presse _____	37
E. Agenda animations _____	37

Pôle Relations socio-pros _____ 39

A. Relations avec les socioprofessionnels _____	39
B. Taxe de séjour _____	40

Pôle Ressources	40
A. Comptabilité	40
B. Social	40
C. Marque Qualité Tourisme	41
D. Vie Statutaire	41
E. Responsabilité Sociétale des Entreprises (R.S.E)	41
F. Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)	42



A. Accueil

Bilan de la saison

Le Lot :

Comme l'indique la conjoncture touristique de Lot Tourisme (paru 7 octobre 2021), le tourisme a repris des couleurs mais sans retrouver les niveaux de 2019. Les Français sont bien partis en vacances et ont privilégié la France et les hébergements marchands.

Sur le département du Lot, on peut noter une augmentation en nuitée de 24% sur toute l'année (Source : Lot Tourisme d'après Orange – Flux Vision Tourisme /données continues non stabilisées arrêtées au 25 septembre 2021). C'est avant tout l'avant saison (mars – juin) qui explique ces bons résultats. Sur la pleine saison (juillet – août), on peut noter une baisse de -2% de fréquentation en nuitées par rapport à 2020 et une baisse de -3% par rapport à la même période en 2019.

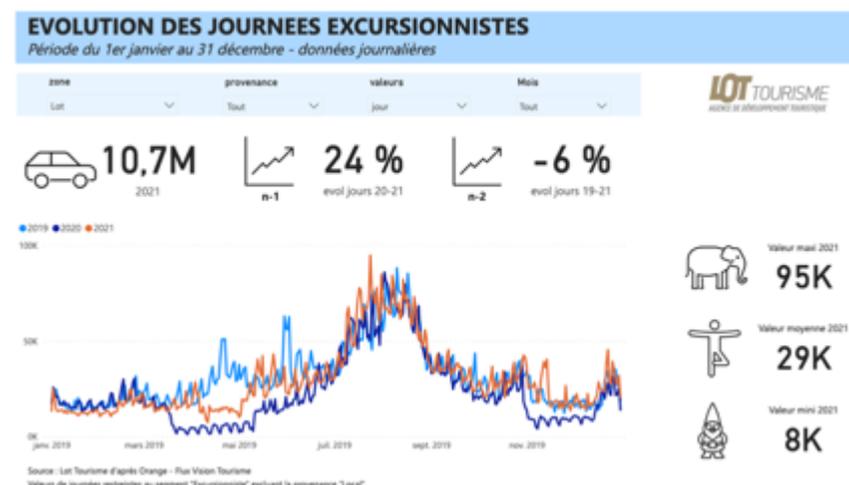
Le fait marquant de cette saison est l'excursionnisme, c'est-à-dire les visiteurs à la journée : peut-être une évolution dans le comportement de consommation de pratique de loisirs de proximité.

Grand Figeac :

La saison 2021 a été aussi impactée d'une certaine manière par la COVID-19 : confinement en avril, réouverture des bureaux d'accueil à partir du 19 mai, gestes barrières maintenus (sens de circulation, gel, jauge), mise en place du pass sanitaire en août,... De plus, en juillet, la météo a été peu clémente (pluie, températures fraîches,.....)

Malgré tout, la saison s'est bien déroulée ; l'Office de Tourisme a recruté 9 saisonniers et les 6 bureaux d'accueil ont été ouverts.

Les bureaux de Figeac, Cajarc, Capdenac-le-Haut et Capdenac Gare ont ouvert à partir du 19 mai. Le bureau de Marcihac a ouvert le 5 juillet. La nouveauté de cette saison : le bureau de Lacapelle-Marival a été transféré dans le Château et a ouvert à partir du 1^{er} juillet avec les mêmes horaires que le château.



L'Office de Tourisme est marqué Qualité Tourisme depuis 2018. Avec le nouveau dispositif et un renouvellement tous les 5 ans au lieu des 3, un audit mystère devait avoir lieu à mi parcours. Cet audit a eu lieu en juillet et en août.

Pour répondre à un critère du référentiel qualité, l'accueil téléphonique a été séparé de l'accueil physique à Figeac en juillet et août et les appels de Cajarc ont été transférés à Figeac.

5 bureaux ont été audités : tests téléphoniques en français et en anglais, tests par mail, par tchat et des visites « mystère » sur site. De nombreux points forts ont été notés : beaux supports de communication, très bonne maîtrise de l'offre du territoire, personnel investi dans ses missions, accueil de qualité, attentionné et professionnel.

Des points à améliorer ont été relevés : formation commerciale, formation à prévoir sur les techniques de communication (questionnement, reformulation, élargissement) en particulier pour les saisonniers, cohérence visuelle entre les bureaux (mobilier, charte graphique, tenue du personnel à l'effigie de la destination))

Le résultat de l'audit est 89,73% de conformité (85% sont exigibles). Bravo à toute l'équipe !

La mise en place des gestes barrières (sens de circulation, gel, réduction de nombre de personnes entrant) a induit une baisse de la fréquentation des visiteurs comme en 2020. Malgré tout, le nombre de contacts a été stable (voir les statistiques des différents bureaux et le bilan global)

Synthèse des retours des conseiller(e)s en séjour

Figeac : Hanne Sund Bon, Nathalie Andrieu, Sylvie Schlund, Noémie Rayssac, Laurine Delaunay, Perrine Raffy, Lauriane Despouys

Cajarc : Ankie Out

Capdenac- Gare : Brigitte Billiet,

Capdenac-le-Haut : Marion Herisson

Lacapelle-Marival : Juliette Prunet

Marcilhac-sur-Célé : Sandra Zographos

Commentaires Généraux :

- Globalement bons contacts,
- Des clients moins patients qu'en 2020
- Parfois quelques difficultés à faire respecter les gestes barrières, informations floues sur mise en place du pass
- De nouvelles clientèles plus jeunes (20-40 ans sont venues à l'Office de Tourisme
- Demandes plus longues avec des personnes qui séjournaient plus longtemps (2 semaines)

Les demandes :

- Visites de villes et villages, sites à visiter
- Randonnées, points de baignade en milieu naturel, activités nature
- Marchés, gastronomie
- Circuits vélo et pistes cyclables
- Recherche d'activités avec jeunes enfants (moins de 7 ans)
- Nouvelles demandes en lien avec la situation sanitaire (tests, pass sanitaire,..)

Points à améliorer :

- Manque d'offres pour jeunes et très jeunes enfants
- Manque offres vélo, cyclo , pistes cyclables
- Manque de randos familiales au départ de Cajarc ou de Marcilhac
- Ouverture des piscines (jour de fermeture, horaires)
- Connaissances sur les offres (St Jacques, randonnées, descente en canoë ,...),
- Mise à jour des disponibilités des hébergements

Editions :

- Le Mag : apprécié des visiteurs, permet de se projeter pour un séjour, vision globale des choses à voir et à faire
- Ebrochures : envoi par mail ou par courrier ; ajouter la fourchette de prix et grossir la période d'ouverture pour les restaurants
- Pitchouguide : a manqué durant la saison, à voir pour 2022 (ebrochures avec les animations, pages dans le Mag,...)
- Ebrochure agenda : problématique des dates
- Ebrochures : attention aux impressions des pages « couvertures » (pas DD)

Animations :

- Programme des visites guidées : bien et programme papier à la semaine apprécié mais manque un document global avec les dates,
- Pot accueil à Cajarc : dommage pour l'annulation !
- Problème de promotion / communication pour les animations
- Revoir les thématiques des ateliers du patrimoine
- Attention au choix des dates (nocturne à Cajarc)

Retour ventes au comptoir

- Manque de connaissance de l'offre (activités de loisirs)
- Proposition très appréciée par les clients
- Difficultés d'organisation interne (modalités très différentes selon prestataires !)
- Demande de billets pour le musée Champollion, Pech Merle, Padirac,...(non disponibles)

Bilan global (tous les bureaux) : Juin– Septembre 2021

Statistiques de fréquentation 2020 /2021

	Contacts comptoir				Passage pèlerins		
	2019	2020	2021		2020	2021	
Jun	4590	1886	3744	99%	98	582	494%
Juillet	7957	7993	8397	5%	390	335	-14%
Aout	11858	10671	11116	4%	373	536	44%
Sept.	5788	5209	4687	-10%	410	583	42%
Total	30193	25759	27944	+8%	1271	2036	60%
Total sans Juin		238732	24200	+1%			
	25603		24200	-5%			

C'est dans un contexte encore particulier que la saison 2021 a eu lieu : après plus 1 mois de fermeture, les bureaux d'accueil ont réouvert à partir du 19 mai.

Durant les mois de mars, d'avril et de mai, l'Office de Tourisme a répondu à de nombreuses demandes d'informations (hébergements, visites,...). Pour mémoire, en 2020, les demandes étaient concentrées sur le mois de juin, 346 demandes (déconfinement).

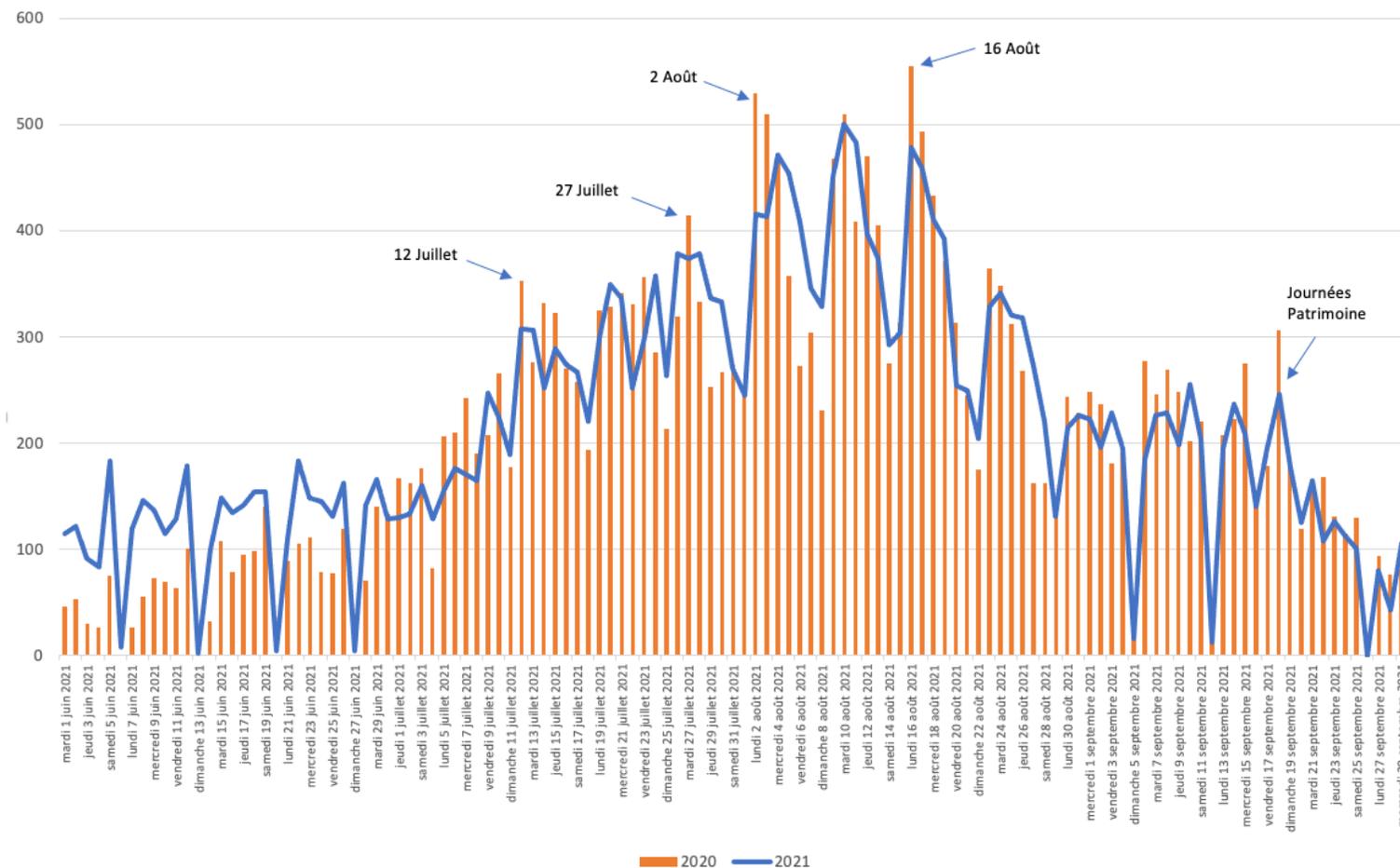
Sur les 4 mois (mars, avril, mai, juin), 959 demandes d'informations (40 mails, 499 téléphones, 403 webs, 9 tchats, 8 courriers) ont été gérés. Nos visiteurs préparaient leurs vacances....

Nous avons même dépassé les chiffres de 2019 : sur la même période 612 demandes avaient été enregistrées.

Les visiteurs ont continué à se renseigner en juillet, août et septembre avec 749 demandes.

Nouveauté 2021 : l'accueil téléphonique en juillet et août a été séparé de l'accueil (un des critères du référentiel de la marque Qualité) et les appels téléphoniques de Cajarc ont été transférés à Figeac. Entre Juin et Septembre, près de 10.000 appels ont été enregistrés à Figeac.

Nombre de contacts 2020/2021 (tous bureaux confondus)



L'évolution du nombre de contacts par rapport à 2020 est de 1,40% si on enlève le mois de juin ou de 8% avec le mois de juin. En effet, l'augmentation en juin est liée au fait qu'en 2020, 3 bureaux étaient ouverts (4 en 2021), les horaires ont été élargis car en 2020, les bureaux n'ont réouvert qu'à partir du 2 juin (avec peu de visiteurs)

On peut noter sur ce graphique que les pics sont presque identiques à ceux de 2020 avec un léger fléchissement du nombre de contacts par jour mais plus régulier (jours de canicule en 2020).

En 2021, le pic de fréquentation a été le **10 août** (voir le pic de chaque bureau)

Analyse géographique

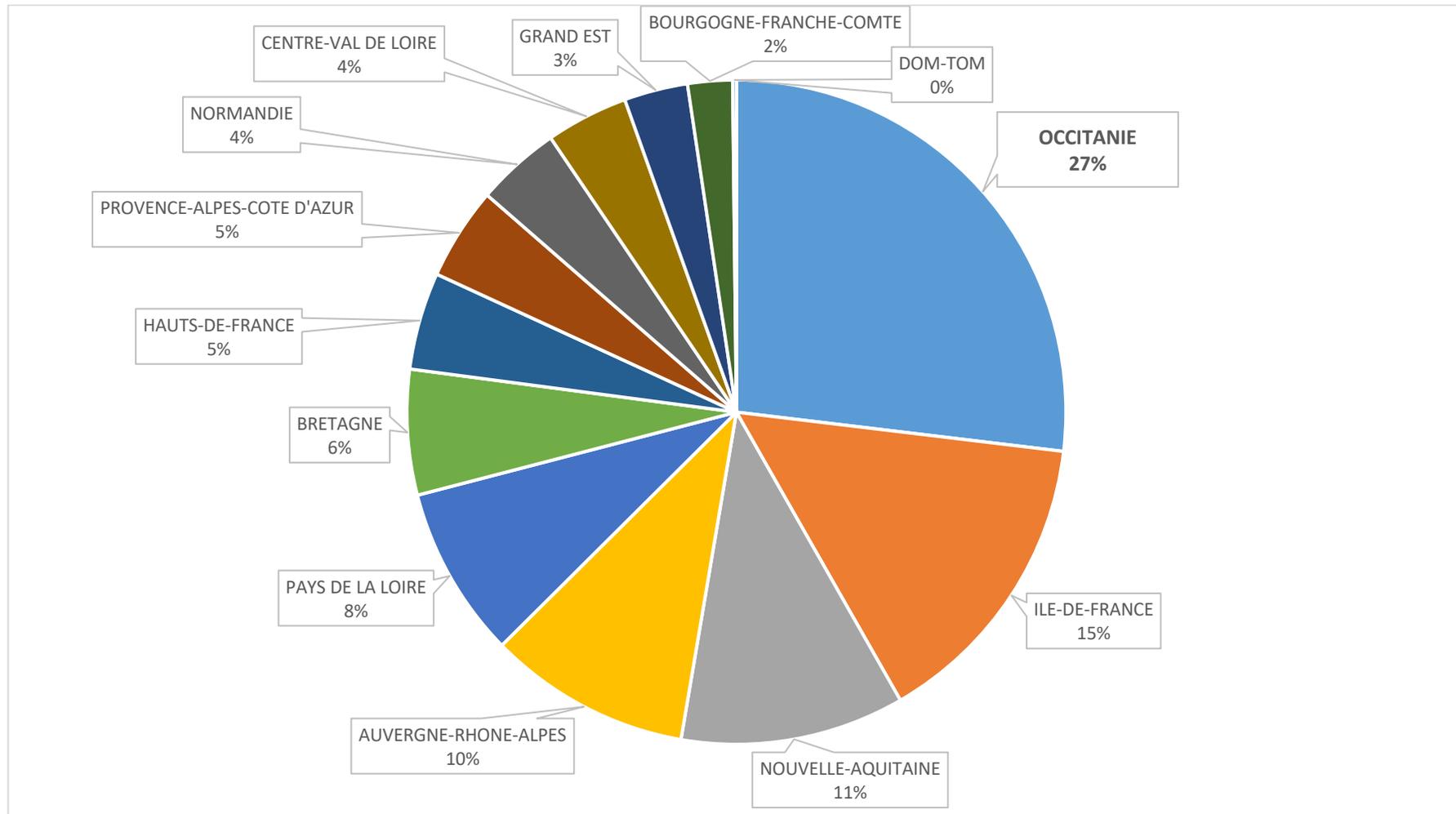
Régions	2019	2020	2021		Pays	2019	2020	2021
Occitanie	29%	28%	27%		France	85%	94%	92%
Ile-de-France	15%	15%	15%			Sur les 15% d'étrangers	Sur les 6% d'étrangers	Sur les 8% d'étrangers
Nouvelle-Aquitaine	10%	12%	11%		Belgique	22%	41%	35%
Auvergne-Rhône-Alpes	10%	10%	10%		Pays Bas	10%	12%	17%
Pays de La Loire	8%	8%	8%		Allemagne	12%	14%	13%
					Espagne	10%	9%	11%
					Angleterre	18%	10%	10%

On peut remarquer que la part de la clientèle française est toujours élevée par rapport à 2019 avec plus de 90% de notre clientèle. Les régions françaises restent identiques. Quant à la clientèle étrangère, on peut remarquer que les Belges sont toujours notre 1^{ère} clientèle mais en légère baisse et que les Hollandais sont à nouveau revenus dans notre territoire.

Dans les bureaux de l'Office de Tourisme, le top 5 est le suivant : Lot, Paris, Loire-Atlantique, Aveyron, Gironde .

Ce top 5 peut évoluer en fonction des bureaux d'accueil (voir pages sur les différents bureaux)

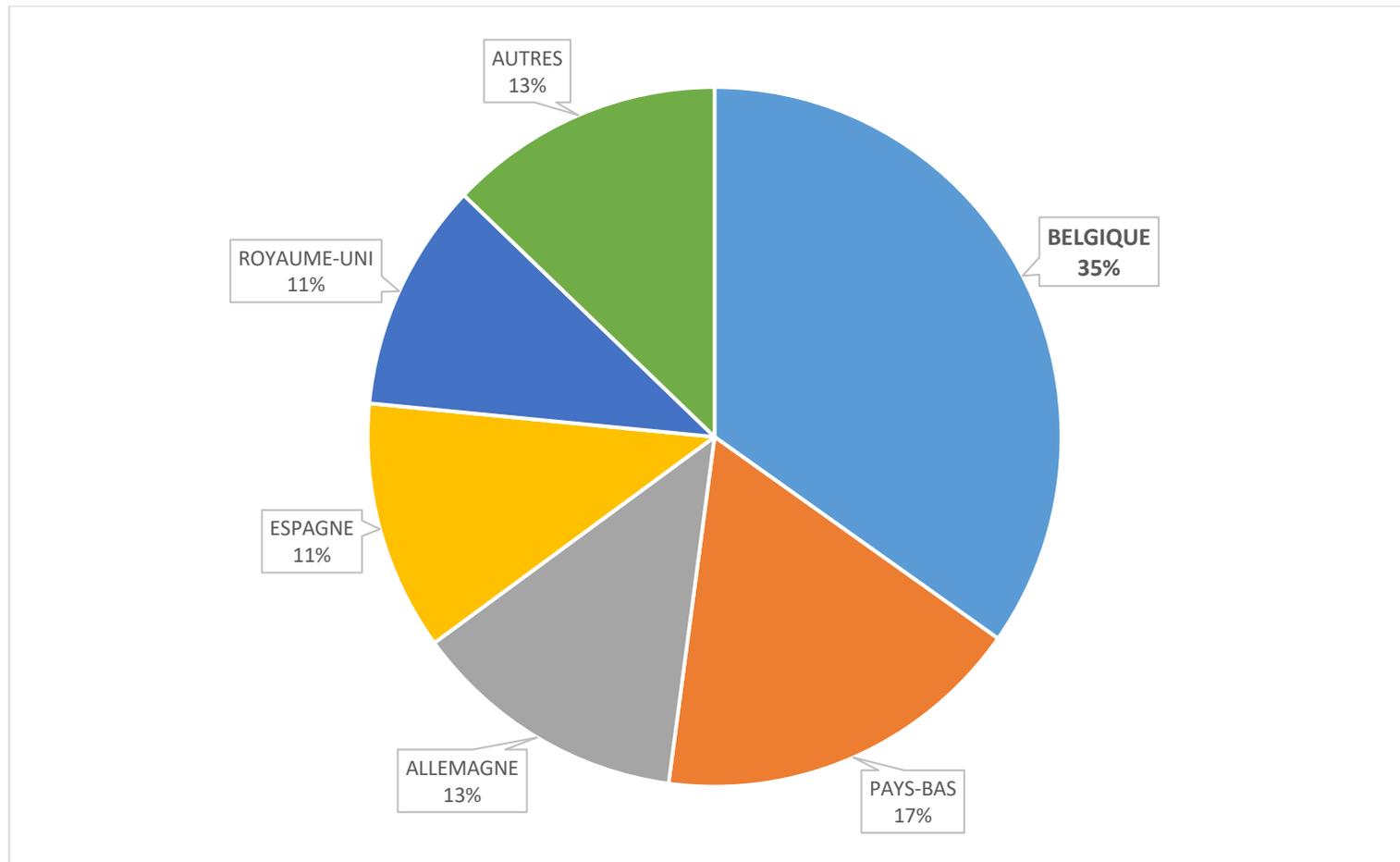
Origine France



Origine Etrangers

En 2021, la clientèle française représente 92% de notre clientèle. Sur les 8% de la clientèle d'origine étrangère, 33% sont Belges, 17% Hollandais et 13% Allemands.

Les 13% autres sont la Suisse, les USA, Italie,..... Les pays européens sont représentés mais il manque toujours la clientèle plus lointaine (Asie, Etats Unis,.....)

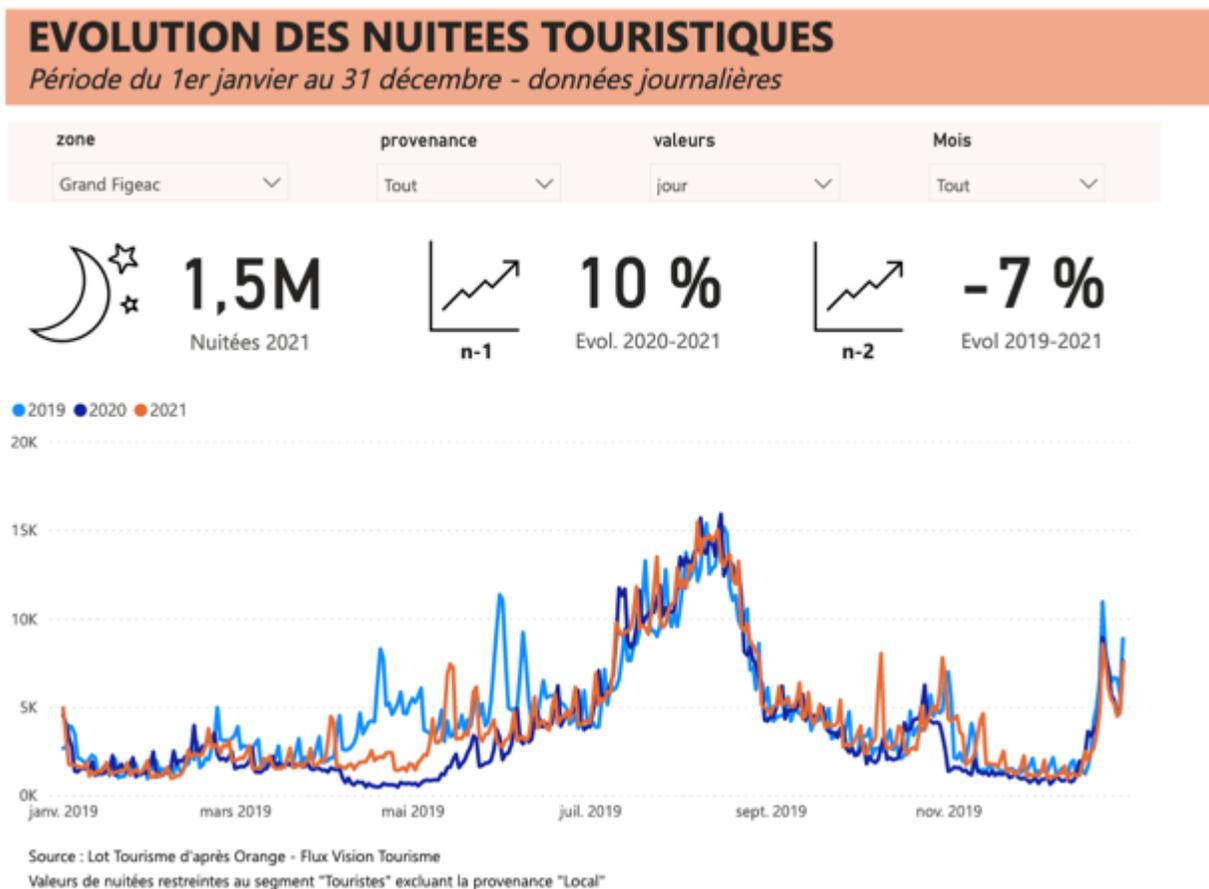


Chiffres Flux Vision Tourisme

La fréquentation dans les bureaux d'accueil est un indicateur mais les données d'Orange- Flux Vision Tourisme informent sur l'évolution du nombre de nuitées sur le territoire (hébergements marchands et non marchands) . Les visiteurs étaient présents sur le Grand Figeac.

Sur l'année 2021, 1,5 millions nuitées ont été enregistrées sur le Grand Figeac (près de 1,4 millions en 2020) soit une augmentation de 10%. Nous n'avons pas retrouvé le niveau de 2019 avec plus de 1,6 millions de nuitées.

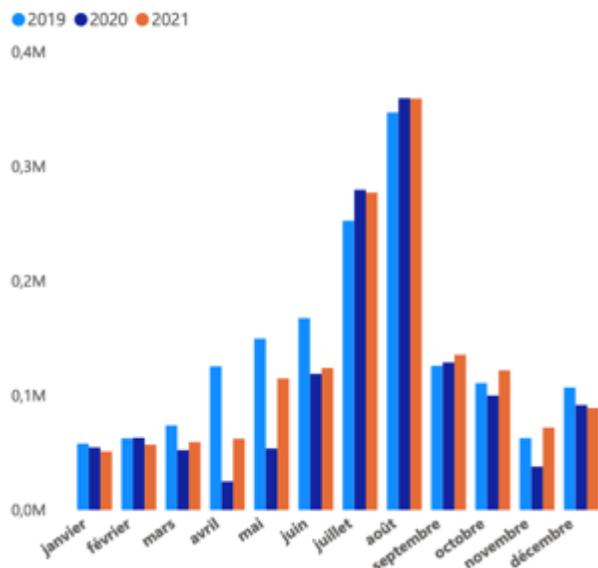
Sur le graphique, nous pouvons noter les évolutions sur 3 années : on peut remarquer l'impact du confinement en 2020 sur le printemps et sur les vacances d'automne. En 2021, on peut noter une baisse sur le printemps (moins qu'en 2020) mais sur le reste de la saison, la courbe suit celle de 2019 voire la dépasse...



EVOLUTION DES NUITEES TOURISTIQUES

Période du 1er janvier au 31 décembre - données mensuelles

zone:
 provenance:
 Mois:



Mois	2019	2020	2021	Evol. 20-21	Evol. 19-21
janvier	58K	54K	51K	-6 % ↓	-12 % ↓
février	62K	63K	57K	-10 % ↓	-9 % ↓
mars	74K	52K	59K	14 % ↑	-20 % ↓
avril	125K	25K	62K	151 % ↑	-50 % ↓
mai	149K	54K	115K	114 % ↑	-23 % ↓
juin	167K	119K	124K	4 % →	-26 % ↓
juillet	252K	279K	277K	-1 % →	10 % ↑
août	347K	359K	359K	-0 % →	4 % →
septembre	126K	129K	135K	5 % ↑	8 % ↑
octobre	111K	100K	122K	22 % ↑	10 % ↑
novembre	63K	38K	72K	90 % ↑	15 % ↑
décembre	107K	91K	89K	-3 % →	-17 % ↓
Total	1 641K	1 363K	1 521K	12 %	-7 %



-7 %
Evol. 2019-2021



1 %
Nuitées FR



-36 %
Nuitées ETR

Source : Lot Tourisme d'après Orange - Flux Vision Tourisme
Valeurs de nuitées restreintes au segment "Touristes" excluant la provenance "Local"

Satisfaction clients

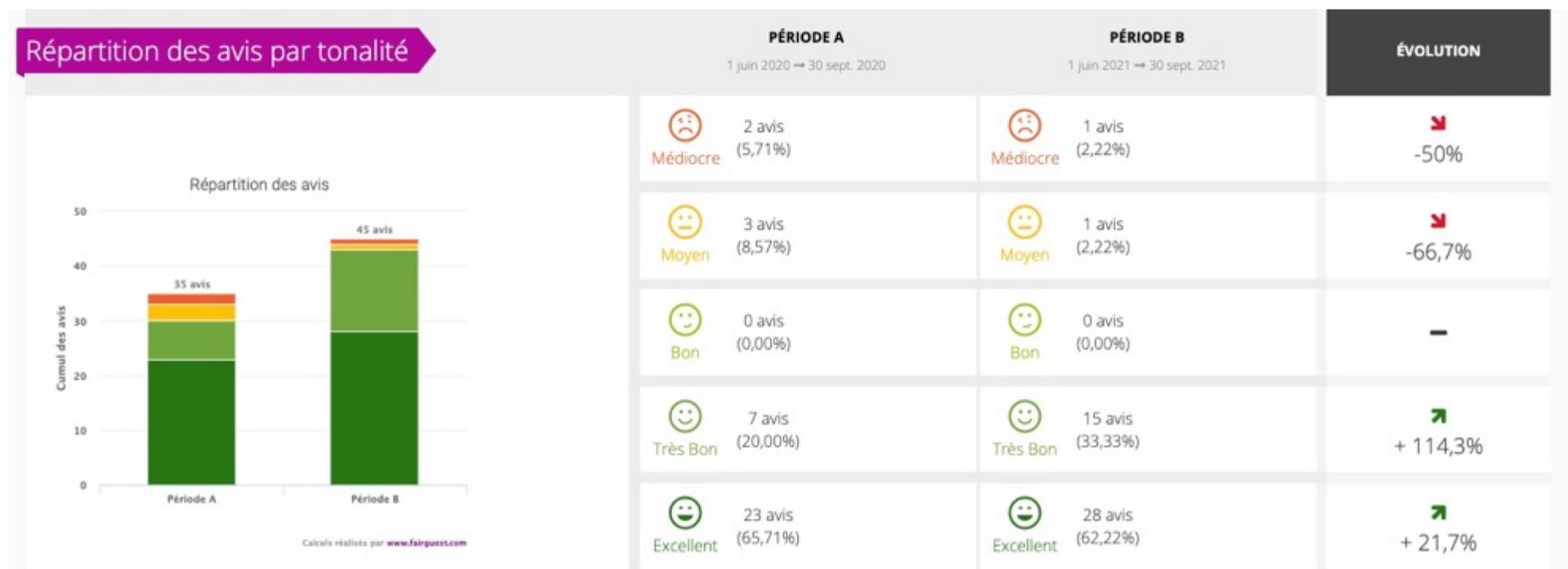
Avec l'outil Fairguest (agrégateur d'avis), l'Office de Tourisme peut suivre l'évolution des avis clients.

Ce critère est obligatoire dans le cadre de la marque Qualité Tourisme.

En 2021, les clients ont laissé davantage d'avis sur la période juin-septembre : 45 (35 en 2019). La note moyenne est de 9,1 (8,8 en 2020).

Les avis clients sont principalement laissés sur google : 45 avis sur google (24 en 2020))

Les clients apprécient la beauté de la ville et de la région, l'architecture riche, le bon accueil,les bons conseils



Statistiques par bureau (juin-septembre 2021)

Bureau de Figeac : Juin – septembre 2021

Modalités d'ouverture :

Ouvert à partir du 19 mai

Juin : du lundi au samedi de 9h à 12h30 et de 14h à 18h

Juillet - août : du lundi au samedi de 9h-13h à 14h-18h30 – dimanche 10h-13h à 14h - 18h

Septembre : du lundi au samedi de 9h à 12h30 et de 14h à 18h, (ouvert dimanche des JEP)

Changement 2021 : 4 saisonniers au lieu de 2



Statistiques de fréquentation 2020 /2021

	Contacts comptoir			Passage pèlerins		
	2020	2021		2020	2021	
Juin	1475	2651	+80%	85	424	+399%
Juillet	5298	5476	+3%	256	241	-6%
Aout	6969	6865	-1%	244	223	-9%
Sept.	3471	3254	-6%	286	390	+36%
Total	13471	15595	-1%	786	854	+9%

Les chiffres du mois de juin faussent les variations : en effet le bureau n'a été ouvert qu'à partir du 2 juin avec une fréquentation relativement faible. Aussi pour rendre plus lisible les statistiques, les chiffres de juin ne sont pas pris en compte dans l'évolution

Pic nombre de contacts : 311 le 11 août

Nombre d'appels téléphoniques (juin- septembre) : 9.823 soit 85 appels par jour en moyenne avec un pic à 223 le 10 Août.

Analyse géographique

Le **top 5 des régions françaises** ne change pas d'une année sur l'autre avec l'Occitanie (25%), l'Île de France (15%), la Nouvelle Aquitaine (11%), Auvergne-Rhône Alpes (11%) et les Pays de Loire (8%)

Le **top 5 des Départements** : Lot, Paris, Loire Atlantique, Gironde, Haute-Garonne

93% des visiteurs sont français (94% en 2020)

Le **Top 5 de la clientèle étrangère** : Belgique (36%), Pays-Bas, (15%) Espagne (12%), Allemagne (11%) et Royaume-Uni (8%).

Boutique :

Le chiffre d'affaire global de la boutique s'élève à : **24.817,10 €** (24.822 € en 2020). Les produits boutique ont remporté un franc succès mais les ventes au comptoir ont moins retenu l'attention de nos visiteurs...

Boutique : 10.311,80 (8.260,50 € en 2020)

Animations/Visites : 10.739,50 € (10.235€ en 2020)

Ventes au comptoir : 3.766,10 € (6.386,50 € en 2020)

Top 5 (boutique): Cartes Postales, Médailles Monnaie de Paris, Fiches randos, Billet souvenir Zero Euro, Guide Randonnées Pays de Figeac

Bureau de Capdenac-Gare : Juin – septembre 2021

Modalités d'ouverture :

Ouvert à partir du 19 mai

Juin : du mardi au vendredi de 9h30 à 12h et de 14h à 18h

Juillet, août : du mardi au vendredi de 10h à 12h30 et de 14h à 18h

Septembre : du mardi au vendredi de 9h30 à 12h et de 14h00 à 17h30

Changement 2021 : ouverture du mardi au vendredi toute la journée en juillet et août (ouvert uniquement le matin en 2020)



Statistiques de fréquentation 2020 /2021

	Contacts comptoir		
	2020	2021	
Juin	96	98	+2%
Juillet	188	255	+36%
Aout	247	247	=
Sept.	122	143	+17%
Total	720	676	+14%

Le bureau a été ouvert toute la journée du mardi au vendredi ; en 2020, il avait été ouvert que les matins en juillet et août du lundi au vendredi à cause de la canicule et de l'interdiction d'allumer la climatisation.

Pic nombre de contacts : 24 le 13 juillet

Nombre d'appels téléphoniques (juin- septembre) : 280

Analyse géographique

Le **top 5 des régions françaises** ne change pas d'une année sur l'autre avec l'Occitanie (60%), l'Ile de France (8 %), la Nouvelle Aquitaine (6%), Auvergne-Rhône Alpes (5%) et les Pays de Loire (5%)

Le **top 5 des Départements** : Aveyron, Lot, Haute-Garonne, Hérault, Loire-Atlantique

95% des visiteurs sont français (97% en 2020)

Le **Top 5 de la clientèle étrangère** : Pays-Bas (23%), Belgique (14%), Espagne (14%), Allemagne (14%) et Royaume-Uni (14%).

Boutique :

Le chiffre d'affaire global de la boutique s'élève à : **925,70 €** (618,80 € en 2020), on revient au niveau de 2019 (982,90 €)

Boutique : 336,70 € (235,50 € en 2020)

Animations/Visites : 197 € (335,50€ en 2020)

Ventes au comptoir : 392 € (48 € en 2020)

Top 5 (boutique) : Fiches Randos, Guide Randonnées Pays de Figeac, Magnet Capdenac Gare, Découvrir Asprières, Cartes Postales

Bureau de Cajarc : Juin – Septembre 2021

Modalités d'ouverture :

Ouvert à partir du 19 mai

Mai - Juin : du lundi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 14h à 18h

Juillet, août : du lundi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 14h à 18h30, le dimanche 10h à 12h30 et de 14h à 18h

Septembre : du mardi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 14h30 à 17h30 jusqu'au 26 Septembre

Changement 2021 : ouverture les dimanches en juillet et août, accueil téléphonique transféré à Figeac en juillet et août, modification des horaires en septembre (fermeture le lundi), 2 saisonniers



Statistiques de fréquentation 2020 /2021

	Contacts comptoir			Passage pèlerins		
	2020	2021		2020	2021	
Juin	315	769	+144%	13	158	
Juillet	1309	1608	+23%	92	81	-12%
Aout	1859	1979	+6%	109	276	153%
Sept.	909	681	-25%	112	182	63%
Total	4077	4268	+5%	313	539	+72%

Les chiffres du mois de juin faussent les variations : en effet le bureau n'a été ouvert qu'à partir du 2 juin avec une fréquentation relativement faible. Aussi pour rendre plus lisible les statistiques, les chiffres de juin ne sont pas pris en compte dans l'évolution

Pic nombre de contacts : 98 le 7 Août

Nombre d'appels téléphoniques (juin - septembre) : 402

Analyse géographique

Le **top 5 des régions françaises** ne change pas d'une année sur l'autre avec l'Occitanie (31%), l'Île de France (14%), la Nouvelle Aquitaine (11%), Auvergne-Rhône Alpes (9%) et les Pays de Loire (9%)

Le **top 5 des Départements** : Lot, Paris, Loire-Atlantique, Gironde, Haute-Garonne

92% des visiteurs sont français (93% en 2020)

Le **Top 5 de la clientèle étrangère** : Belgique (25%), Pays-Bas (20%), Allemagne (18%), Royaume-Uni (11%) et Espagne (7%)

Boutique :

Le chiffre d'affaire global de la boutique s'élève à : **8.978,50 €** (7889,90€ en 2020).

Boutique : 5.476,50 € (4202,80 € en 2020) dont 2.394,40 € en produits safran (1885,30 € en 2020/2918,50 € en 2019)

Animations/Visites : 666 € (825€ en 2020)

Ventes au comptoir : 2.836 € (2862,10 € en 2020)

Top 5 (boutique): Fiches randos, Cartes Postales, thé vert, Pochette safran 0,1grs, Omelette oignons et safran

Bureau de Capdenac-le-Haut : Juin – Septembre 2021

Modalités d'ouverture :

Ouvert à partir du 19 mai

Mai, Juin, septembre : du samedi au mercredi de 10h30 à 12h30 et de 14h à 18h

Juillet - Août : du dimanche au jeudi de 10h30 à 12h30 et de 14h à 18h

Changement 2021 : fermeture 2 jours (vendredi et samedi en juillet/aout, jeudi et vendredi en mai, juin et septembre), 1 saisonnier



Statistiques de fréquentation 2020/2021

	Contacts comptoir		
	2020	2021*	
Juin		(226)	
Juillet	534	451	-16%
Aout	775	881	14%
Sept.	411	237	-42%
Total	1720	1569	-9%

*calcul avec ratio 2020 – Variation sans le mois de juin 2021 car le bureau n'a ouvert qu'en juillet en 2020

Pic nombre de contacts : 41 le 4 Août

Nombre d'appels téléphoniques (juin - septembre) : 150

Analyse géographique

Le **top 5 des régions françaises** l'Occitanie (18%), la Nouvelle Aquitaine (13%), l'Île de France (13%), les Pays de Loire (13%), et Auvergne-Rhône Alpes (11%)

Le **top 5 des Départements** : Loire-Atlantique, Lot, Maine et Loire, Ile et Vilaine, Haute-Garonne

94% des visiteurs sont français (96% en 2020)

Le **Top 5 de la clientèle étrangère** : Belgique (25%), Pays-Bas (20%), Espagne (20%) Royaume-Uni (14%) et Allemagne (7%)

Boutique :

Le chiffre d'affaire global de la boutique s'élève à 4.199,65 € (4849,75€ en 2020).

Boutique : 377,65 € (454,15 € en 2020)

Animations/Visites/Donjon : 3242,50 € (3931€ en 2020)

Ventes au comptoir : 579,50 € (464,50 € en 2020)

Top 5 (boutique): Cartes Postales, Fiches randos, magnet Capdenac-le-Haut, Guide de visite Capdenac-le-Haut, Guide Randonnées Pays de Figeac

Donjon : 1550 billets (3226,50€) : 1212 adultes, 107 réduits, 231 gratuits
Pour mémoire en 2020 : 1699 billets : 1392 adultes, 119 réduits, 118 gratuits

Bureau de Lacapelle-Marival : Juin – septembre 2021

Modalités d'ouverture :

Ouvert le 1^{er} juillet (fermé la 1^{ère} semaine de juillet, arrêt maladie)

Nouveauté : transfert du bureau dans le Château de Lacapelle-Marival

Juillet-Aout-Septembre : du lundi au vendredi de 10h à 12h30 et de 14h à 18 h

Changement 2021 : ouverture du lundi au vendredi de juillet à septembre

Statistiques de fréquentation 2020 /2021

	Contacts comptoir			Passage pèlerins		
	2020	2021		2020	2021	
Juillet	264	135	-49%	42	13	-69%
Aout	265	424	+60%	20	37	+85%
Sept.	71	89	+25%	12	11	-8%
Total	600	648	+8%	74	61	-18%

Le bureau a été transféré dans le hall du Château à partir du 1^{er} juillet : mutualisation de l'accueil, ventes des billets pour les visites du château et on peut remarquer une hausse des contacts sauf en juillet (arrêt maladie)

Pic nombre de contacts : 45 le 5 Août

Nombre d'appels téléphoniques (juin- septembre) : 107



Analyse géographique

Le **top 5 des régions françaises** ne change pas d'une année sur l'autre avec l'Occitanie (28%), l'Île de France (18 %), la Nouvelle Aquitaine (12%), Auvergne-Rhône Alpes (9%) et les Pays de Loire (5%)

Le **top 5 des Départements** : Lot, Paris, Haute-Garonne, Gironde, Nord

91% des visiteurs sont français (96% en 2020)

Le **Top 5 de la clientèle étrangère** : Pays-Bas (29%), Belgique (25%), Espagne (15%), Allemagne (10%) et Royaume-Uni (10%).

Boutique :

Le chiffre d'affaire global de la boutique s'élève à : **2.696,50 €** (1.094,70€ en 2020).

Boutique : 271,50 € (195,60 € en 2020)

Animations/Visites : 303 € (375€ en 2020)

Ventes au comptoir : 2.122 € (524,10 € en 2020)

Top 3 (boutique);, Cartes Postales, Fiches rando, Guide Randonnées Pays de Figeac

Bureau de Marcilhac sur Célé : Juillet – Septembre 2021

Modalités d'ouverture :

Ouvert le 5 juillet

Juillet – 19 septembre : du lundi au vendredi de 10h30 à 12h30 et de 14h30 à 18h

1 saisonnier

Statistiques de fréquentation 2020/2021

	Contacts comptoir		
	2020	2021	
Juillet	400	472	18%
Aout	556	720	29%
Sept.	225	283	26%
Total	1181	1475	25%

Pic nombre de contacts : 46 le 10 Août

Analyse géographique

Le **top 5 des régions françaises** : l'Île de France (24 %), l'Occitanie (20%), la Nouvelle Aquitaine (12%) , les Pays de Loire (10%) et Auvergne-Rhône Alpes (8%)

Le **top 5 des Départements** : Paris, Lot, Loire-Atlantique, Gironde, Yvelines

87% des visiteurs sont français (92% en 2020)

Le **Top 5 de la clientèle étrangère** : Belgique (37%), Royaume-Uni (16%), Pays-Bas (15%), Allemagne (13%) et Espagne (9%)



Boutique :

Mise en place du logiciel boutique Aloa

Le chiffre d'affaire de la boutique s'élève à **646,90 €** (498,90€ € en 2020).

Boutique : 317,90 €

Animations/Visites : 79 €

Ventes au comptoir : 250 €

Top 3 (boutique): Fiches randos, Cartes Postales, Magnet,

B. Bilan Production/activités

En 2021, nous avons changé de logiciel de caisse ; ce qui nous a permis de le mettre en place dans tous les bureaux. Grâce à une passerelle, nous avons pu également vendre les activités des prestataires qui étaient présents sur la place de marché Elloha .

1. Boutique

Le chiffre d'affaire en TTC (juin-septembre) s'élève sur la totalité de nos bureaux à **67.473,90 euros**

	2019	2020	2021
Boutique	15.024,35€	13.348,35€	17.092,20 €
Visites guidées	11.143,00€	10.277,50€	10.720,50 €
Animations enfants	3045,00 €	1.585,00 €	1.280 €
Donjon	2.384,50 €	3.839,00 €	3.244,00€
Petit Train	18.830,50€	23.404,50 €	33.472,50
Clés de Figeac	1.872,30€	1.600,20 €	1.664,70 €
Total	52.299,65€	54.054,55€	67.473,90€



de Figeac,...

Cette année encore, seulement les animations patrimoine et les ateliers pêche ont eu lieu.

Les produits boutique ont bien marché : au total 641 magnets ont été vendus sur la saison, 99 porte-clés, 45 mugs, 44 porte téléphones, 97 crédencials...

De nouveaux produits ont été proposés à la vente : un coloriage (issu d'un projet collectif avec tous les Offices du Tourisme du Lot), une nouvelle pièce de Monnaie de Paris à l'effigie de Champollion, un magnet Polaroid



Panier moyen : 10,96 euros (incluant la vente au comptoir)

Top 5 : Cartes postales, Fiches randonnées, Médailles Monnaie de Paris , Billet souvenir, Guide de randonnées du Pays de Figeac

2. Ventes au comptoir

Pour rappel, l'opération « ventes au comptoir » a été lancée durant la saison en 2018 avec 3 prestataires.

Chaque année, environ 20 prestataires signent la convention et accordent une commission à l'Office de Tourisme et pour certains, un avantage client est également accordé.

En 2021, 2 nouveaux prestataires sont arrivés : le château de Lacapelle-Marival et la ferme des Cazalous. Le Musée Champollion et Terra Olt sont revenus après l'année COVID et certains ont arrêté le partenariat par manque de retour.

Le chiffre d'affaire s'élève à **9.945,50 euros** (10.285,30 euros en 2020) ; **1.498 billets** (1378 billets en 2020) ont été émis .

Les ventes des sites de visites ont encore remporté un franc succès avec près de 90% de ventes. Les clients sont plus réticents d'acheter une activité de pleine nature .

Top 10

1 – Château de Lacapelle-Marival (478 billets)

2 - Grottes de Foissac (218 billets)

3 - Commanderie des Templiers (183 billets)

4 - Château Larroque Toirac (152 billets)

5 - Grottes de Lacave (95 billets)

6 – Musée Champollion + expo (81 billets)

7 - Phosphatières du Cloup de Bach (80 billets)

8 - Passion Aventure (52 billets)

9 - Château de Cenevières (50 billets)

10 - Croisière Bateau Olt (33 billets)



Crédit : Jérôme Morel

3. Visites individuelles

La programmation en collaboration avec le service du patrimoine était validée à la quinzaine. La jauge était de 25 personnes lors des visites diurnes et de 30 personnes lors des visites nocturnes et à partir du 9 août, le pass sanitaire a été demandé.

Au final, **113 visites** ont été programmées : 81 visites de Figeac (générale ou thématique), 8 visites nocturnes, 19 visites de villages, 3 visites de la centrale Hydro électrique de Cajarc et une nouveauté, la visite du Moulin de Vitrac.

Les visites de l'entreprise Raynal et Roquelaure ont été suspendues à cause de la situation sanitaire.

Au total **1.711 participants** aux différentes visites (1.471 en 2020) soit +16% : seulement 5 visites ont été annulées (manque de participants), les jauges ont été supprimées en particulier pour les nocturnes... En 2020, des visites ont été annulées à cause de la canicule, du manque de participants,...Les visites sont plébiscitées et les commentaires des guides sont appréciés. De nouvelles visites de villages ont été proposées comme la visite nocturne de Cardaillac, d'Espagnac, d'Assier,.....

4. Le petit train Lou Fijagol

Les visites en petit train ont remporté un franc succès avec **6.378 passagers** (4.393 en 2020) +45% et un chiffre d'affaire de 33.472,50 € (23.404 euros en 2020). Des rotations supplémentaires ont été proposées les samedis après midi à partir de juin.

5. Animations enfants

Comme chaque année, l'Office de Tourisme a proposé des ateliers pêche à Lacapelle-Marival (6) et à Cajarc (3). 83 enfants y ont participé.

Les ateliers du patrimoine ont été maintenus les lundis, mercredis et vendredis : 96 participants. 2 nouveaux ateliers ont été également proposés sur Capdenac Gare et Fons

6. Visites groupes

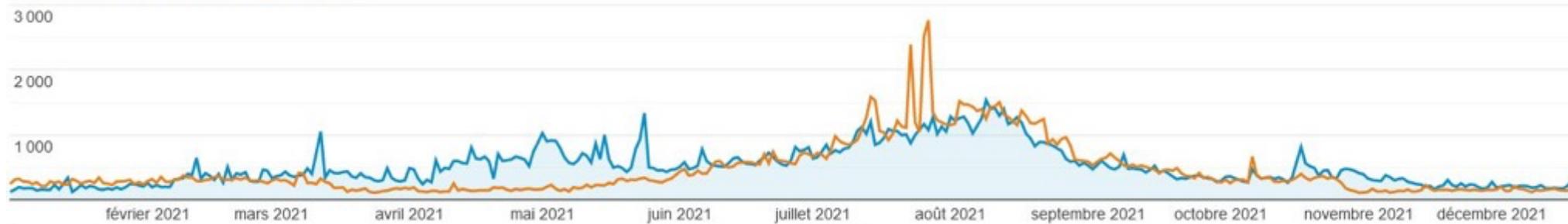
L'activité visites groupes a redémarré en juin avec 2 groupes. Durant l'été nous en avons accueilli 9. Mais c'est vraiment en septembre que l'activité a connu une reprise avec 25 groupes (on retrouve le chiffre de 2018). Pour le mois d'octobre, 12 visites ont eu lieu et pour novembre 2 visites. Au total, ce soit 53 groupes qui sont venus sur le territoire (visites de Figeac à pied et en petit train, visites de Marcilhac, Cajarc et Capdenac le Haut mais aussi des accompagnements à la journée)



Comparaison des utilisateurs entre 2021 et 2020

1 janv. 2021 - 31 déc. 2021 : ● Utilisateurs

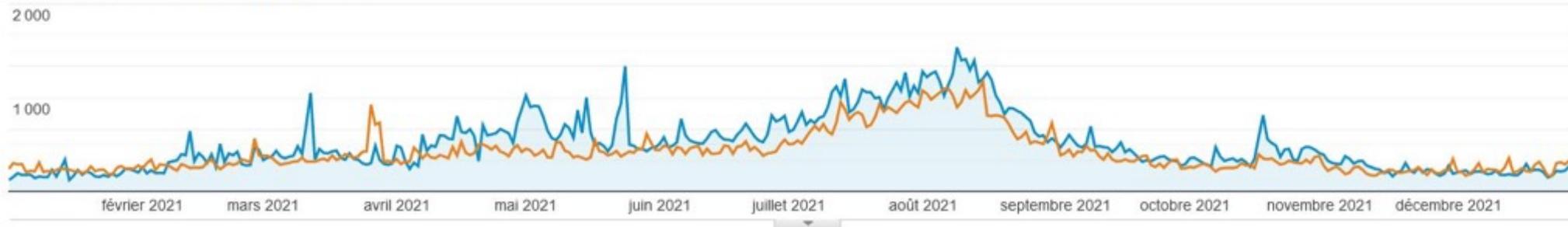
1 janv. 2020 - 31 déc. 2020 : ● Utilisateurs



Comparaison des utilisateurs entre 2021 et 2019

1 janv. 2021 - 31 déc. 2021 : ● Utilisateurs

1 janv. 2019 - 31 déc. 2019 : ● Utilisateurs



En 2021, on remarque une consultation très importante du site internet en amont de la saison estivale. Les internautes ont préparé leurs vacances et ont consulté notre site internet pour trouver les informations nécessaires. La reprise suit également la situation sanitaire, avec une montée juste après le confinement d'avril. En 2020, tout était plus instable et beaucoup se sont décidés à la dernière minute, ce qui explique les pointes orange en juillet/août. Malgré tout, le trafic reste haut sur l'été 2021 et toujours en hausse par rapport à 2019 (saison « normale »).

Le top 5 des pages les plus consultées (hors page d'accueil - page vue + de 51 000 fois)

- **Les sites à visiter** : <https://www.tourisme-figeac.com/sites-visiter>

Page vue + de 20 000 fois

- **Tout l'agenda** : <https://www.tourisme-figeac.com/tout-lagenda>

Page vue + de 15 000 fois

- **À voir à faire** : <https://www.tourisme-figeac.com/voir-faire>

Page vue + de 14 000 fois

- **Hébergements** : <https://www.tourisme-figeac.com/hebergements>

Page vue + de 10 000 fois

- **Balades et randos** : <https://www.tourisme-figeac.com/balades-et-randos>

Page vue + de 10 000 fois. Il s'agit d'une nouvelle entrée dans le top 5, en cohérence totale avec le site de Lot Tourisme qui a également beaucoup de succès sur ses pages rando. Le fait qu'on communique souvent sur cette page sur les réseaux sociaux joue également dans le résultat.

A noter que le nombre de visites des pages est en hausse quasiment partout.

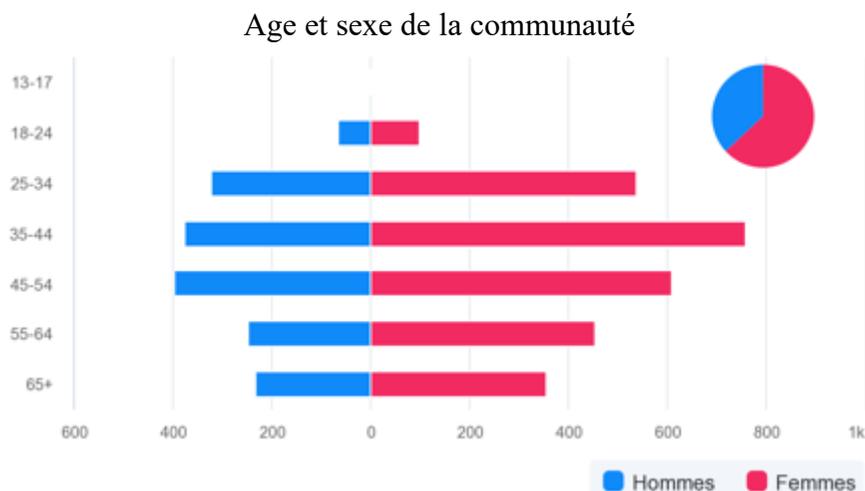


2. Réseaux sociaux

Facebook – Grand Figeac Tourisme - Vallées du Lot et du Célé -@paysdefigeactourisme

Le compte

- **178 publications** en 2021 contre 73 en 2020 (+144%)
- **4590 fans** en 2021 (+17%)
- **5425 abonnés** (fans = abonnés donc 835 fans supplémentaires qui suivent les infos mais ne « like » pas la page)
- **+ de 12000 réactions** à nos publications (+152% par rapport à 2020) et 3700 partages (+75%)
- Age de la **communauté** : vaste communauté qui est concentrée principalement entre **25 et 54 ans**, beaucoup de **femmes**.
- Age de la **communauté engagée** : l'engagement augmente avec l'âge, les femmes de **plus de 65 ans** sont celles qui commentent et partagent le plus.
- La communauté **locale** a une place importante.



Ville	Fans	Pourcentage
Figeac	719	38.78%
Toulouse	135	7.28%
Cahors	101	5.45%
Paris	86	4.64%
Capdenac-Gare	82	4.42%
Cajarc	46	2.48%

Indicateurs clés

- **Portée moyenne** : 3813 personnes touchées par publication (+9%)
- **Impression moyenne** : 4678 vues par publication (+19%)
- **Taux d'engagement moyen** : 7% (très bon taux, stable alors que normalement lorsqu'on augmente la communauté, ce taux baisse. Le nôtre reste à 7%, excellente nouvelle)
- Le **patrimoine** est le thème qui plait le plus. Les événements ou les sujets plus atypiques fonctionnent moins, à moins de booster en ciblant. A notre grande surprise, les vidéos sont moins engageantes comparées aux photographies.

TOP 6 des publications

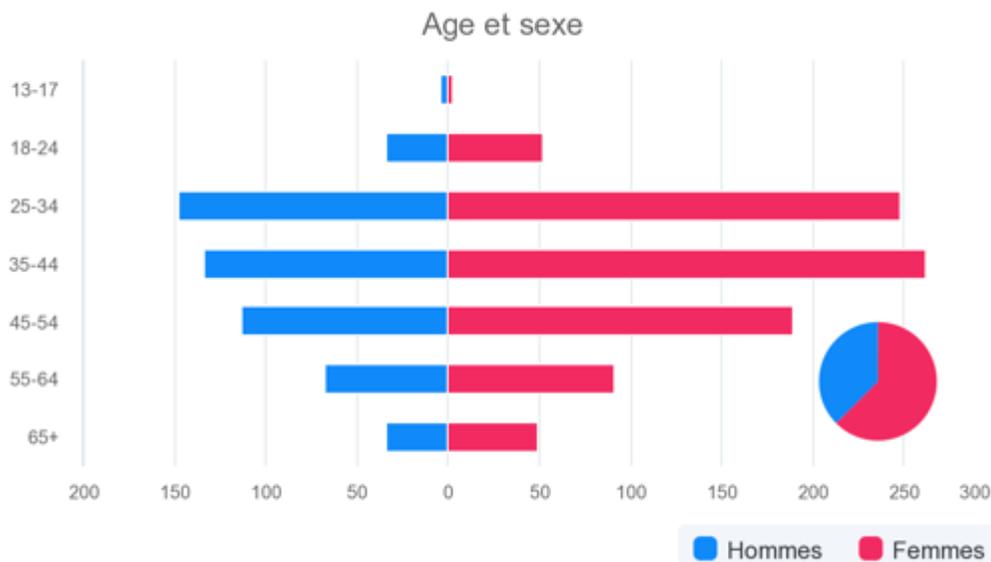


Instagram – Grand Figeac Tourisme @pays_de_figeac_tourisme



Le compte

- **166 publications** en 2021 contre 39 en 2020 (+ 325%)
- **2467 abonnés** en 2021 (+ 34%)
- + **de 27 000 likes** à nos publications (+ 331% par rapport à 2020) et 531 commentaires
- Age de la communauté : principalement entre **25 et 44 ans**, plutôt les **femmes**
- Figeac, Toulouse et Paris : les villes qui nous suivent le plus



Ville	Nombre	Pourcentage
Figeac, Midi-Pyrénées	183	26.18%
Toulouse, Midi-Pyrénées	71	10.16%
Paris, Île-de-France	54	7.73%
Capdenac-Gare, Midi-Pyrénées	37	5.29%
Abidjan, Abidjan	29	4.15%
Cahors, Midi-Pyrénées	28	4.01%

Conclusion

En 2021, de nombreux outils ont été mis en place pour organiser et structurer au mieux le travail de rédaction de contenus, améliorer la veille, enrichir la médiathèque photos et vidéos, suivre plus rigoureusement les indicateurs clés du site et des réseaux sociaux. Des formations ont permis de progresser comme la formation photo et l'achat de matériel performant.

Les premiers objectifs à cibler en 2022 sont d'améliorer encore le site internet voire de le faire évoluer vers un CMS plus performant, d'enrichir les contenus et de booster le référencement naturel.

Il faudra également continuer à structurer notre travail sur les réseaux sociaux pour faire augmenter habilement notre communauté. Nous allons essayer d'utiliser plus précisément le sponsoring des publications qui nous aidera à atteindre nos objectifs. Différents reportages photos (réalisés par nos soins) sont prévus afin d'enrichir la médiathèque.

Une cohérence graphique sur les outils de communication comme les emailings va aussi être réfléchi pour avoir une harmonie globale entre tous nos canaux de communication : magazine de destination, site internet, emailing, réseaux sociaux.

On avance et on continue sur la même lancée ! 😊

B. Gestion Relations Clients (GRC)

1. Etat des lieux

Pour rappel, la GRC est un projet collectif, mutualisé entre quatre Offices de Tourisme du département : Cahors - Vallée du Lot, la Vallée de la Dordogne, Gourdon, Grand Figeac - Vallées du Lot et du Célé et Lot Tourisme.



L'animation du projet est portée par Aude Leconte de Lot Tourisme.

a) **Le projet s'articule autour de trois parties :**

- La partie gouvernance et stratégie suivie par le comité de pilotage, les directeurs et chefs de projet
- La partie technique et fonctionnelle suivie par le comité technique
- La partie promo, marketing suivie par le comité éditorial, les chefs de projets.

L'objectif de la GRC est de récupérer un maximum d'informations qualifiées de nos clients, de nos prospects dès la première prise de contact afin de communiquer avec eux, les conquérir et les fidéliser (inbound marketing), tout en restant conforme avec le RGPD.



Rejoignez l'Office de Tourisme du Lot et découvrez l'ensemble de nos services !
 Filiez Noël dans le Lot et découvrez l'ensemble de nos services !
 Filiez Noël dans le Lot et découvrez l'ensemble de nos services !
 Filiez Noël dans le Lot et découvrez l'ensemble de nos services !

GRAND JEU DE NOËL DANS LE LOT
 DU 1ER AU 31 DÉCEMBRE



LE GRAND JEU CONCOURS DE NOËL
 PARTICIPEZ AU GRAND JEU DE NOËL DU LOT
 Lot Tourisme vous invite à découvrir les Mystères et à gagner beaucoup de cadeaux !
 Toutes nos chances pour gagner !
 1 - Valable pour 2 jours, à Cahors, Lot, Vallées du Lot, Lot et Figeac.
 2 - Notre partenaire pour le 2, le restaurant Le Petit de Cahors à Cahors.
 3 - Gagner gratuitement d'une valeur de 75 €, offerte par Lot Tourisme et le Maître d'Hotel.
 Vous pouvez aussi venir vous inscrire pour gagner de nombreux cadeaux de Noël.

NOËL AU GRAND AIR
 EN VALLÉE DE LA DORDOGNE



Cette fête de Noël est une merveille et votre imagination sera nos suggestions pour vivre des vacances de Noël et de beaux moments agréables et à partager en famille ou entre amis.
 Emplissez votre Noël

LA MAGIE DE NOËL
 AU PAYS DE GOURDON



Noël ? Noël ! La magie des couleurs et des illuminations, les odeurs de vin chaud, de cannelle et de menthe grillée, nos merveilleux plats de grands chefs en cette période de Noël ? Un Village de Noël à Cahors, Lot, Dordogne, Occitanie et des illuminations... c'est ce que vous proposez au Pays de Gourdon ?
 Oh ! Oh ! Oh !

b) **La source de collecte des prospects se fait via divers canaux :**

- Les formulaires de contact sur notre site,
- Les jeux concours,
- Le contact par email,
- Le wifi territorial,
- Les formulaires inbound (intégrés pour Figeac sur la page Pêche, la Page Saint-Jacques de Compostelle...)
- Les contacts téléphoniques, etc...

c) **Plusieurs actions sont menées auprès de nos prospects :**

- L'envoi de **newsletters** mensuelles, thématiques, ciblées en fonction des centres d'intérêt des prospects, de la situation géographique...
- L'envoi de **mails automatiques** « automation » d'avant, pendant et d'après séjour

Le comité éditorial se réunit trois fois par an en mai, septembre et décembre pour définir et organiser les campagnes de newsletters, établir un calendrier prévisionnel, suivre les performances et adapter ou modifier les campagnes.

Chaque newsletter comporte 5 parties : une pour Lot Tourisme (toujours en haut, en introduction), une pour la VD, une pour Cahors, une pour Gourdon et une pour Figeac. L'ordre tourne constamment pour que tous les contenus de chaque OT puissent être en première position.

La rédaction des blocs contenus se fait par chaque office de tourisme avec la création d'une page d'atterrissage « Landing Page » sur le site internet de destination. La newsletter est produite par Lot Tourisme avec l'outil de GRC Tourinsoft.

Lot Tourisme se charge de saisir le tableau de reporting mensuel à partir des KPI (Key Performance Indicator ou indicateurs clés) et partage les performances durant les réunions du comité éditorial.

ESCAPADE FÉRIQUE
 EN GRAND FIGEAC



Le joli mois de décembre pointe le bout de son nez... Ce n'est pas pour vous voir librement. Ah, non : venez vous réchauffer au cœur du Grand Figeac ! Pour des vacances de Noël féériques ou une escapade, on vous dit tout sur ce que vous avez à vivre et à explorer...

Paisirs de décembre

GOURMANDISE DES SOUVENIRS
 CAHORS-VALLÉE DU LOT



À Cahors-Vallée du Lot on vous apporte sur un plateau d'or tous les ingrédients nécessaires pour passer des fêtes stylées : de charmants marchés de Noël, une gastronomie gâtée, festive et gourmande, des activités exaltantes pour la famille et la découverte de sites fascinants ! Et bien sûr, toujours les marchés aux truffes pour des repas féériques. Pour des fêtes sourties de souvenirs chéris, gourmands et partagés.

Faire le plein d'idées

LOT TOURISME
 AGENCE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE
 www.tourisme-lot.com

LES OFFICES DE TOURISME DU LOT
 Grand Figeac, Vallées du Lot et du Causse
 Cahors - Vallée du Lot
 Vallée de la Dordogne
 Pays de Gourdon



Copyright © 2021 Lot Tourisme. Tous droits réservés. Toute réimpression ou utilisation non autorisée sans la permission écrite de Lot Tourisme est formellement interdite. Toute réimpression ou utilisation non autorisée sans la permission écrite de Lot Tourisme est formellement interdite. Toute réimpression ou utilisation non autorisée sans la permission écrite de Lot Tourisme est formellement interdite.

2. Les chiffres clés de l'année 2021

A ce jour, notre base commune de prospects est composée de **40.947 contacts** dont une part de **clientèle de proximité** 9.299 contacts (Occitanie) dont 4011 lotois.

- **15 newsletters** ont été envoyées via Lot Tourisme, dont une par mois : 9 newsletters thématiques et 6 globales avec une série au mois d'avril d'une par semaine et par territoire (en raison du confinement).
- Le **taux d'ouverture est de 28,8 %** avec un **taux de clics à 8,7 %**. En mai, le fichier prospects a été épuré de 45,3 % d'inactifs. A noter qu'un bon taux d'ouverture se situe autour de 22,22 à 29,64% et un bon taux de clics dépasse 3 %. Dans le secteur du voyage et de tourisme, le taux d'ouverture moyen est de 23 % et le taux de clics de 1,39 %.



The image shows a Facebook post from 'Grand Figeac Tourisme - Vallées du Lot et du Célé' dated 9 décembre 2021. The post text promotes a contest: '#JeuConcours Jusqu'au 31 décembre, devenez maestro et tentez de gagner de beaux cadeaux dans le Lot'. It mentions a stay at the Mercure Figeac Viguier du Roy and a 100% win rate. The post includes a photo of a person sitting on a stone wall overlooking a village. To the right, a 'Performances de votre publication' box displays the following data:

Performances de votre publication		
27 812 Personnes touchées		
1 405 Réactions, commentaires et partages		
1 197 J'aime	1 156 Sur la publication	41 Sur les partages
111 J'adore	104 Sur la publication	7 Sur les partages
2 Wouah	2 Sur la publication	0 Sur les partages
41 Commentaires	37 Sur la publication	4 Sur les partages
54 Partages	53 Sur la publication	1 Sur les partages
880 Clics sur la publication		
113 Affichages de photos	312 Clics sur un lien	455 Autres clics
COMMENTAIRES NÉGATIFS		
3 Masquer la publication	2 Masquer toutes les publications	

▪ Les jeux :

En décembre 2021, le « Jeu Concours de Noël » annuel mis en place par Lot Tourisme avec notamment un séjour à gagner à l'Hôtel Mercure Figeac, Château du Viguier du Roy d'une valeur de 350 euros (jeu via les réseaux sociaux) a remporté un franc succès.

19.600 joueurs uniques ont participé avec 5.021 opt'in intégrés dans le fichier total.

Le jeu a été partagé et boosté sur la page Facebook de l'Office de Tourisme et sur le compte Instagram.

Le CRTL a également mis en place un jeu en collaboration avec 8 Comités Départementaux de Tourisme d'Occitanie dont Lot Tourisme et a permis d'enrichir notre base Tourinsoft de 2207 contacts.

RAPPORT GLOBAL LOT TOURISME SUR LES DIVERSES CAMPAGNES

- Le meilleur **taux d'ouverture** concerne les thématiques suivantes :
 - Les Loisirs actifs
 - Découverte et patrimoine
 - Gastronomie – Vin
- Le meilleur **taux de clics** concerne les thématiques suivantes :
 - Découverte et patrimoine
 - Gastronomie – Vin
 - La Pêche

Listing des campagnes						
Objet	Date d'envoi	Mails envoyés	NPAI/SPAM	Taux d'ouverture	Taux de clics	Taux de désabonnement
 Pourquoi fêter Noël dans le Lot ?	01/12/2021 10:00:05	36770	48	26,14 %	6,88 %	0,37 %
 Objectif "Top Chef", des recettes lotoises...	29/10/2021 17:14:32	17951	9	35,21 %	16,78 %	0,46 %
 On s'en allait sur les chemins à  et pas que...	08/10/2021 16:42:09	13083	17	35,44 %	8,83 %	0,56 %
 Un semblant de Stéphane Bern en vous ?	12/09/2021 10:33:55	38197	95	32,2 %	8,43 %	0,69 %
 Un été de Festivals dans le Lot	03/08/2021 10:40:50	16754	79	34,49 %	9,18 %	0,61 %
 Le Lot ludique, pour un séjour famille	03/08/2021 10:30:40	638	1	24,76 %	7,05 %	0,63 %
 Un air de convivialité souffle sur le Lot..	28/07/2021 10:21:02	7569	29	28,81 %	7,97 %	0,7 %
 Envie d'inédit ? C'est par ici...	06/06/2021 08:55:09	20734	59	33,46 %	7,84 %	0,56 %
 Savez-vous ce que veut dire "se mettre au vert" dans le Lot ?	13/05/2021 08:46:53	21062	141	25,98 %	9,3 %	0,38 %
 de fin pour notre mini série à la découverte du Lot	29/04/2021 15:33:57	46293	383	24,68 %	6,71 %	0,36 %
 3ème vidéo de notre mini série à la découverte du Lot	22/04/2021 14:24:50	46422	338	23,88 %	6,92 %	0,34 %
 Impatient de savoir où nous amène...	15/04/2021 11:36:54	46590	242	23,44 %	5,38 %	0,43 %
 Gardons le moral, nous avons 4 semaines...	08/04/2021 16:11:08	46862	227	26,87 %	6,69 %	0,46 %
 le Lot pour prendre l'air autrement !	12/02/2021 10:28:37	21933	420	29,05 %	9,98 %	0,64 %
 En 2021, je pars à l'aventure dans le Lot...	06/01/2021 10:47:06	46934	355	26,71 %	7,06 %	0,62 %

BILAN NEWSLETTER FIGEAC

Date	Thème général	Cible générale	Sujet OT Figeac	Cible Profiling Figeac	Nb. destinataire	Nb. de mails ouverts	Taux d'ouverture	Nombre de clics	Taux de clics	NB. de clics partie Figeac - Stat Analytics	% Figeac sur le nombre de clic général	Taux de désinscription
mercredi 6 janvier 2021	📖 En 2021, je pars à l'aventure dans le Lot... : ✨ Les équipes de Lot Tourisme et des Offices de Tourisme du Lot ✨ vous souhaitent une merveilleuse année 2021 et vous invitent à vivre une nouvelle aventure...	Ensemble du fichier			46934	12296	26,20%	3192	19,53%			0,60%
vendredi 12 février 2021	👉 le Lot pour prendre l'air autrement !	Détente et nature - Loisirs actifs	Laissez-vous guider sur nos chemins de randonnées : Quercy Aventure	Loisirs actifs - Randonnée - Détente et nature	21933	6317	28,80%	2121	9,67%	809	38,14%	0,63%
jeudi 11 mars 2021	Parce que nous avons des sports de pêche incroyables !	Pêche	Pêcher dans nos lacs et nos rivières	Pêche	1629	468	28,70%	214	13,14%	28	13,08%	0,18%
samedi 17 avril 2021	😄 Gardons le moral, nous avons 4 semaines... 🧊 Impatient de savoir où nous amène...	Ensemble du fichier	Escapade de caractère au cœur du GF	Ensemble du fichier	46590	10659	22,88%	2353	5,05%	511	21,72%	0,32%
lundi 10 mai 2021	🌳 Savez-vous ce que veut dire "se mettre au vert" dans le Lot ?	Détente et nature - Loisirs actifs	Randonnées et patrimoine : circuit des 15 caselles	Loisirs actifs - Randonnée - Détente et nature	21062	5384	25,56%	1896	9,00%	395	20,84%	0,54%
dimanche 6 juin 2021	🤔 Envie d'inédit ? C'est par ici...	Détente et nature - Loisirs actifs - Culture et patrimoine	e-Méhari	Loisirs actifs	20734	6788	32,74%	1559	7,52%	258	16,55%	0,54%

samedi 10 juillet 2021	Un air de convivialité souffle sur le Lot	Gastro et vin	Se régaler sur nos terrasses ensoleillées	Gastronomie	7569	2175	28,70%	603	7,97%	109	18,08%	0,70%
mardi 3 août 2021	🎵 Un été de Festivals dans le Lot	Évènementiel	Les Rencontres Musicales en GF	Evenementiel - Culture et patrimoine	16754	5537	34,24%	1535	9,16%	160	10,43%	0,61%
vendredi 8 octobre 2021	On s'en allait sur les chemins à 🐾 et pas que...	Loisirs actifs	Rando gourmande en GF, " Sur les pas de éleveurs "	Loisirs actifs - Gastro	13083	4599	35,15%	1140	8,71%	260	22,82%	0,56%
vendredi 29 octobre 2021	👨‍🍳 Objectif "Top Chef", des recettes lotoises...	Gastro et vin	Le chou farci, façon " Passeuses de Goût "	Gastronomie	17951	6321	35,21%	3182	16,88%	268	8,42%	0,46%
1er décembre 2021	🎄 Pourquoi fêter Noël dans le Lot ?	Ensemble du fichier	Escapade féérique en GF	Ensemble du fichier	36770	10438	28,39%	3030	8,37%	138	4,55%	0,42%

Conclusion

La fidélisation de la clientèle touristique passe de plus en plus par la bonne gestion des fichiers de contacts pour établir une véritable relation de confiance avec la destination. Aussi en 2021, un travail a été mené en lien avec le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie afin de renforcer la Gestion de la Relation Clients et d'établir une stratégie commune notamment sur le plan de la collecte, l'animation et la connaissance clients.

La GRC permet également d'alimenter le site internet, de faire progresser le référencement, d'alimenter nos réseaux sociaux et d'augmenter le trafic général sur le site internet.

Pour 2022, nous allons donc :

- Augmenter notre fichier avec de nouveaux prospects. Nous allons pouvoir récupérer les prospects Elloha directement dans Tourinsoft. La passerelle est en cours de mise en place.
- Diversifier les contenus des newsletters : éditoriales (découverte de la destination) et mettre en place des newsletters commerciales en lien avec Elloha (achats de séjours, mise en avant des tous les hébergements, vente de billets d'activités).
- Faire évoluer le questionnaire de désabonnement pour intégrer une enquête
- Mettre en place des mails automatiques par saison et harmoniser le graphisme général pour harmoniser nos communications

C. Editions

En 2021, l'Office de Tourisme a réalisé diverses brochures :

- le Mag , nouvelle version (anglais, espagnol) : 1 6.000 exemplaires
- le plan de ville de Figeac (20.000 exemplaires), de Cajarc (2.000 exemplaires) et de Capdenac-Gare (2.000 exemplaires)
- Ebrochures par type d'hébergements et pour l'agenda des animations

Des encarts publicitaires ont été intégrés dans les différentes éditions

Souscription au plan de diffusion proposé par Lot Tourisme

L'Office de tourisme participe également à la création de supports avec ses partenaires privilégiés.

Carte touristique du Lot en partenariat avec Lot Tourisme : 11 000 exemplaires.



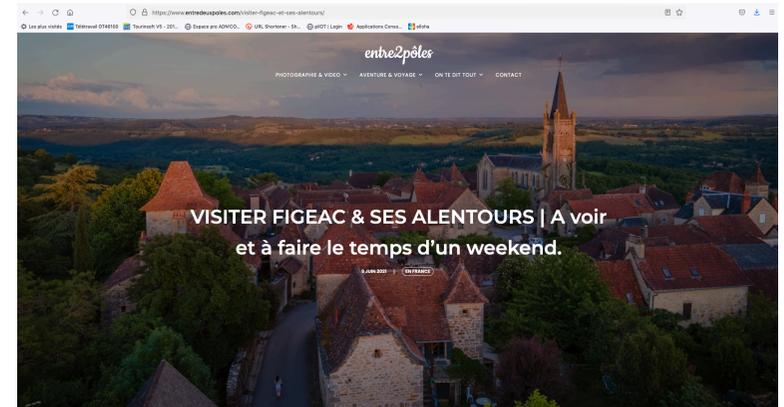
D. Relations presse

L'année 2021 se caractérise par la réalisation de plusieurs partenariats, bien sûr avec Lot Tourisme, mais aussi avec Sites et Cités Remarquables qui a permis l'accueil des blogueurs « Entre 2 Pôles ». Autre collaboration avec Derrière le Hublot et le Parc Naturel des Causses du Quercy autour de « Fenêtres sur les Paysages » et l'accueil de journalistes de la presse nationale pour découvrir les Œuvres Refuges au 1er rang desquelles Super-Cayrou.

Voici un récapitulatif des accueils et des retombées presse en 2021 pour la destination Grand Figeac, Vallées du Lot et du Célé :

- 24/04 : Accueil « Trip in Wild ». Parution le 11/05/21 du reportage « Aventure outdoor dans la vallée du Célé »
- Du 4/05 au 11/05 : Accueil de « I Trekkings ». Parution le 4/07/21 du reportage « Le Tour du Lot en VTT électrique » et d'une vidéo sur la même thématique
- Le 22/05 : Tournage par « The Explorers » à Figeac pour la réalisation d'un 52 ' pour la Région Occitanie avec diffusion sur France 5 + reportage photos. Musée Champollion, portrait du coutelier Fabrice Chassint...

- Du 26 au 29/05 : Accueil de « La France baladeuse ». Parution du podcast « Les yeux au Célé, la tête dans les étoiles », micro-aventures dans le Lot » le 22/06/21
- Du 28 au 30/05 : Accueil d'Entre 2 Pôles. Parution le 9/06 d'un blog, d'une vidéo et d'un reportage photos.
- Le 13/06 : Accueil des Compagnons Explorateurs : parution le 15/07 du reportage « Découvrir le Lot »
- Du 24 au 26/06 : Accueil de Charline Poullain pour le magazine « Balades » autour du chemin de Compostelle et des œuvres refuges. Parution dans le « Balades Novembre/décembre
- 26/06 au 1/07 : Accueil des bloggers « L'œil d'Eos ». Parution « Road trip dans le Lot, une douce escapade nature » le 21/09/21
- Du 6 au 9/07 des blogueurs « Hello Travelers » Diffusion le 15/09 du reportage « Itinéraires au cœur des Causses du Quercy »
- Le 20/07 : Parution sur Télérama du reportage « On a dormi dans une œuvre d'art sur le chemin de Compostelle » sur Super Cayrou dans le cadre de « Fenêtre sur les Paysages »
- Septembre 2021: Tournage pour TV5 Monde du 26 minutes « Epicerie Fine » sur le Limargue. 1ère diffusion le 11/11/2021
- Du 8 au 11/09 : Accueil des blogueurs «French Wanderers ». Publication le 21/11/2021.
- Le 23/09 : Accueil du youtubeur TOLT. Diffusion de la vidéo « N'allait pas dans le Lot » qui déconstruit les idées reçues sur notre département en valorisant les points forts insoupçonnés.
- 28/09 : Parution du reportage sur le Lot dans Kronen Zeitung
- Le 6/10 : parution sur Geo.fr de 2 articles l'un sur les « spécialités à déguster sur la route des vacances » et l'autre sur « Nature en ville : 8 villes à découvrir le temps d'un WE
- 25/10 : Maxi Cuisine dans le Lot
- 26/11 : Parution dans Bild Der Frau
- Le 17/12 : Les « Vallées du Lot et du Célé » dans les 20 destinations en France et en Europe en 2022 du quotidien Le Monde



E. Agenda animations

Pour 2021, en accord avec le mode de saisie des FMA préconisé par l'ADT du Lot, 230 fiches ont été créées et 1.043 modifiées (mise à jour) 1043, soit un total de saisie de **1.273 fiches**, soit **1.273 animations** qui ont eu lieu sur le territoire. Ces informations remontent sur l'agenda du site internet (dans le top 5 des pages les plus consultées)

De plus, l'Office de Tourisme a assuré la **billetterie** tout au long de l'année de plusieurs évènements : saison culturelle de l'Astrolabe, de Derrière le Hublot, du festival « Autour des Cordes », du Festival de Théâtre et d'Africajarc et de quelques animations ponctuelles malgré la situation (nuits cajarcoises, rando sur les pas des éleveurs, opération chèques KDO...) **2.101 billets** ont été émis pour un chiffre d'affaires de 40.324 euros.

Statistiques en baisse encore cette année du fait de la situation sanitaire : beaucoup d'annulation, des personnes qui hésitent à se rendre au spectacle, baisse des ventes sur le bureau de Capdenac-Gare (horaires d'ouvertures plus restreint).

Les associations utilisent aussi des billetteries gratuites en ligne, plus facile pour elles à utiliser surtout au niveau comptabilité (moins de délais/trésor public. Ainsi, les Rencontres Musicales, Derrière le Hublot ont des liens sur leur site vers des billetterie en ligne.

Depuis cette année, l'Office de Tourisme peut proposer grâce au logiciel aloa des billetteries qui acceptent la carte bancaire. La billetterie reste un incontournable pour la promotion de la culture sur notre territoire, un accès aux animations pour des publics sans accès à internet (touristes ou locaux) qui trouvent pratique de venir acheter leur billet par exemple en faisant leur marché le samedi, (plus convivial, plus d'informations) ; et un plus pour les associations qui souhaitent diversifier leur site d'achat et avoir une bonne visibilité.

Pôle Relations socio-pros

A. Relations avec les socioprofessionnels

En raison de la crise sanitaire, plusieurs des actions organisées habituellement n'ont pu avoir lieu en 2021, c'est le cas de la bourse aux dépliant, de la journée de rencontre des professionnels ou de l'organisation des éducteurs permettant de mieux connaître le territoire du Grand Figeac.

Pour pallier ce manque et garder malgré tout le lien avec les professionnels, l'Office de Tourisme a mis en place plusieurs actions en 2021 :

- Validation par le CODIR de l'Office de Tourisme de **la gratuité de la publication sur le site Internet et sur le guide touristique** en 2021 pour tous les professionnels situés dans le Grand Figeac
- Nouvelles **propositions d'encarts pub** pour augmenter la visibilité des professionnels sur notre site Internet, nos éditions ou nos écrans d'accueil
- Au printemps et à l'automne, envoi d'un **questionnaire de collecte de l'information** afin de mettre à jour les périodes d'ouvertures et les tarifs des offres touristiques, et déploiement de l'accès à l'extranet de la base de données pour permettre aux professionnels de prendre la main sur l'ensemble de leurs informations
- En juin, mise en place d'un « **Click & Collect** » pour que les professionnels puissent venir récupérer, sur commande, la documentation touristique dans nos bureaux d'accueil
- En novembre, envoi par mail d'une **enquête sur le thème du tourisme durable** élaborée par Lot Tourisme et les Offices de Tourisme du Lot afin de mieux connaître les pratiques des professionnels en termes de développement durable ainsi que leurs souhaits d'accompagnement. C'est le premier pas pour faire un état des lieux et nous permettre d'élaborer un plan d'action adapté à leurs besoins.

Par ailleurs l'Office de Tourisme a poursuivi le déploiement de la place de marché départementale avec l'outil **Elloha** avec une cinquantaine de comptes ouverts.

B. Taxe de séjour

Les recettes liées à la taxe de séjour ont progressé de 32 % (252 115,52 €) en 2021 malgré le contexte et le confinement du printemps. Ce résultat s'explique par l'augmentation du plafonnement au 1er janvier 2021 pour les hébergements soumis au pourcentage, l'accroissement du nombre d'hébergeurs dans la plateforme et le travail de suivi et de relance intense de Tiphaine Le Bigot et Noémie Rayssac.

Pôle Ressources

A. Comptabilité

Après un exercice 2020 marqué par la crise sanitaire, l'exercice 2021 se rapproche de 2019. Côté dépenses, les charges de fonctionnement sont contenues, presque au même niveau que 2019 malgré les augmentations régulières des différents abonnements. Malgré tout, des budgets ont pu être dégagés en promotion, communication et commercialisation.

L'Office de Tourisme a obtenu l'immatriculation pour pouvoir commercialiser des séjours groupes / packages et développer ses activités dans le futur. Les charges de personnel sont aussi maîtrisées.

Côté recettes, les efforts entrepris pour la collecte de la Taxe de séjour portent ses fruits avec une progression de plus de 30 % par rapport à 2020. Les autres recettes progressent aussi, exceptées les visites groupes qui ont encore souffert de la situation sanitaire. Les dépenses d'investissement sont restées stables. Le résultat de l'exercice est bénéficiaire : + 54 635 € 27

B. Social

L'Office de Tourisme a accueilli en février Laetitia Berton en tant que webmaster. Très vite intégrée dans l'équipe, Laetitia Berton a travaillé sur l'amélioration du site internet et le développement de son contenu, le suivi auprès des professionnels et le développement des réseaux sociaux.

Une année riche en formation : la professionnalisation constante de l'équipe et le développement des compétences ont continué. Le personnel a pu bénéficier de formations adaptées aux différentes missions de l'Office de Tourisme : accueil, commercialisation, promotion, communication, outils informatique, réglementation meublés, RSE

Après une année 2020 en effectif réduit en raison de la situation sanitaire, le nombre de saisonnier(e)s est revenu à la normale en 2021 : 4 personnes embauchées à Figeac, 2 à Cajarc, 1 à Capdenac Le Haut, Lacapelle Marival et Capdenac Le Haut.

Carnet rose : Tiphaine Le Bigot est partie en congé maternité, la famille de l'Office de Tourisme s'est agrandie ! Noémie Rayssac a assuré son remplacement, notamment pour la Taxe de Séjour.

C. Marque Qualité Tourisme

L'Office de Tourisme a la marque Qualité Tourisme depuis 2011, renouvelable tous les 3 ans. Dorénavant, c'est tous les 5 ans. A mi-parcours, un audit transitoire a lieu : audit sur notre mission première : l'accueil. Cet été, l'audit qualité s'est déroulé en 2 temps, en juillet et en août. Cinq bureaux ont été audités (Figeac – Cajarc – Lacapelle Marival – Capdenac Le Haut – Marcilhac sur Célé) : tests téléphoniques en français et en anglais, tests par mail, par tchat et des visites « mystère » sur site.

Le résultat de l'audit est de 89,73% (85% sont exigibles) : « *Une expérience client très satisfaisante à l'Office de Tourisme du Grand Figeac, avec du personnel investi dans ses missions, un accueil de qualité, attentionné et professionnel. Félicitations à toute l'équipe !* » Sandrine BAUDET, auditrice, cabinet Tourisme &cetera

Les points forts : De beaux supports de promotion de la destination, la déclinaison de vos éditions « les clefs de... mettant en valeur le patrimoine de chaque village est très bien conçue, un travail qualitatif d'animation des réseaux sociaux et de réponse aux avis clients, une très bonne maîtrise de l'offre du territoire par les conseillers en séjour, une démarche RSE en cours en partenariat avec Lot Tourisme,

Des points à améliorer ont été relevés : formation commerciale (prévue en mars 2022), formation sur les techniques de communication (questionnement, reformulation, élargissement) en particulier pour les saisonniers, cohérence visuelle ente les bureaux

D. Vie Statutaire

L'Office de Tourisme a réuni le Comité de Direction à 4 reprises en 2021, des réunions délocalisées sur le Grand Figeac : Capdenac Le Haut, Cajarc.

E. Responsabilité Sociétale des Entreprises (R.S.E)

L'Office de Tourisme du Grand Figeac est engagé dans une démarche RSE (Responsabilité Sociale, Sociétale et Environnementale des Entreprises), en collaboration avec Lot Tourisme et les autres Offices de Tourisme du département. Notre but : construire une destination plus durable. C'est une demande des touristes, et une nécessité pour notre planète !

Plusieurs actions ont été menées en 2021 :

En collectif :

- Lancement d'une enquête RSE à l'automne 2021, afin de faire un état des lieux de vos pratiques en matière de développement durable. Le questionnaire a été envoyé par mail à près de 2000 partenaires.
- Construction d'un groupement d'achat pour les Offices de Tourisme, afin d'encourager les achats éco-responsables pour nos fournitures de bureau.

En interne :

- Élaboration d'une charte ainsi qu'un plan d'action RSE

Suite au plan d'action, nous nous sommes focalisés sur les actions suivantes :

- Réduction de notre consommation d'énergie dans le bâtiment de l'Hôtel de la Monnaie, avec la création d'une liste de bonnes pratiques.
- Création d'une page de transports sur notre site internet, avec un focus sur la mobilité douce.
- Réalisation d'un mini-bilan carbone.

F. Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)

L'Office de Tourisme s'est engagé avec l'aide du Centre de Gestion du Lot à mettre en place des procédures et des actions pour la protection des données personnelles.

1° La création d'une page relative à la Protection des données pour le site Internet de l'OT qui concerne en résumé les :

- Bandeau cookies
- Mentions légales
- Page politique de protection des données

2° La cartographie du système d'information avec l'inventaire des matériels et logiciels sur l'ensemble des BIT

3° La mise en place de classeurs pour le système d'information afin de permettre le suivi des inventaires et des interventions sur l'ensemble des BIT

4° Des sensibilisations au RGPD à destination de l'ensemble du personnel

5° La mise en place de procédures pour :

- Le verrouillage session et navigateur des ordinateurs
- L'utilisation du fichier numérique de mots de passe
- Le suivi des mises à jour du fichier numérique de mots de passe
- Le suivi des inventaires des matériels et logiciels

6° L'établissement d'une charte informatique et charte télétravail

7° L'installation de l'outil de gestion de mots de passe sur l'ensemble des postes informatiques dans l'objectif d'appliquer une politique de mot de passe rigoureuse

8° L'acquisition d'un broyeur pour la destruction des données à caractère personnel

Mais aussi, la veille d'une mise en place d'un suivi des mises à jour et traçabilité des accès au SI ; la sauvegarde sécurisée des journalisations etc.

