

*Rapport activités 2022*

*Office de Tourisme du Grand Figeac,  
Vallées du Lot et du Célé*



© L. Berton - OTGF

# Sommaire

<b>Pôle Accueil /Production</b> .....	<b>4</b>
A. Accueil .....	4
1 - Bilan de la saison .....	4
2 - Bilan global (tous les bureaux) .....	4
Contacts/Fréquentation .....	4
Chiffres Flux Vision Tourisme .....	6
Demandes d'informations .....	7
Analyse géographique.....	8
Satisfaction clients .....	9
Statistiques par bureau .....	10
Synthèse retours des conseiller(e)s .....	16
B. Bilan Production/activités .....	17
1 - Boutique .....	17
2 - Ventes au comptoir .....	18
3 - Visites individuelles .....	19
4 - Le petit train Lou Fijagol .....	19
5 - Animations enfants .....	19
6 - Visites groupes .....	19
<b>Pôle Promotion /Communication</b> .....	<b>21</b>
A. Analyse Web 2022 .....	21
1 - Site Internet : <a href="http://www.tourisme-figeac.com">www.tourisme-figeac.com</a> .....	21
2 - Réseaux sociaux .....	22
3 - Conclusion.....	24
B. Gestion Relations Clients (GRC) .....	24
1 – Nos engagements.....	24
2 - Bilan sur la collecte.....	25
3 – Bilan sur l'animation .....	25
4 – Conclusion.....	29
C. Editions .....	29
D. Relations presse .....	29
E. Agenda animations .....	31
<b>Pôle Relations socio-pros</b> .....	<b>32</b>
A. Relations avec les socioprofessionnels .....	32
B. Taxe de séjour .....	33

<b>Pôle Ressources</b> .....	<b>33</b>
A. Comptabilité .....	33
B. Social .....	34
C. Marque Qualité Tourisme .....	34
D. Vie Statutaire .....	35
E. Responsabilité Sociétale des Entreprises (R.S.E) .....	35
F. Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) .....	36



# Pôle Accueil/Production

## A - Accueil

### 1 - Bilan de la saison

#### Le Lot :

Comme l'indique la note de conjoncture touristique de Lot Tourisme (parue dans le centre de ressources de Lot Tourisme), le tourisme a regagné ses niveaux d'avant crise.

2022 est une saison qui a été marquée par des changements majeurs (climat, économie).

Sur le département du Lot, on peut noter une augmentation en nuitée de 21% entre janvier et septembre 2022 par rapport à la même période de 2021 et une augmentation de 3% par rapport à 2019 (Source : Lot Tourisme d'après Orange – Flux Vision Tourisme /données continues non stabilisées arrêtées au 29 septembre 2022). Les touristes internationaux sont revenus visiter le département (+21% par rapport à 2021)

On notera également que l'excursionnisme poursuit sa progression avec 2,1 millions de journées en 2022 (soit + 26% par rapport à 2021 et + 14% par rapport à 2019)

#### Grand Figeac :

La saison 2022 a été encore une année particulière. Depuis 2 ans, on est en continuelle adaptation face au contexte : crise sanitaire, changement climatique, contexte économique. Ces évolutions mettent à mal les prévisions et perturbent les comportements.

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

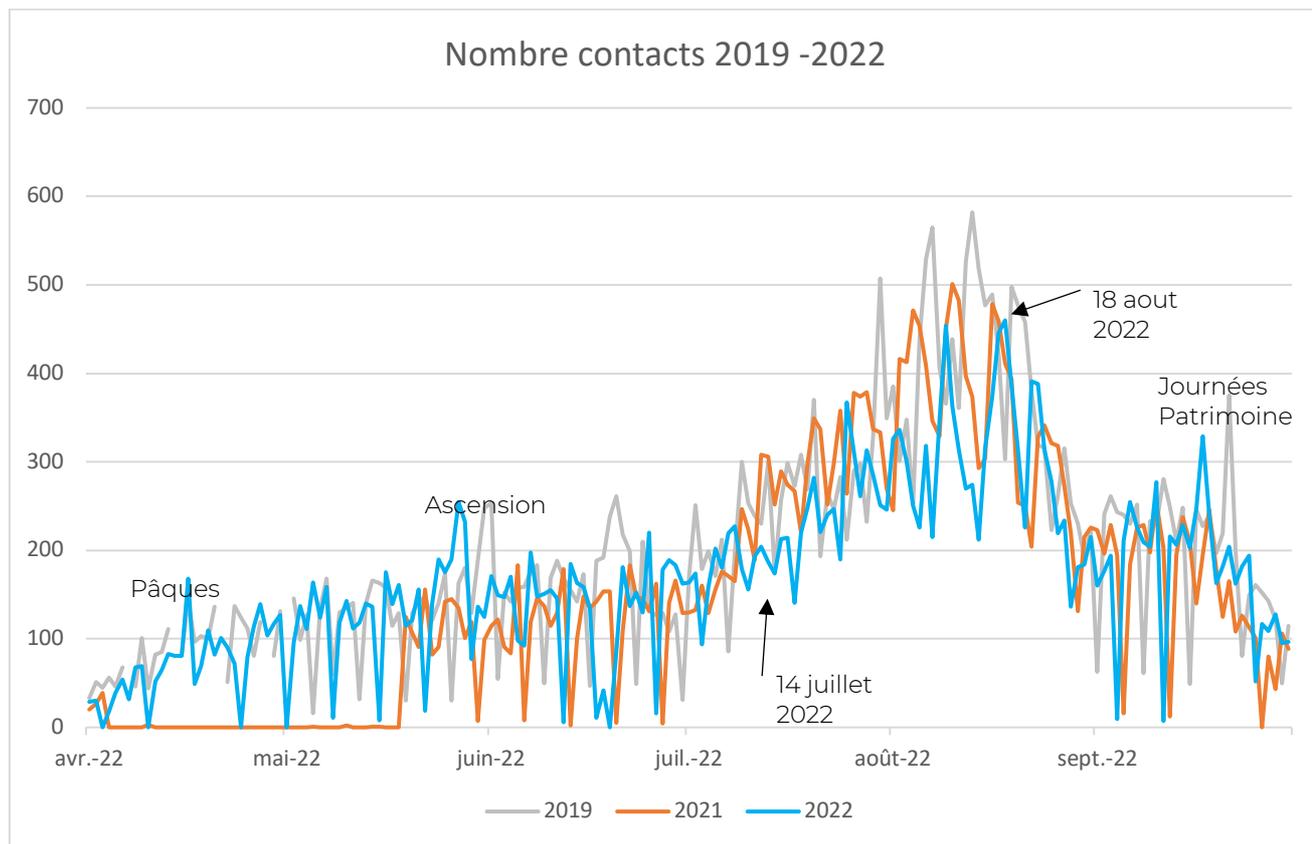
### 2 - Bilan global (tous les bureaux) : Avril – Septembre 2022

#### Contacts comptoir /Fréquentation 2019 /2022

	2019	2020	2021	2022	21/22	19/22
Avril	2270			2122		-6,5%
Mai	3884			3983		2,5%
Juin	4590	1886	3744	3959	5,74%	-13,7%
Juillet	7957	7993	8397	6763	-19,46%	-15,0%
Aout	11858	10671	11116	9448	-15,01%	-20,3%
Sept.	5788	5209	4687	5285	12,76%	-8,7%
<b>Total</b>	<b>36347</b>	<b>25759</b>	<b>27944</b>	<b>31560</b>	<b>12,94%</b>	<b>-13,2%</b>

Le début de saison a été plutôt positif avec un retour des touristes au mois d'avril et de mai après 2 années avec des confinements.

Même si on note une **augmentation du nombre de contacts** par rapport à 2021 nous n'avons pas retrouvé les niveaux de 2019. On peut également enregistrer que sur la période estivale la baisse est importante.



Sur ce graphique, on voit l'évolution du nombre de contacts en 2019, 2021 et 2022. Les pics sont presque identiques d'une année sur l'autre.

On remarque l'activité sur le début de l'année par rapport à 2021 (restrictions et confinement). Le début de saison (avril -juin) est meilleur en 2022 puis on note un fléchissement sur les mois de juillet (-19%) et août (-15%) et un bon mois de septembre (+13%) avec le pic des journées du patrimoine.

En 2022 **le pic a été le 18 août** avec **460 contacts** sur l'ensemble des bureaux  
Chiffres Flux vision : 13 août avec 16 491 nuitées et 30 juillet avec 20477 excursionnistes

Les **demandes** évoluent également : on retrouve toujours les demandes sur les visites, les randos, la gastronomie, les animations mais les demandes concernant des circuits vélos, des vélos routes, des visites de fermes, et bien entendu la baignade (en eaux naturelles) sont en nette progression.

Nos visiteurs ont beaucoup apprécié les projections monumentales à Figeac car la ville était animée 2 fois par semaine. Nombreuses demandes sur les animations en soirée ...

On peut se réjouir qu'en 2022, le Grand Figeac a été mis à l'honneur grâce à des événements comme Euréka, le tour de France, la diffusion du téléfilm, « meurtre en Figeac » et de nombreux accueils presse. Sur cette saison, 12 journalistes ont été accueillis dont le Monde, le Washington Post et le Figaro .

Par contre ces chiffres de fréquentation dans les bureaux de l'Office de Tourisme ne reflètent pas les chiffres de Flux Vision. En effet, le nombre de **nuitées** a augmenté de 8 % (de janvier à septembre) par rapport à 2021 et peut être considéré comme stable par rapport à 2019 avec -1%.

# Les nuitées touristiques dans la zone

Approche global des nuitées touristiques dans le Grand Figeac



**1,3 millions**  
nuitées de janvier à  
septembre 2022

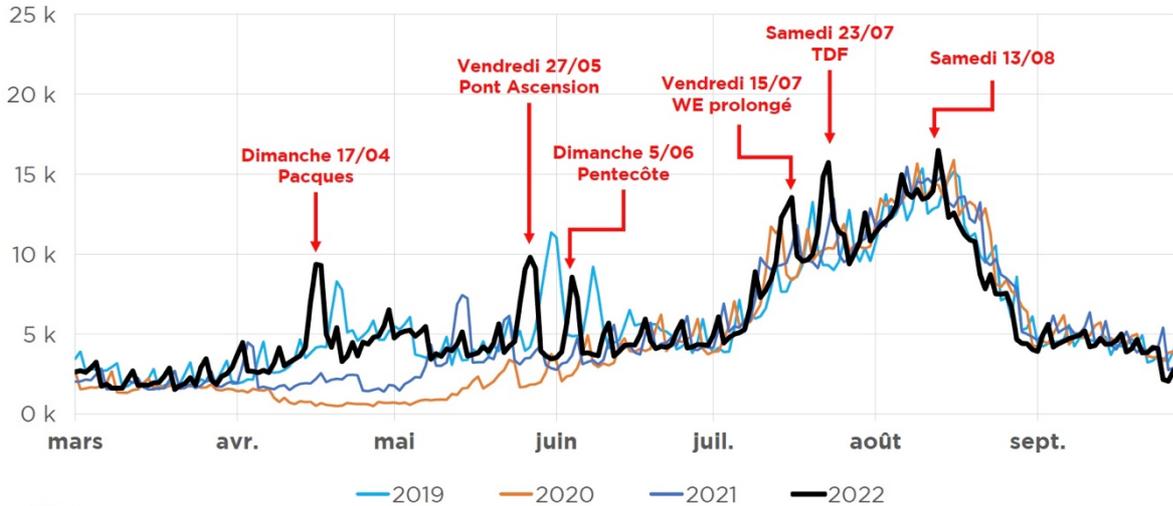


**+8%**  
De janvier à septembre  
(Lot : +21%)



**-1%**  
De janvier à septembre  
(Lot : +3%)

Nuitées quotidiennes des touristes (hors résidents du Lot)



Source : Lot Tourisme d'après Orange / Flux Vision Tourisme 2019, 2020 et 2021  
Nuitées journalières filtrées sur la catégorie « Touriste » et excluant les provenances « Local »

4

Nuitées touristiques mensuelles dans la zone

	2019	2020	2021	2022	Evolution 2021-2022	Evolution 2019-2022
Janv	58k	54k	51k	44k	-13% ↓	-23% ↓
Févr	62k	66k	57k	61k	+7% ↑	-2% →
Mars	74k	52k	59k	69k	+17% ↑	-6% ↓
Avril	125k	25k	62k	132k	+112% ↑	+5% ↑
Mai	149k	54k	115k	152k	+32% ↑	+1% →
Juin	167k	119k	124k	139k	+13% ↑	-17% ↓
Juil	252k	279k	277k	292k	+5% ↑	+16% ↑
Août	347k	359k	359k	330k	-8% ↓	-5% →
Sept	126k	129k	135k	122k	-10% ↓	-3% →
<b>TOTAL</b>	<b>1 361k</b>	<b>1 136k</b>	<b>1 239k</b>	<b>1 342k</b>	<b>+8% ↑</b>	<b>-1% →</b>

Source : Lot Tourisme d'après Orange / Flux Vision Tourisme 2019, 2020 et 2021  
Nuitées journalières filtrées sur la catégorie « Touriste » et excluant les provenances « Local »

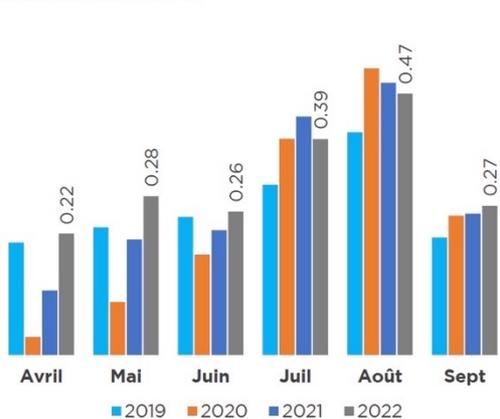
6

On peut noter les bons résultats sur la période estivale en particulier le mois de juillet par rapport à 2019.

Les **excursionnistes** progressent toujours avec 2,3 millions de journées entre janvier et septembre et représentent une augmentation de 11% par rapport à 2021 et 16% par rapport à 2019.

On assiste à une forte progression en juillet et août par rapport à 2019 mais en 2022 la canicule a impacté les excursionnistes et a « anesthésié » les pratiques touristiques.

Journées excursionnistes mensuelles dans la zone (en millions de journées)



Source : Lot Tourisme d'après Orange / Flux Vision Tourisme 2019, 2020 et 2021  
Présences journalières filtrées sur la catégorie « Excursionniste » et excluant les provenances « Local »

14

## Demandes d'informations

Afin de préparer leur séjour, les visiteurs contactent l'Office de Tourisme.

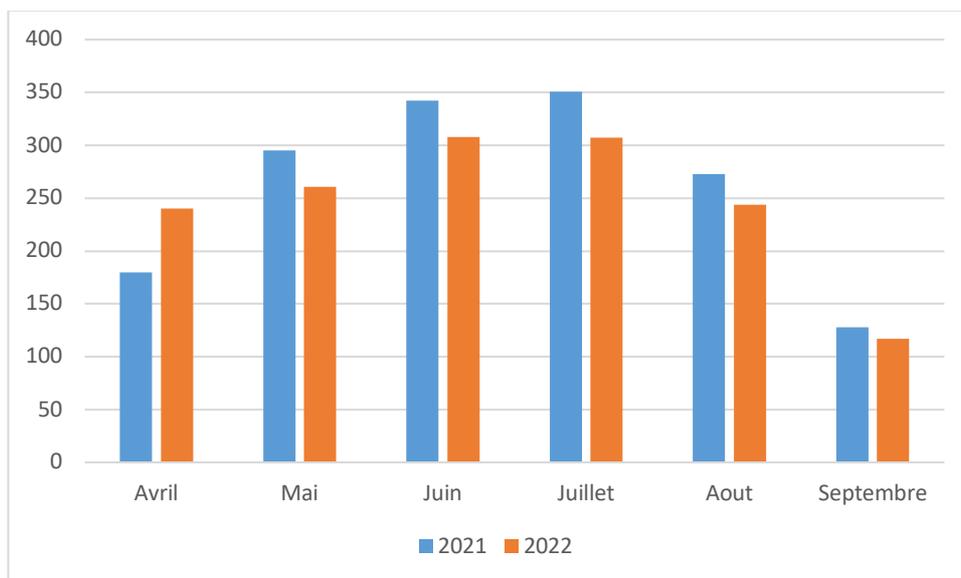
Dès le début de l'année, les demandes d'informations ont commencé à arriver avec de nombreux appels et des demandes par mail ou via notre web formulaire.

Par exemple en mars, nous avons reçu 1581 appels (667 en mars 2021) près de 10% étaient des demandes d'informations qui ont nécessité soit un envoi de mail soit un envoi de courrier. Les demandes arrivent également via Messenger, Instagram et le compte Google My Business.

Les demandes ont continué d'arriver même en saison estivale. Elles sont de plus en plus précises donc les réponses apportées sont de plus en plus **personnalisées**. D'où la nécessité de connaître l'offre et le territoire. Cela demande du temps car ce sont des réponses avec des liens vers les offres ciblées (prestataires, animations, fiches randos,...).

Ce travail en back office a toujours été important mais cet été il y a eu clairement un basculement entre l'accueil en face à face vers l'accueil à distance. Faudra t il revoir nos organisations ?

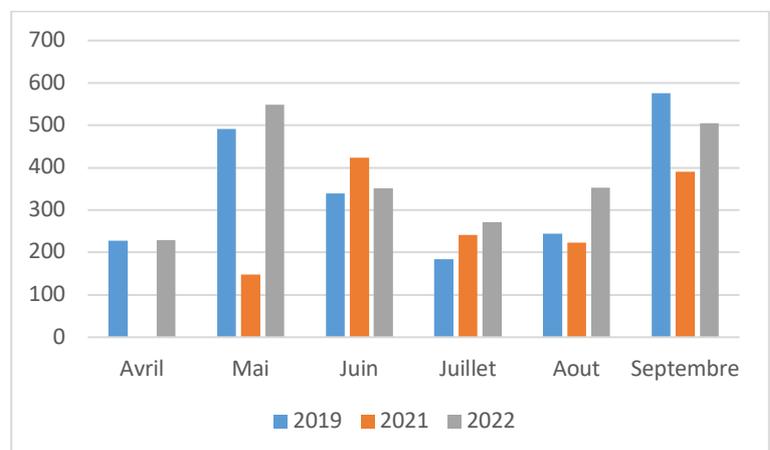
**Sur la période de mars à septembre, les demandes d'informations ont augmenté de 62% par rapport à 2019 et ont baissé de 5% par rapport à 2021 (année record après les confinements).**



## Randonneurs

Au vu du graphique, on peut remarquer que l'on retrouve les niveaux de 2019.

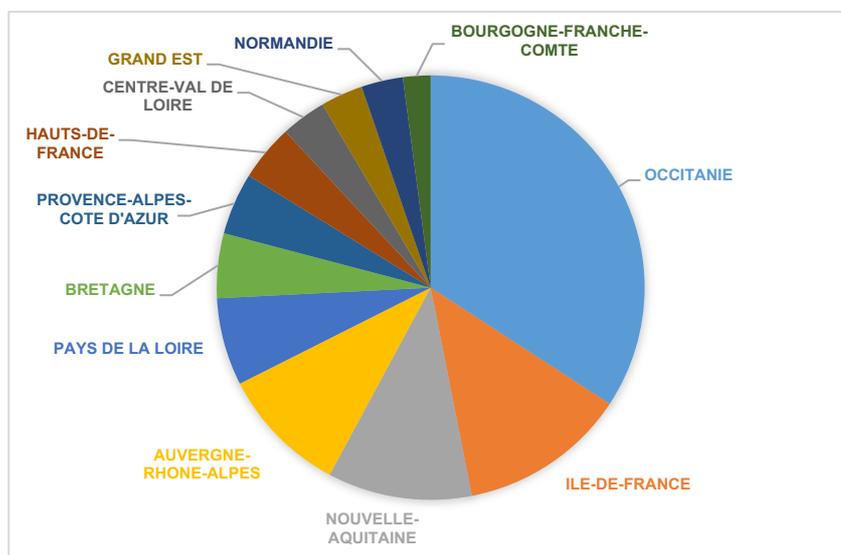
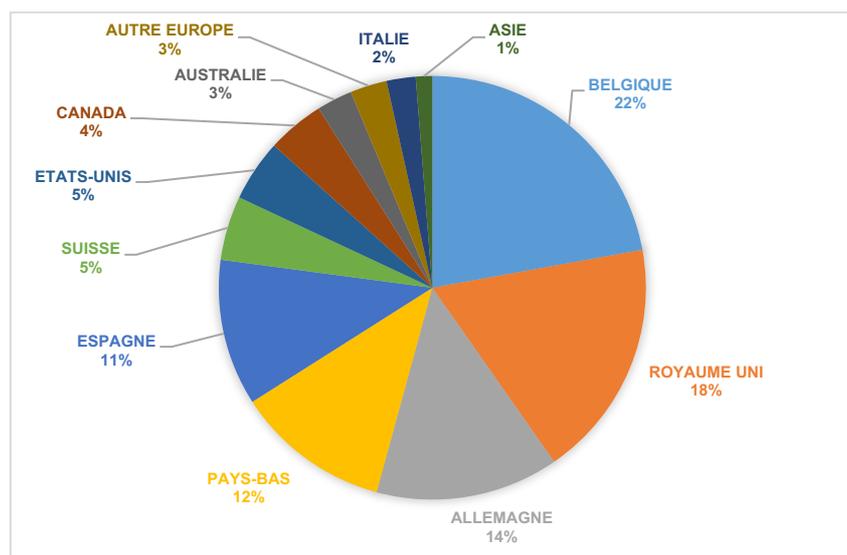
Sur la période d'avril à septembre, plus de 2000 marcheurs sont passés à l'OT soit une progression de 58% par rapport à 2021 et de 9,50% par rapport à 2019.



## Analyse géographique

Cette année, la **clientèle étrangère** est enfin revenue (niveau 2019) et représente 12% de notre clientèle : la clientèle belge est toujours notre 1<sup>ère</sup> clientèle suivie cette année des anglais, des allemands, des hollandais et enfin des espagnols. On notera également le retour des destinations lointaines avec la clientèle du Canada, des Etats Unis, d'Australie...

La **clientèle française** (88% - rappel 92 % en 2021) vient principalement de la région Occitanie, de l'Île de France et de la Nouvelle Aquitaine. (clientèle de proximité) : le Top 5 des départements : Lot, Aveyron, Paris, Haute Garonne et Loire Atlantique (la Gironde a quitté le top 5)



Les chiffres Flux Vision donnent **80% de nuitées françaises et 20 % de nuitées étrangères** avec une augmentation de 8% par rapport à 2021 et une stabilité par rapport à 2019, -1%.

Par rapport aux autres destinations du département, cette représentation plus faible des marchés étrangers (30% dans le Lot) a permis de mieux résister en contexte de crise sanitaire.

## Satisfaction clients

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

Ce critère est obligatoire pour le suivi de la marque Qualité Tourisme.

En 2022, les clients ont laissé **62 avis** sur la période avril-septembre (61 en 2021). La **note moyenne est de 8,7** (8,8 en 2021).

Les avis clients ont principalement laissé des avis sur google : 54 avis sur google (50 en 2021)

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

### Ce que les vacanciers apprécient

[Télécharger en CSV](#)

#### RENSEIGNEMENTS

**bons conseils**

*1 occurrence*

**accueil et conseils efficaces**

*1 occurrence*

**bons conseils circuit avec clés très intéressants**

*1 occurrence*

**circuit découverte très bien organisé nous avons plus qu'à suivre**

*1 occurrence*

#### ACCUEIL

**dame de l'accueil très souriante et très avenante**

*1 occurrence*

**service courtois et des plus aidant**

*1 occurrence*

#### REGION

**découvrir la ville médiévale**

*1 occurrence*

# Statistiques par bureau (avril - septembre 2022)

## Bureau de Figeac : avril – septembre 2022



### Modalités d'ouverture :

Toute l'année  
Janvier, février, mars, novembre, décembre : du mardi au vendredi de 10h à 12h30 et de 14h à 18h le samedi de 10h à 12h30 et de 14h à 17h

(ouvert les lundis pendant les vacances scolaires)  
Avril, mai, juin, septembre et octobre : du lundi au samedi de 9h à 12h30 et de 14h à 18h (ouvert les dimanches si pont et/ou événements)  
Juillet - août : du lundi au samedi de 9h à 13h et de 13h30 à 18h30, le dimanche de 10h à 13h et de 13h30 à 18h  
Equipe : 3 permanentes et 4 saisonniers

Accueil : (2022-2019)  
87.796 visiteurs (-26%)  
21.930 contacts (-11%)  
(-5% par rapport à juin-septembre 2021)



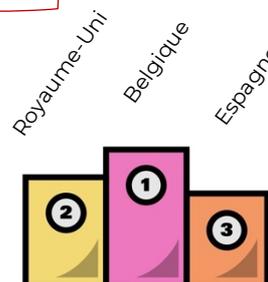
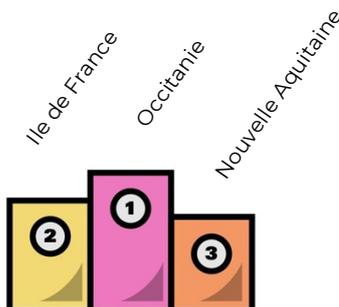
11.568 appels (-2%)



2254 pèlerins passés à l'Office (+9% par rapport à 2019)

Pic journalier : 18 août avec 316 contacts

89% de Français - 11 % d'étrangers



Top 5 départements : Lot, Paris, Haute Garonne, Gironde, Aveyron

### Boutique :



Le chiffre d'affaires global (avril -septembre) de la boutique s'élève à : **65.863,70 €** (27.855,50 € en 2021)

Boutique : 29.629,60 € (11.537,20 € en 2021)  
Animations/Visites : 20.598 € (10.812,50€ en 2021)  
Ventes au comptoir : 11.683,60 € (3.766,10 € en 2021)  
Clés de Figeac : 3.952,50 € (1.739,70 € en 2021)

Top 5 (quantités) : Cartes Postales, Médailles Monnaie de Paris, Fiches Randos, Billet souvenir, Guide Randonnées Pays de Figeac

Top 5 (valeur) : Guide Randonnées Pays de Figeac, Crédencials, Médailles Monnaie de Paris, Cartes postales, Guide Randonnées PNR

**Visites guidées :** 1 visite les samedis (avril, mai, juin, septembre, octobre), visites tous les jours en juillet et août sauf le dimanche, visite nocturne le mercredi soir en juillet et août

## Bureau de Capdenac-Gare : avril – septembre 2022



### Modalités d'ouverture :

Janvier, février, mars, octobre, novembre, décembre : mardi et vendredi de 10h à 12h et de 14h à 17h

Avril, 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 14h à 17h30

Equipe : 1 permanente

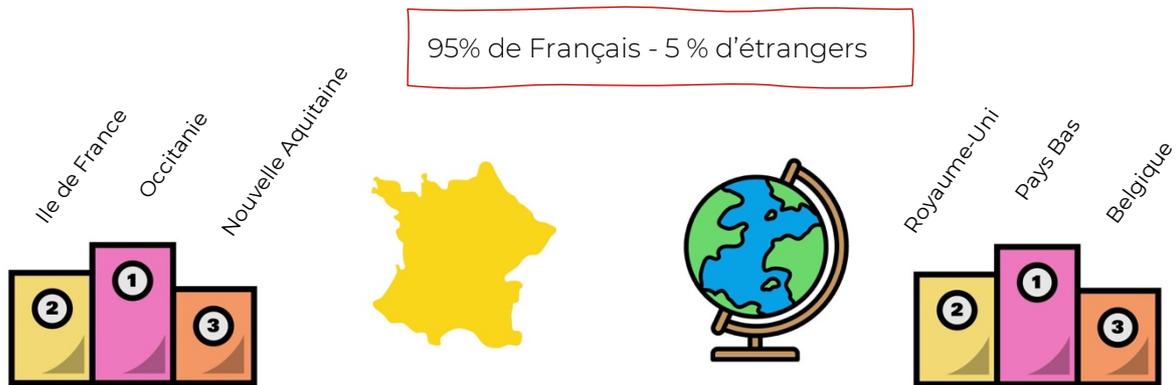


Accueil : (2022-2019)  
3.056 visiteurs (-44%)  
870 contacts (-32%)  
(-11% par rapport à juin-septembre 2021)



485 appels (+56%)

Pic journalier : 9 août avec 19 contacts



Top 5 départements : Aveyron, Lot, Haute Garonne, Paris, Bouche du Rhône

### Boutique :



Le chiffre d'affaires global (avril -septembre) de la boutique s'élève à : **2.138,80 €** (950,20 € en 2021)

Boutique : 824,20 € (382,60 € en 2021)  
Animations/Visites : 565 € (172€ en 2021)  
Ventes au comptoir : 392 € (741 € en 2021)  
Clés de Figeac : 8,40 € (3,60 € en 2021)

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

Top 5 (valeur) : Guide Randonnées Pays de Figeac, De St Julien à Capdenac, Fiche randos, Mug, Magnet

**Visites guidées** : 3 visites de l'Entreprise Raynal et Roquelaure (reprise en juillet), 2 visites « Sur les Pas de Raynal (août et septembre)

## Bureau de Cajarc : avril – septembre 2022



### Modalités d'ouverture :

Ouvert d'avril à septembre & et le week-end fête du Safran

Avril : du mardi au samedi de 14h à 17h

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 de 10h à 12h30 et de 14h à 18h

Equipe : 1 permanente et 2 saisonniers

Accueil : (2022-2019)  
22.039 visiteurs (-29%)  
5.380 contacts (-8%)  
(-13% par rapport à juin-septembre 2021)

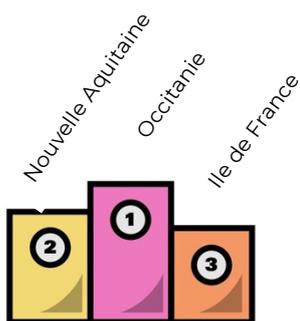


776 appels (+76%)  
En 2021, transfert d'appels vers Figeac

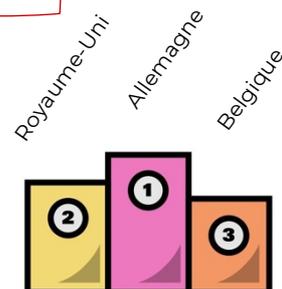


668 pèlerins passés à l'Office (-32% par rapport à 2019)

Pic journalier : 18 août avec 71 contacts



86% de Français - 14 % d'étrangers



Top 5 départements : Lot, Aveyron, Loire-Atlantique, Haute Garonne, Paris

### Boutique :



Le chiffre d'affaires global (avril -septembre) de la boutique s'élève à : **22.339,30 €** (9.282,70 € en 2021)

Boutique : 13.847,50 € (5.777,70 € en 2021)

Animations/Visites : 1.581 € (666€ en 2021)

Ventes au comptoir : 6.896,50 € (2.836 € en 2021)

Clés de Figeac : 13,80 € (3 € en 2021)

Top 5 (quantités) : Fiches Randos, Cartes Postales, Sirop au Safran, Thé vert au Safran, Affiches BD

Top 5 (valeur) : Verrines Safran (0,8gr), Sirop au Safran, Affiches BD, Thé vert au safran, Safran (0,1gr)

Les produits safran représentent un chiffre d'affaires de 4.300,80 € (2.733,010 € en 2021) avec le top 3 suivant : sirop au safran (109 bouteilles), thé vert au safran (108 paquets), pochette de 0,1 grs (63)

**Visites guidées :** 1 visite nocturne (28 juillet : 30 personnes), 3 visites de la centrale hydroélectrique (1 en juin et 2 en août), 3 ateliers pêche en août  
Pot d'accueil les lundis en juillet et août

## Bureau de Capdenac-le-Haut : mai – septembre 2022



### Modalités d'ouverture :

Ouvert de mai à septembre

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

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

Equipe : 1 saisonnier

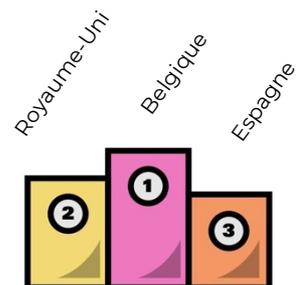
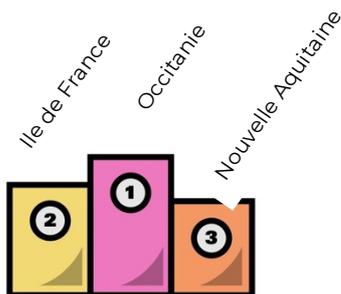


73 appels (-43%)

Accueil : (2022-2019)  
3.920 visiteurs (-54%)  
1.515 contacts (-21%)  
(-16% par rapport à juin-septembre 2021)

Pic journalier : 17 août avec 38 contacts

90% de Français - 10 % d'étrangers



Top 5 départements : Lot, Aveyron, Loire-Atlantique, Yvelines, Haute Garonne

### Boutique :



Le chiffre d'affaires global (avril -septembre) de la boutique s'élève à : **3.043,55 €** (1.016,35 € en 2021)

Boutique : 1.360,35 € (413,65 € en 2021)

Animations/Visites : 233 € (16€ en 2021)

Ventes au comptoir : 1.426,50 € (579,50€ en 2021)

Clés de Figeac : 23,70 € (7,20 € en 2021)

Top 5 (quantités) : Cartes Postales, Guide de Capdenac-le-Haut, Fiches Randos, Magnet, Cartes Plus Beaux Villages

Top 5 (valeur) : Guide Plus Beaux Villages, Carte Plus Beaux Villages, Guide de Capdenac-le-Haut, Guide Randonnées Pays de Figeac, Cartes postales

**Donjon** : 1514 billets (3.163€) : 1158 adultes, 134 réduits, 222 gratuits

Pour mémoire en 2021 : 1601 billets : 1212 adultes, 107 réduits, 231 gratuits

**Visites guidées** : 1 visite nocturne (16 août : 33 personnes)

## Bureau de Lacapelle-Marival : mai – septembre 2022



### Modalités d'ouverture :

Ouvert de mai à mi-septembre

Mai, Juin, mi-septembre : du lundi au vendredi de 14h à 17h

Juillet - Août : du lundi au vendredi de 10h00 à 12h30 et de 14h à 18h

Equipe : 1 permanent (mi temps) 1 saisonnier

### Accueil :

2.689 visiteurs

837 contacts

(+19% par rapport à juillet-août 2021)

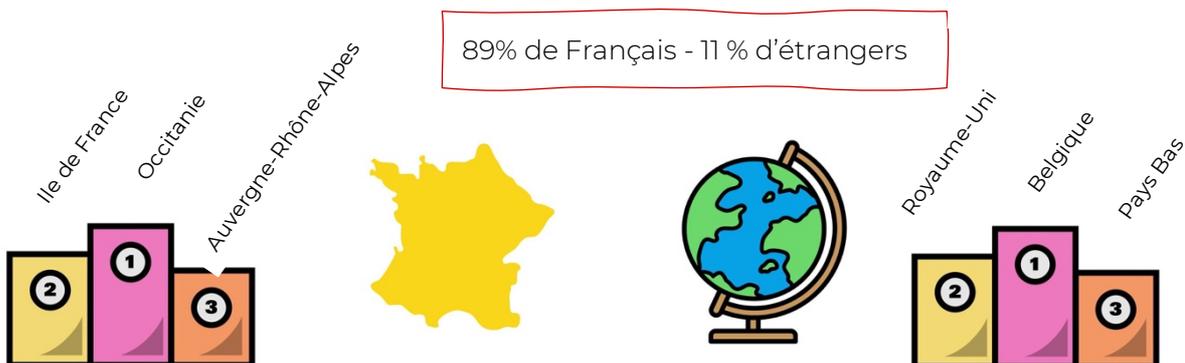


176 appels



184 pèlerins passés à l'Office (-29% par rapport à 2019)

Pic journalier : 22 juillet (veille du Tour de France) et 8 août avec 25 contacts



Top 5 départements : Lot, Paris, Haute-Garonne, Rhône, Bouches du Rhône

### Boutique :



Le chiffre d'affaires global (avril -septembre) de la boutique s'élève à : **5.737,70 €** (2.698,90 € en 2021)

Boutique : 1.354,70 € (271,50 € en 2021)

Animations/Visites : 542 € (303€ en 2021)

Ventes au comptoir : 3.835 € (2.122€ en 2021)

Clés de Figeac : 6 € (2,40 € en 2021)

Top 5 (quantités) : Guide visite Château, Cartes Postales, Fiches randos, Magnet, Guide randonnées Pays de Figeac

Top 5 (valeur) : Guide visite Château, Affiche Tour de France, Livre le Château de Lacapelle, Cartes postales tour de France, Savon Lait de jument

**Visites guidées :** 1 visite (18 août : 20 personnes) , 7 ateliers pêche

## Bureau de Marcilhac sur Célé : Juillet – Septembre 2021



### Modalités d'ouverture :

Ouvert de juillet à mi-septembre  
 Juillet- mi-septembre : du lundi au vendredi de  
 10h30 à 12h30 et de 14h30 à 18h

Equipe : 1 saisonnier

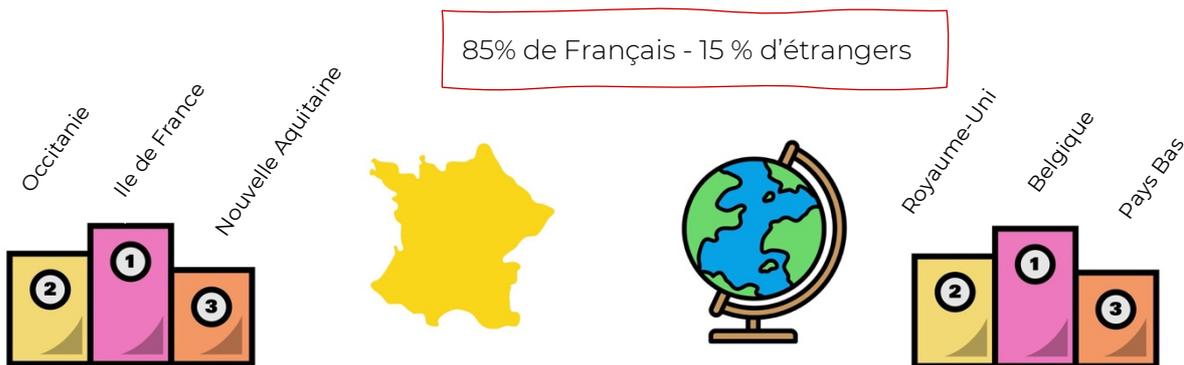


Accueil : (2022-2019)  
 2.743 visiteurs (-6%)  
 1.028 contacts (-18%)  
 (-30% par rapport à juillet-septembre 2021)



Non renseigné

Pic journalier : 15 août avec 31 contacts



Top 5 départements : Paris, Lot, Loire-Atlantique, Yvelines, Hauts de seine

### Boutique :



Le chiffre d'affaires global (avril -septembre) de la boutique s'élève à : **1.024,75 €**  
 (649,90€ en 2021)

Boutique : 660,65€ (317,90 € en 2021)  
 Animations/Visites : 109 € (79€ en 2021)  
 Ventes au comptoir : 250 € (230€ en 2021)  
 Clés de Figeac : 5,10 € (3 € en 2021)

Top 5 (quantités) : Cartes Postales, Fiches randos, Magnet, Guide Abbaye, Guide randonnées Pays de Figeac

Top 5 (valeur) : Guide Abbaye, Magnet, Guide randonnées Pays de Figeac, Cartes postales, Guide randonnées PNR

**Visites guidées :** 1 visite (27 juillet : 3 personnes)

## Synthèse des retours des conseiller(e)s en séjour

**Figeac** : Hanne Sund Bon, Nathalie Andrieu, Sylvie Schlund, Noémie Rayssac, Lauriane Despouys, Sarah Laliier, Sophie Castel

**Cajarc** : Tiphaine Le Bigot, Benjamin Brasseur, Emma Reilland

**Capdenac- Gare** : Brigitte Billiet

**Capdenac-le-Haut** : Corinne Godier-Leleu

**Lacapelle-Marival** : Magali Dominguez, Lilian Vinnac

**Marcilhac-sur-Célé** : Sandra Zographos

### Commentaires Généraux :

- Globalement bons contacts, plus de fluidité car baisse de la fréquentation
- Clients à l'écoute de nos conseils
- Retour des étrangers
- De bons retours et des remerciements de la part des visiteurs
- Demandes très ciblées

### Les demandes :

- Visites de villes et villages, sites à visiter
- Randonnées, points de baignade en milieu naturel, activités nature
- Marchés, gastronomie
- Visites de fermes
- Circuits vélo et pistes cyclables (de nombreuses demandes)
- Les animations de l'été
- Se rendre à pied Capdenac-Gare /Capdenac-le-Haut
- Demandes régulières sur la culture safran

### Points à améliorer :

- Manque offres vélo, cyclo , pistes cyclables
- Stationnement pour les campings cars (voir avec la mairie pour autres lieux)
- Manque de points de baignade dans le Lot (Cajarc, Capdenac Gare)
- Demandes de circuits en vélo électrique
- Manque d'animations à Figeac le soir (peu de concerts, .....
- Manque de connaissance sur l'offre canoë
- Manque de rando familiales au départ de Cajarc ou de Marcilhac
- Ouverture des piscines (jour de fermeture, horaires)
- Mise à jour des disponibilités des hébergements
- Ouverture des restaurants (difficulté les dimanches et lundis pour trouver une table)
- Les rampes pour mettre à l'eau des canoës
- Carte touristique englobant un rayon d'une heure alentour (avec Aveyron)

## B – Bilan Production/activités

### 1 - Boutique

Le chiffre d'affaires en TTC (avril-septembre) s'élève sur la totalité de nos bureaux à **68.015,84 euros**

	2019	2021	2022	19/22	21/22
Boutique	18.685,05 €	18.338,91 €	26.268,14	+40,58%	+43,24%
Visites guidées	11.619,00€	10.833,50 €	10.215,00	-12,08%	-5,71%
Animations enfants	3.295,00€	1.215,00 €	1.175,00	-64,34%	-3,29%
Donjon	2.624,50€	3.377,50€	3.205,50€	+22,14%	-5,09%
Petit Train	18.830,50€	33.472,50	25.166,50	+33,65%	-24,81%
Clés de Figeac	2.256,00€	1.743,30 €	1.985,70	-11,98%	+13,90%
Total	57.310,05€	68.980,71€	68.015,84	+18,68%	-1,40%

Le chiffre d'affaires est stable par rapport à 2021 mais a augmenté par rapport à 2019. C'est en particulier grâce au nombre de référence qui a augmenté, aux produits locaux proposés et qui sont appréciés des clients. Chaque année de nouveaux sont proposés.

Les visites guidées et les animations enfants connaissent une baisse significative : pour rappel en 2019, l'Office de Tourisme proposait des animations supplémentaires « les mardis curieux » arrêtés avec le Covid.

Les entrées au donjon sont en lien avec la fréquentation.

Le petit train : plus de rotation mise en place à partir de 2021 (week end de juin et samedis)

Les produits boutique ont bien marché : au total 935 magnets ont été vendus sur la saison (695 en 2021), 3.251 cartes postales (2.620 en 2021), 142 porte-clés (102 en 2021), 65 mugs (47 en 2021) , 165 crédencials (117 en 2021) ...

Les **produits locaux et l'artisanat** ont remporté également un franc succès :

- Gâteaux des délices de Sophie : 23 paquets
- Savons de la jumenterie de Pech Blanc : 22 savons
- Savons de la savonnerie buissonnière : 16 savons
- Produits safran : voir bureau Cajarc
- Produits en cuir : 65 produits (porte clés, porte monnaie)
- Vin de la Vinadie : 44 bouteilles

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

Top 5 (valeur) : Guide Randonnées Pays de Figeac, Crédencials, Médailles Monnaie de Paris, Cartes Postales, Verrine safran 0,8 grs

Panier moyen incluant la vente au comptoir et visites : 8,66 euros (8,18 € en 2021)

Panier moyen produits boutique : 6,09 euros (5,62 € en 2021)

## 2 - Ventes au comptoir

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

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

En 2022, **18 partenaires** ont signé la convention dont un nouveau, le domaine de Mons à Assier qui propose une balade.

Le chiffre d'affaires s'élève à **14.905 euros** (9.945,50 euros en 2021) ; **2.007 billets** (1.503 billets en 2021) 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 pour acheter une activité de pleine nature .

	<b>Quantité/billets</b>	<b>Montant TTC</b>
Musée et Exposition	362	2 004,50 €
Château Lacapelle-Marival	338	1 690,00 €
La Commanderie des Templiers	291	964,00 €
Visite guidée de la grotte de Foissac	251	2 468,50 €
Phosphatières de Bach	124	1 030,00 €
Grottes de Lacave	98	965,50 €
Balades Accompagnées Domaine de Mons	97	1 832,00 €
Château Lacapelle-Marival	93	28,00 €
Château Larroque Toirac	74	438,50 €
Musée - Exposition - Musée histoire	59	438,00 €
Passion Aventure Parcours 10 km	54	766,50 €
Cap Nature	50	804,00 €
Croisière Bateau Olt	28	336,00 €
Nature et Loisirs Parcours 13 km	24	462,00 €
Cajarc Nature Evasion	23	333,50 €
Château Assier	16	64,00 €
Terra Olt	8	36,00 €
Musée - Musée histoire	5	28,00 €
Cajarc Nature Evasion	5	90,00 €
Lac du Tolorme - Pédalo 4 places	3	36,00 €
OIS Derby	2	44,00 €
Passion Aventure Parcours 20 km	2	46,00 €
<b>Total général</b>	<b>2007</b>	<b>14 905,00 €</b>

Le montant de la **commission** pour l'Office de Tourisme s'élève à **1.104,06 €** (792,16 € en 2021)

### 3 - Visites individuelles



La programmation est réalisée en collaboration avec le service du patrimoine.

Au final, **116 visites** ont été programmées : 88 visites de Figeac (générale ou thématique), 7 visites nocturnes, 17 visites de villages (visites nocturnes contées, randonnées, visites diurnes), 3 visites de la centrale Hydro électrique de Cajarc et 3 visites du Moulin de Vitrac.

Les visites de l'entreprise Raynal et Roquelaure ont repris à partir de juillet et 6 visites ont été proposées. 2 visites « sur les pas de Raynal » ont lieu fin août et début septembre.

Au total **1.495 participants** aux différentes visites de Figeac et des villages (1.648 en 2021) soit -9% : 18 visites ont été annulées (manque de participants et canicule).

Ce sont les visites générales qui ont connu la forte baisse -30%. Les visites de 17 heures ont été peu fréquentées en raison de la canicule. La fréquentation des visites nocturnes de Figeac est stable et les visites nocturnes contées de villages ont été appréciées généralement par le public.

Les visites des entreprises sont elles aussi appréciées par le public.

Les visites sont plébiscitées et les commentaires des guides sont appréciés.

### 4 - Le petit train Lou Fijagol

Les visites en petit train ont connu également une baisse de fréquentation avec **4.808 passagers** (6.378 en 2021) soit -25% et un chiffre d'affaires de 25.166,50 € (33.472,50 euros en 2021). La canicule de cet été a impacté également ces visites. Les familles apprécient cette prestation : 40% des passagers sont des ados et des enfants.



### 5 - Animations enfants

Comme chaque année, l'Office de Tourisme a proposé des ateliers pêche à Leyme (5) et Théminettes (écrevisses) (2) et à Cajarc (3). 70 enfants y ont participé (27 à Cajarc et 43 sur Leyme et Théminettes).

Les ateliers du patrimoine (atelier vitrail et « Manger toute une histoire ») ont été maintenus les mercredis et vendredis : 102 participants au total

### 6 - Visites groupes

L'activité groupes reprend des couleurs : en effet nous avons accueilli **126 groupes** de février à décembre, soit 3.418 personnes. Ce sont des visites de Figeac à pied ou en Petit Train, visites de villages (Capdenac le Haut, Cardaillac, Cajarc, Marcilhac, Assier avec le château,...), de l'Entreprise Raynal et Roquelaure. Des guidages sur la journée (2) ou sur la ½ journée (1) ont également eu lieu.

Pour la 1<sup>ère</sup> année, nous avons mis en place une convention de partenariat avec le Musée Champollion : nous proposons la visite de la ville de Figeac ou d'un village avec le Musée (7 visites). Cela permet au client d'avoir qu'un seul intermédiaire pour l'organisation de leur séjour. Le Musée nous a accordé un tarif préférentiel.

Pour mémoire, en 2019 nous avons accueilli 123 groupes et 56 en 2021.

De plus, pour la 1<sup>ère</sup> année, grâce à notre **immatriculation Atout France**, nous avons réalisé **4 contrats**

- 1 séjour avec une nuitée : découverte de Figeac et la vallée du Lot (Château de Larroque Toirac et Cajarc) et nuitée à Figeac
- 3 journées (visite de Figeac, du Musée, de Marcilhac avec déjeuner)

Cela représente un **chiffre d'affaires global de 7.100 euros** dont un chiffre d'affaires pour les prestataires de 6500 euros. La commission pour l'Office est de 600 euros soit environ 10%



Afin de relancer la clientèle groupes, l'Office de Tourisme du Grand Figeac participe au Collectif des réceptifs lotois. Ce groupe de travail entre publics et privés est composé de la CCI du Lot, des 4 agences réceptives du Lot et des 3 Offices de Tourisme immatriculés.

Un plan d'actions financés par la CCI, l'ADT et les Offices a été mis en place :

- Participation au Rendez vous France à Nantes en mars,
- Envoi de mailings auprès d'agences de voyages et autocaristes français,
- Organisation d'un eductour en avril (12 agences ont participé) avec sur Figeac la visite de la ville, le diner et la nuitée
- Réalisation d'outils de communication (pochette, affiche),
- Adoption d'un slogan : « Le Lot, le spot où l'on accueille bien votre groupe », qui s'appuie sur la communication départementale,
- Organisation d'un webinar à l'attention des prestataires lotois accueillant des groupes

En parallèle, les 3 Offices de Tourisme ont adhéré un Club « Destination Groupes » d'ADN Tourisme :

- Participation au workshop Destination Occitanie à Toulouse
- Mise en place d'un site internet groupes-lot.com
- Montage de produits en commun
- Impression de pochettes
- Participation au salon IFM en septembre



# Pôle Promotion/Communication

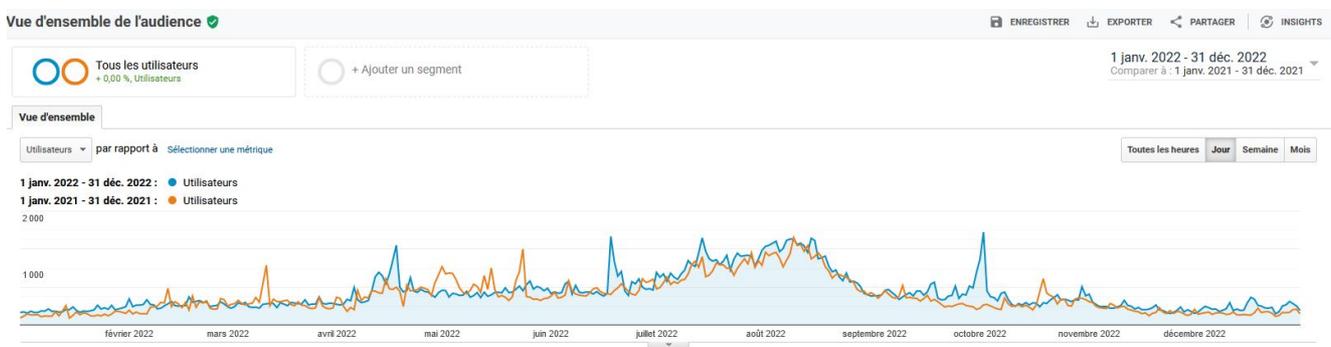
## A - Analyse Web 2022

### 1. Site Internet : [www.tourisme-figeac.com](http://www.tourisme-figeac.com)

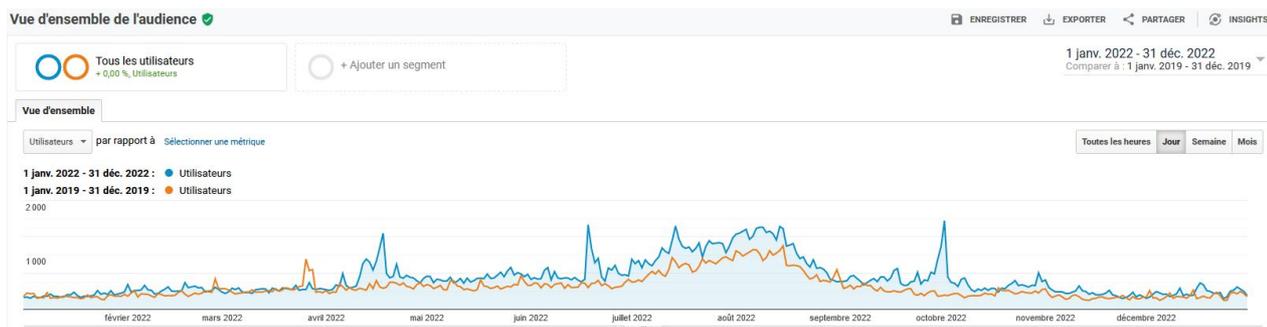
Quelques chiffres clés :

- **230 653 sessions** sur notre site web (+13% par rapport à 2021)
- **7 %** de nouveaux utilisateurs en plus par rapport à 2021
- **619 669 pages vues** (+10% par rapport à 2021)
- **Taux de rebond de 54%**, Ce taux reste élevé car beaucoup de nos pages renvoient vers des liens Tourinsoft. Mais ce n'est pas forcément négatif puisque l'internaute arrive malgré tout sur ce qu'il recherche (ex : une fiche PDF d'un parcours rando).
- **2min31** de temps passé en moyenne sur le site

### Comparaison des utilisateurs entre 2021 et 2022



### Comparaison des utilisateurs entre 2019 et 2022



En 2022, les consultations restent **en hausse** par rapport à 2021 et 2019 (« année normale » hors covid - + 40% de sessions et 35% de pages vues en plus par rapport à 2019 !). Le travail de **contenu** et de **référencement** naturel fonctionne et nous permet d'avoir une meilleure **visibilité** sur internet. Des pics importants sont visibles en avril (meeting du Président Emmanuel Macron), le 18 juin (diffusion de la série « Meurtre à Figeac »), le 2 octobre (suite à une campagne de communication avec Lot Tourisme) et aux alentours du Tour de France également.

## Le top 5 des pages les plus consultées (hors page d'accueil - page vue + de 50 500 fois)

- **Tout l'agenda** : <https://www.tourisme-figeac.com/tout-lagenda> : Page vue + de 24 000 fois
- **Les sites à visiter** : <https://www.tourisme-figeac.com/sites-visiter> : Page vue + de 20 000 fois
- **À voir à faire** : <https://www.tourisme-figeac.com/voir-faire> : Page vue + de 14 300 fois
- **Les Grands Sites aux alentours** : <https://www.tourisme-figeac.com/les-grands-sites-aux-alentours> : Page vue + de 9 100 fois
- **Hébergement** : <https://www.tourisme-figeac.com/hebergements> : Page vue + de 9 100 fois.

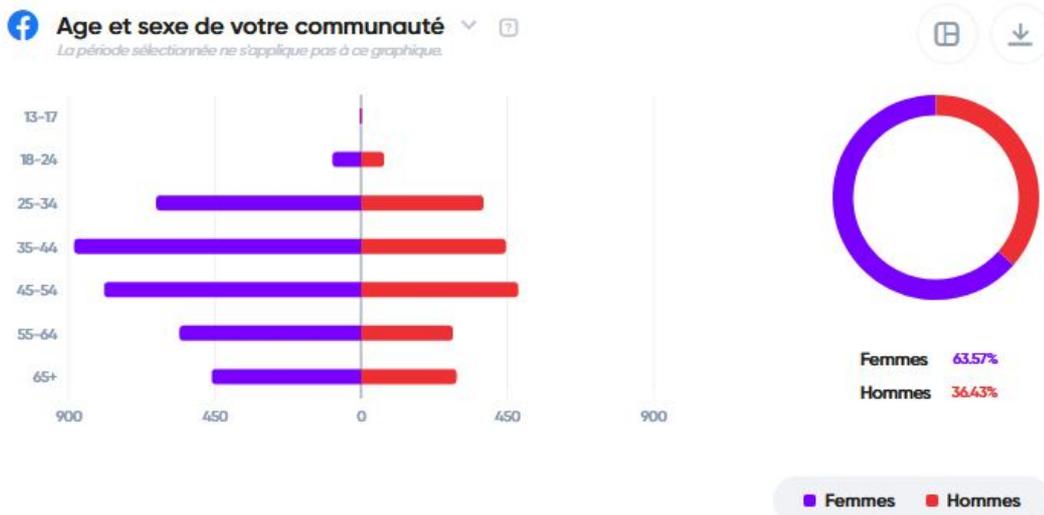
Les randonnées qui sont, sur l'année, dans notre top 5, se retrouvent en 8<sup>ème</sup> position cet année. La chaleur a dû jouer sur le choix des activités à faire sur la saison estivale 2022.

## 2. Réseaux sociaux

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

#### Le compte

- **191 publications** en 2022 contre 178 en 2021 (on ne souhaite pas en faire davantage pour éviter d'avoir une pression marketing trop importante et dans le but de respecter une démarche RSE).
- **5634 fans.**
- **+ de 27 600 réactions, 977 commentaires et 5 800 partages.**
- **Au total, plus de 2 800 000 personnes ont vu nos publications en 2022**
- Age de la **communauté** : vaste communauté qui est concentrée principalement entre **25 et 54 ans**, beaucoup de **femmes**.
- La communauté **locale** a une place importante.



#### Le top villes de votre communauté

La période sélectionnée ne s'applique pas à ce graphique.

Ville	Nombre	Pourcentage
Figeac	768	37.21%
Toulouse	161	7.8%
Cahors	127	6.15%
Paris	102	4.94%
Capdenac-Gare	97	4.7%
Cajarc	53	2.57%

1 2 3 4 5 >

## Indicateurs clés ICI

- **Portée globale** : + de 2 800 000 personnes touchées par les publications.
- **Impression globale** : + de 3 300 000 de vues sur toutes les publications.
- **Taux d'engagement moyen** : 18,3%.
- **Le patrimoine** est la thématique qui a fonctionné le plus, suivie de **l'actualité**. Sur le top 10, ce sont uniquement des publications boostées mais les publications « naturelles » ont également de très bons scores.

## Top 10 Facebook

- Dimanche 6-févr.- PATRIMOINE - Zoom sur Marcilhac Sur Célé (+ de 794 000 vues)
- Jeudi 17-mars – PATRIMOINE – Corn (+ de 300 000 vues)
- Dimanche 14-août – NATURE - Pique-nique Baignade Malika (+ de 200 200 vues)
- Lundi 10-janv. - BLOG&CO - Vidéo Tolt (+ de 163 200 vues)
- Dimanche 27-févr. – PATRIMOINE – Faycelles (+ de 137 900 vues)
- Dimanche 30-janv. -NATURE - Nuit étoilée (+ de 132 600 vues)
- Dimanche 10-avr. – PATRIMOINE - Visites guidées reprennent samedi à Figeac (+ de 103 300 vues)
- Dimanche 17-juil. – ACTUALITÉ - Pique de rappel projections monumentales (+ de 86 800 vues)
- Dimanche 3-juil. – ACTUALITÉ - Un mois riche en animation ! Temps forts : Bigflo& Oli, le tour de France etc., newsletter NA (+ de 67 700 vues)
- Mardi 06-déc – NATURE - Ségala, premières gelées (+ de 56 793 vues)

## Instagram – Grand Figeac Tourisme @pays\_de\_figeac\_tourisme

### Le compte

- **181 publications** en 2022 contre 166 en 2021 (on ne souhaite pas en faire davantage pour éviter d'avoir une pression marketing trop importante et dans le but de respecter une démarche RSE).
- **3 210 abonnés.**
- Age de la communauté : principalement **entre 25 et 44 ans**, plutôt les **femmes**.
- **Toulouse et Paris** dans le top des villes qui nous suivent le plus.
- 362 stories postées (contre 134 en 2021)

## Indicateurs clés

- **Portée** : 339 398 personnes touchées par les publications.
- **Impression moyenne** : 659 000 vues sur la globalité des publications.
- **Taux d'engagement moyen** : 7,04%
- **Stories** : + de 64 000 personnes touchées par les stories,
- Sujets variés : les sujets **patrimoine** et **nature** plaisent le plus. Le choix de la première photo et le cadrage influent énormément sur la réussite de la publication.
- **TOP 10 des publications Instagram (basé sur la portée = le nombre de personnes ayant vu la publication ≠ du nombre de vues total)**
  - mardi 06-déc – NATURE - Ségala, premières gelées (15 000 vues)
  - jeudi 24-nov. – PATRIMOINE - Cyril Lignac Tous en Cuisine (11 300 vues)
  - mercredi 21-déc – ACTUALITÉ - Emission Tous en Cuisine (9417 vues)
  - dimanche 13-nov. – NATURE - Publi Cajarç Lever du Soleil (10 600 vues)

- vendredi 23-déc – PATRIMOINE - Focus Cajarc (4 580 vues)
- Dimanche 10-avr. – PATRIMOINE - Visites guidées reprennent samedi à Figeac (3 841 vues)
- Dimanche 20-févr. – ACTUALITÉ - Zoom sur L. Lolmède (3 326 vues)
- Dimanche 23-oct. - BLOG&CO – Best Jobers dans le GF (2932 vues)
- mardi 13-déc – PATRIMOINE - Faycelles (2969 vues)
- dimanche 18-déc – NATURE - Manteau neigeux en GF (3000 vues)

### 3. Conclusion

Sur cette analyse, nous voyons nettement que le travail de contenu et de référencement fonctionne. Le site reste bien visible pour les internautes et les réseaux sociaux prennent une dimension de plus en plus importante. Le sponsoring nous aide à améliorer les statistiques au moment mais aussi sur le long terme. En effet, nous gagnons des « fans » de qualité sur la communauté, ce qui permet d'avoir un engagement naturel sur nos publications non boostées.

Avec le lancement du nouveau site en 2023, nous allons continuer dans cette dynamique : améliorer notre référencement en devenant des experts de notre destination via des contenus de qualité ; permettre une totale immersion dans notre destination via les reportages photos ; améliorer l'expérience utilisateur des locaux et des vacanciers. Les réseaux sociaux vont appuyer ce travail en continuant la promotion de notre destination au fil des saisons avec des liens vers notre site. En route pour cette nouvelle aventure 😊 !

## B – Gestion Relations Clients (GRC)



Cette année encore, nous nous sommes mobilisés collectivement pour mettre en œuvre une dynamique de gestion de la relation client.

### 1. Nos engagements

Pour atteindre cet objectif, nous sommes engagés à :

- Augmenter le fichier prospects et clients
- Qualifier le fichier selon la segmentation décider en commun
- Entretenir la base de données (gestion des NPAI, désabonnement...)
- Déclarer le fichier clients auprès de la CNIL et assurer la gestion du fichier en conformité avec la norme en vigueur.
- Participer au comité de pilotage et comité technique de la GRC
- Respecter le plan d'action collectif (ligne éditoriale, timing des actions, choix du contenu ...)
- Utiliser l'outil de GRC départemental
- Associer l'ensemble des salariés de nos structures
- Suivre le plan de formation mis en place

## 2. Bilan sur la collecte

Nous avons collecté **13.715 prospects** depuis le 01/01/2022.

- Le jeu de Noël mis en place par Lot Tourisme via les réseaux sociaux a permis d'enrichir la base de **3.622 contacts** (75 étaient déjà dans la base).
- Au niveau de la collecte partagée avec le CRTL, **6.660 prospects** ont été récupérés via les 4 jeux saisonniers (coût contact 0,17€).

A noter que l'Office de Tourisme du Grand Figeac s'était positionné sur le jeu concours de l'automne en offrant un lot d'une valeur de 705 euros (prestations offertes dans leur intégralité par nos partenaires). C'est d'ailleurs ce jeu qui a permis de récolter le plus de mails : **2.110 en prospects réels**.

Jeu CRTL	Valeur lot	Nombre prospects récupéré	Dt déjà en base	Prospect réel	Coût Contact/jeu
Hiver	393,5	2071		2071	0,19
Printemps	258	1473	117	1356	0,19
Eté	613	1269	114	1155	0,53
Automne	705	2335	225	2110	0,33
	<b>1969,5</b>	<b>7148</b>	<b>456</b>	<b>6692</b>	
				<b>Prospects réels</b>	<b>Coût contact total</b>
	<b>Après dédoublement</b>			<b>6660</b>	<b>0,30</b>
				<b>dt 240 déjà désinscrits</b>	

## 3. Bilan sur l'animation

### • Les Newsletters

✓ Nous avons à ce jour **53.550 abonnés à la newsletter**.  
47.310 prospects abonnés ont été destinataires de la dernière newsletter de l'année, le 4 décembre 2022. 51.913 prospects ont reçu la newsletter des vœux 2023.

Nous avons **10.425 prospects abonnés à la newsletter en région Occitanie dont 4.082 Lotois**.

- ✓ **17 newsletters ont été envoyées en 2022** via Lot Tourisme, dont au minimum une par mois : 13 newsletters thématiques et 4 globales.

On constate un **très bon taux d'ouverture** : une moyenne à 35 %.

Le **taux de clics moyen est à 6,7 %**.

Le taux de désabonnement est à 0,6 % soit 2065 désabonnements en tout sur 17 envois, soit en moyenne 120 désabonnements par envoi.

35,92 % soit 20134 contacts n'ont ouvert aucun mail.

*(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 %.)*

Aucune action d'épuration du fichier n'a été faite en 2022. Elle sera faite début 2023 après l'envoi des vœux.

### Le Top 3 des newsletters 2022 :

- Le Lot terre d'inspiration (zoom sur l'artiste Laurent Lolmède pour le bloc concernant Figeac)
- Le Lot, le spot où il faut aller randonner... (Zoom vers la grande randonnée et l'itinérance pour OTGF)
- Le voile se lève sur le patrimoine lotois... (Zoom sur Eurêka Figeac ! Champollion 2022 - Les Rencontres Égyptologiques pour OTGF)

Ces newsletters ont été envoyées à des fichiers ciblés de moins de 20 000 prospects.

- Zoom sur l'animation partagée avec le CRTL

En 2022, le CRTL Occitanie a donc proposé un jeu concours par saison en lien avec 9 comités départementaux d'Occitanie dont le Lot. Figeac a donc participé au jeu de l'automne.

Ce jeu a été mis en avant via les réseaux sociaux de Lot Tourisme et de l'Office de Tourisme sous forme de post et de stories. Le jeu a permis de mettre en avant les prestataires ayant offert les lots.

Deux newsletters ciblées ont également été envoyées :

- ✓ Une news Cyclotourisme envoyées à 140.579 prospects
- ✓ Une news Œnotourisme / Gastronomie envoyée à 27.053 personnes.

**Au niveau de la newsletter cyclo** : le taux de réactivité a été plutôt faible (5,5% contre 11% en moyenne sur les 6 derniers mois) => Explication : le thème du cyclotourisme ne concerne pas toute la base contact régionale.

On constate également, que les contenus liés au vélo sportif sont les moins cliqués. La base de données contient peu de cyclistes sportifs. À l'inverse, les contenus en lien avec les balades faciles et familiales sont les plus cliqués.

Concernant la newsletter Œnotourisme / Gastronomie, les résultats de l'emailing régional sont satisfaisants, Son taux d'ouverture et de clics est supérieur à nos moyennes dans les newsletters grâce à un ciblage plus précis.

Les contenus en lien avec la gastronomie sont les plus cliqués.

### • Automation

**21.363 mails automatiques** ont été envoyés du 1er janvier au 31 décembre (19622 sur la même période en 2021).

Pour Figeac, **4.733 mails automatiques** ont été envoyés par l'Office de Tourisme du Grand Figeac avec un taux d'ouverture à 68 %.

On constate donc une hausse globale des envois en automation excepté sur les types inbound (création de contenus thématiques) sur lesquels on constate une légère baisse.

Pour Figeac, une baisse des automatisations « envoi de documentation » est confirmée. Il est donc important de rappeler l'utilité de demander le mail à chaque contact.

## BILAN NEWSLETTER FIGEAC (en orange, le top 3 des newsletters)

DATE ENVOI	SUJETS	SUJETS MIS EN AVANT PAR OTGF	Nbre de destinataires global	Taux d'ouverture de la news	nombre d'emails ouverts	Taux de clics	Nombre de pax	Taux de clics Figeac	Nombre de clics Figeac	Position bloc Figeac dans la News	Désinscription globale	Taux Inactifs
				Emails ouverts / délivrés		nbre de clics sur les liens/ le nbre de mails envoyés						
06/01/2022	🌟 Nous vous souhaitons une année 2022...		40947	37%	15165	5,97	2444,5				317	62,19
01/02/2022	🗨️ Le Lot terre d'inspiration ? Pourquoi ? Pour qui ?	Laurent Lolmède, croqueur du quotidien	17925	40%	7235	13,49	2418,1	1,2%	224	4	68	59,26
03/03/2022	💡 Une super idée pour Pâques...	Zoom Sur la page "Figeac" de Lot Tourisme	15965	35%	5625	5,57%	889,3	3,1%	497	1	49	64,46
04/03/2022	💡 Une super idée pour Pâques...		26850	35%	9271	3,65	980				104	65,08
07/03/2022	🗨️ Préparez-vous pour l'ouverture samedi 📍 cible pêche		1597	31%	501	7	111,8				7	68,19
06/04/2022	👜 Le Lot, le spot où il faut aller randonner...	À vos pieds, des panoramas grandioses	13998	39%	5451	12,62	1766,5	2,8%	397	2	60	59,62
26/04/2022	🕒 Tic tac, pêche aux carnassiers... cible pêche		1648	31%	519	3,46	57				5	68,2
30/04/2022	👍 Top des activités à faire en famille dans le Lot...	L'aventure en famille au coeur du Grand-Figeac	41620	34%	14317	4,2	1748	0,4%	162	2	192	66,73
08/06/2022	🚴♂️ Le Tour de France dans le Lot pour 2 étapes...	S'aventurer sur les sentiers du Grand-Figeac en VTT	20852	39%	8168	5,81	1211,5	0,5%	109	3	129	60,21

01/07/2022	 Festivals et temps forts dans le Lot	Les temps forts de votre été au cœur du Grand-Figeac	45493	34%	15537	6,64	3020,7	0,9%	398	3	197	65,41
28/07/2022	 ♀ Le Lot, terre d'aventures...(fichier loisirs actifs/détente et nature)	Séjours " Aventures et nature " en vallée du Célé	21217	38%	7999	6,68	1417,3	0,7%	143	4	110	61,78
30/08/2022	 Gastronomie et vin deux incontournables du Lot		9858	32%	3163	5,12	504,7				102	66,88
04/09/2022	 Le voile se lève sur le patrimoine lotois...	Eurêka Figeac ! Champollion 2022 - Les Rencontres Égyptologiques	18752	38%	7122	7,36	1380,1	0,8%	145	1	159	61,17
07/10/2022	 Sélection de randonnées en famille ou sportives	Notre top 3 des randos famille	22080	27%	5880	6,01	1327	0,9%	196	4	121	72,82
27/10/2022	 Envie de saveurs, de douceurs et de gourmandises...		9811	30%	2919	4,05	397,3				80	69,43
30/10/2022	 De l'insolite rien que de l'insolite...	Les Veilleurs de Capdenac de Joanne Leighton	18702	35%	6492	6,4	1196,9	1,6%	298	1	103	64,73
04/12/2022	 J-21 avant Noël...	La magie de l'hiver au cœur du Grand Figeac	47310	33%	15582	5,02	2375	0,9%	431	4	262	66,51

## 4. Conclusion

La GRC nous permet de valoriser notre destination et de communiquer avec nos clients actuels. Elle **nous permet de proposer la bonne offre à la bonne personne et d'attirer de nouveaux clients.** Il est important de continuer à donner envie aux clients de venir et surtout de revenir ! Pour cela, les équipes accueil doivent continuer à bien qualifier nos prospects.

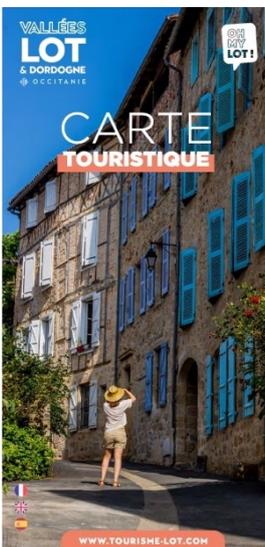
Cette année, les jeux concours mis en place par Lot Tourisme et le CRTL Occitanie (en lien avec les OT) nous ont encore permis d'enrichir notre fichier prospects.

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.

## C – Editions

En 2022, l'Office de Tourisme a réalisé les éditions suivantes :

- **Le Mag**, guide touristique imprimé à **16.000 exemplaires** et traduit en anglais et espagnol
  - Le **plan de ville de Figeac** diffusé à **15.000 exemplaires.**
- Les coûts de notre magazine de destination et du plan de ville sont financés grâce aux encarts publicitaires réservés par nos partenaires.
- Les E-brochures par type d'hébergements, pour les restaurants et pour l'agenda des animations



Brochures réalisées avec nos partenaires :

**Nouveauté 2022** : Afin de mieux informer les habitants et les résidents secondaires sur les services de l'Office de Tourisme et sur les temps forts de notre destination, un **extrait de 8 pages** basé sur notre Mag., imprimé à **22.500 exemplaires**, a été cofinancé par le Grand-Figeac et inséré dans leur magazine diffusé au printemps.

- **Carte touristique du Lot** en partenariat avec Lot Tourisme : **17.760 exemplaires** distribués par nos soins.

La diffusion proposée par Lot Tourisme ayant pris fin en 2022, l'Office de Tourisme a mis en place un important **plan de diffusion** en interne afin de faire parvenir la documentation à nos partenaires avant la saison, ainsi que via la bourse d'échange qui a eu lieu le 6 Avril 2022 au château de Saint Dau. Près de 2.500 mags et près de 8000 cartes touristiques ont été diffusés auprès des professionnels.

## D – Relations Presse

L'année 2022 est un excellent cru en terme d'accueil de journalistes et de retombées presse. La manifestation "Eurêka ! Champollion, Figeac 2022" n'y est pas étrangère.

Elle a bénéficié d'une belle visibilité médiatique avec plus de 150 retombées. Au travers de cette manifestation,, nous avons eu des parutions ou reportages dans la presse généralistes (Aujourd'hui en France, Challenges, France Inter...) mais également dans la presse spécialisée scientifique (Pour la science, Science & Vie...) artistique (L'Oeil, le Quotidien de l'art,...) archéologique (Archéologia,...) historique (Histoire,...) et Touristique (Esprit d'ici...)

Avec l'aide de partenaires comme Lot Tourisme, la Ville de Figeac, le CRTL Occitanie, nous avons organisé **12 accueils presse** parmi lesquels, des titres prestigieux comme le Washington Post, le Monde, le Figaro.

Voici un récapitulatif des accueils et des retombées presse en 2022 pour notre destination.

- du 13/04/2022 au 17/04/2022 : Accueil TourMag - Circuit Vallée du Lot, vallée du Célé
- du 17/05/2022 au 19/05/2022 : Accueil BABEL VOYAGES - Ecotourisme découverte tourisme responsable
- du 03/05/2022 au 04/05/2022 : Accueil The Washington Post Travel - Figeac Champollion - Eureka)
- du 06/05/2022 au 08/05/2022 : Accueil BLOG LOUISE GRENADINE
- du 12/06/2022 au 13/06/2022: Le Monde du Camping Car
- du 7/07/2022 au 8/07/2022: Voyage de Presse Eurêka Champollion 2022 Figeac & Grand Figeac - 5 journalistes présents
- le 20/07/2022 : Magazine Challenges
- le 16/08/2022 : Science et Vie Junior
- du 7/09/2022 au 9/09/2022 : Le Figaro
- du 23/07/2022 au 27/07/2022 : Accueil Le Monde - Vallée du Lot et du Célé
- du 10/09/2022 au 15/09/2022 : Accueil Bestjobs - Activités nature vallée du Lot et du Célé

Articles Parus :

- Mars 2022 Parution Presse écrite : KURIER ROUTEN
- Avril 2022 Parution Presse écrite : FEMME ACTUELLE SÉNIOR
- Mars 2022 Parution Presse écrite : Femme Actuelle Jeux Cocoon
- Mai 2022 Parution Presse écrite : MAXI
- Juin 2022 Parution Blog : Louise Grenadine
- Juillet 2022 Parution Blog : LA BOUGEOTTE FRANÇAISE
- Août 2022 Parution Blog : Les Others
- Août 2022 Parution Blog : Blog Lezbroz
- Juillet 2022 Parution Web : WASHINGTON POST Travel



- Septembre 2022 : Le Monde
- Octobre 2022 : Le Figaro
- Octobre 2022 Parution Blog : Blog BestJobs
- Novembre 2022 Parution Blog : BLOG BABEL VOYAGE

L'hôtel Mercure Viguier du Roy.



## FIGEAC ITINÉRAIRE CHOISI DANS LA VILLE DE CHAMPOLLION

LA CITÉ LOTOISE A VU NAÎTRE JEAN-FRANÇOIS CHAMPOLLION, À L'ORIGINE DU DÉCHIFFREMENT DES HIEROGLYPHES, DONT LA FRANCE CÉLÈBRE LE BICENTENAIRE.



Le château de Cenevières, surplombant le Lot.  
CIVIL, NOUVELLOTT  
TOURISME



## Entre Lot et Célé : et au milieu coulent deux rivières

Une croisière à l'aller, une rando au retour : suivre ces deux cours d'eau, de Cahors à Figeac, est une expérience apaisante, dans un paysage à la nature sauvage

### CARNET DE ROUTE

Notre journaliste a organisé son voyage avec l'aide de Lot Tourisme.

Y ALLER  
En train de Paris, aller simple à partir de 29 €.

SE LOGER  
Le Mas de Redoules, à Saint-Martin-Laboüval.

## E – Agenda Animations

Pour 2022, **1.462 fiches** ont été saisies et modifiées sur Tourinsoft selon les statistiques fournies par DataTourisme concernant notre 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 tout au long de l'année la billetterie de plusieurs évènements : saison culturelle de l'Astrolabe, Fi'jazz, Festival de Théâtre, festival « Autour des Cordes », Africajarc et de quelques animations ponctuelles comme le concert des élèves ('Eureka, le code est à moi ! : 1315 billets émis) pour un total de **3.570 billets vendus**, pour un chiffre d'affaires d'un montant de **55.247 euros**. (40.324 euros en 2021)

La commission s'élève à 1449,96 euros. Pour certaines manifestations, la commission est offerte (intérêt communautaire).

L'Office de Tourisme a également assuré les inscriptions pour des événements gratuits comme les visites lors des Journées Européennes du Patrimoine, les visites du Château Saint Dau, la visite à Assier (Mince mon château),.....

Une bonne reprise après 2 ans de crise sanitaire.

## Pôle Relations socio-pros

### A – Relations avec les socio professionnels

En 2022, nous avons enfin pu relancer les actions qui n'avaient pu avoir lieu depuis 2 ans en raison de la crise sanitaire :



- La **bourse d'échanges** réservée aux prestataires touristiques a eu lieu le mercredi 6 avril après-midi au château de Ceint d'Eau à Figeac. Elle a pour but d'échanger la documentation avec l'Office de Tourisme et les professionnels présents et de favoriser une meilleure connaissance des activités touristiques. Elle a aussi été l'occasion de présenter les temps forts 2022.

- Nous avons également repris la **livraison de la documentation aux professionnels** du territoire, qui était auparavant réalisée par Lot Tourisme, auprès des hôtels, campings, villages vacances, sites de visites & activités de loisirs n'ayant pu participer à la bourse. Ce sont une quarantaine de prestataires qui ont été livrés de la documentation 2022 (Magazines, plans, cartes touristiques du Lot) entre avril et mai

- **L'éductour** permettant de mieux connaître le territoire du Grand Figeac a eu lieu le jeudi 10 novembre 2022 à destination des prestataires touristiques. L'objectif de cette journée est de valoriser les richesses du territoire, de mieux les connaître afin de pouvoir les prescrire aux clients. C'est aussi l'occasion de cultiver le réseau des professionnels, leur permettre de se rencontrer et de favoriser les échanges. Le programme proposé à la quarantaine de participants a permis de découvrir le château de Larnagol, la brasserie KOS et de bénéficier de la visite guidée de la Centrale Hydroélectrique EDF à Cajarc.



Sans oublier toutes les autres actions :

- La **mise à jour régulière de notre base de données touristiques départementales** toute l'année et notamment la collecte de l'information au printemps et à l'automne. L'ensemble des prestataires est sollicité par mail, afin de mettre à jour les périodes d'ouvertures et les tarifs des offres touristiques, au travers d'un questionnaire en ligne ou grâce à l'extranet de la base de données (qui permet aux professionnels de prendre la main sur l'ensemble de leurs informations).
- L'envoi (à l'automne) et le suivi (toute l'année) de nos offres de services avec notamment :
  - les services de visibilité (publication sur le site et sur le Mag, diffusion des dépliants)
  - les encarts pub (sur nos éditions, sur les écrans d'accueil ou sur le site via les morceaux choisis)

- L'engagement avec Lot Tourisme et les Offices de Tourisme du Lot dans une démarche de **Tourisme Durable** sur 3 dimensions :
  - Au niveau de nos propres structures
  - Au niveau de l'accompagnement de nos prestataires
  - Au niveau de la destination lotoise

Pour nous permettre cet accompagnement, le collectif des Offices de Tourisme lotois et l'ADT du Lot ont élaboré une grille de critères qui couvre tous les volets du Tourisme Durable (environnement, économie, social, socioculturel) avec des critères indispensables pour se dire "engagé" dans la démarche et des actions "petits plus" propres à chaque établissement. Son objectif initial est de permettre un état des lieux et un suivi sur le long terme, et, si elle n'a pas pour finalité directe l'attribution d'un label ou d'une marque, elle peut en être une première étape.

Au-delà de l'accompagnement, la grille (complète au niveau des critères indispensables) nous permettra en tant qu'Office de Tourisme de pouvoir valoriser l'engagement et les initiatives de nos socio-professionnels dans le développement durable, la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) et la préservation de l'environnement au travers notamment d'une page dédiée sur notre site internet.

- Le suivi des professionnels marqués Qualité Tourisme à mi-parcours, afin de préparer le renouvellement de la marque. C'est l'occasion de faire un bilan et d'envisager des actions d'amélioration. Ce sont deux professionnels qui ont été accompagnés cette année.
- **L'opération "Miam, un plat Eurêka"** s'est déroulée de juin à octobre 2022 en collaboration avec les restaurateurs du Grand Figeac. Elle a connu un vif succès puisque 32 professionnels ont participé. De nombreux habitants et visiteurs ont pu ainsi déguster les plats concoctés. Lors du bilan de cette opération, les restaurateurs ont été unanimes pour reconduire une action durant l'année 2023 afin de valoriser auprès de nos hôtes et des résidents, les goûts et les saveurs du Grand Figeac.
- La poursuite du 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 21 %** (305.158€) en 2022. Ce résultat s'explique par une augmentation du nombre de nuitées (+4,61% de 2021 à 2022 hors nuitées exonérées), l'accroissement du nombre d'hébergeurs dans la plateforme (+4,22% de 2021 à 2022) et le travail de suivi et de relance intense de Tiphaine Le Bigot, Sabine Fabien et Noémie Rayssac.

## Pôle Ressources

### A – Comptabilité (résultat provisoire)

Côté recettes, la collecte de la Taxe de Séjour et les ressources propres ont augmenté. Le résultat d'exploitation prévisionnel s'élèverait à 56.613,71 €, l'excédent antérieur reporté à 250.452,38 €. Ainsi le résultat d'exploitation cumulé prévisionnel serait de 307.066,09 €.

Charges d'exploitations	Rappel BP 2022	Compte administratif provisoire 2022
Charges à caractère général	207 766 €	168 061.89 €
Charges de Personnel	573 300 €	533 139.88 €
Dotation aux amortissements	16 967.32 €	16 967.32 €
Charges exceptionnelles	136 328.29 €	66 €
Opérations d'ordre de transfert entre sections	21 000 €	0 €
<b>TOTAL</b>	<b>955 361.61 €</b>	<b>718 035.09 €</b>

Recettes d'exploitations	Rappel BP 2022	Compte administratif provisoire 2022
Atténuations de charges	2 500 €	4 676.23 €
Produits des services	66 320 €	77 909.55 €
Dotation	373 638 €	373 638 €
Taxe de séjour	250 000 €	305 158.03 €
Mécénat	6 700 €	6 821 €
Produits exceptionnels	0 €	694.76 €
Amortissement quote part subvention	5 751.23 €	5751.23 €
<b>TOTAL</b>	<b>704 909.23 €</b>	<b>774 648.80</b>

## B – Social

L'équipe de l'Office de Tourisme a renoué avec les **Eductours internes** pour aller à la rencontre de nos partenaires, les 9 mars et 24 novembre.

Une formation collective sur le thème : « Mieux vendre par le conseil, » a été suivie en mars 2022 par l'ensemble du personnel. Les très bons résultats de la boutique montrent que cette formation a porté ses fruits !

Magali Dominguez a réintégré l'équipe en février, à mi-temps dans un premier temps, puis à plein temps à partir de mi-septembre.

Le nombre de saisonnier(e)s est resté stable : 4 personnes embauchées à Figeac, 2 à Cajarc, 1 à Capdenac Le Haut, Lacapelle Marival et Marcilhac sur Célé.

En raison d'un surcroît d'activité lié à la migration du site internet, Benjamin Basseur a été recruté en CDD de novembre 2022 à mi-mars 2023 pour permettre à Nathalie Andrieu d'aider Laetitia Berton sur ce dossier.

## C – Marque Qualité Tourisme

L'Office de Tourisme est marqué Qualité Tourisme. Le prochain audit aura lieu en 2026. Afin de maintenir le niveau d'exigence qualité entre deux audits, l'Office de Tourisme participe à l'opération « tests mystères / écoute client » du réseau des Offices de Tourisme Occitanie engagés dans Qualité Tourisme.

Nous avons donc réalisé **des audits blancs** croisés avec d'autres Office de Tourisme d'Occitanie et participé aux différentes restitutions dans un but d'échange et de partage.

Nous renouvellerons l'opération en 2023 avec en plus des tests mystères effectués par des étudiants en Master d'écoles de Tourisme.

Nous avons participé aussi en octobre à l'audit blanc de l'Office de Tourisme de Gourdon en tant qu'auditeurs avec les autres Offices de Tourisme du Lot et l'ADT du Lot.

## D – Vie statutaire

L'Office de Tourisme a réuni le Comité de Direction à 3 reprises en 2022, des réunions délocalisées sur le Grand Figeac : Lacapelle-Marival, Assier et Espagnac Sainte Eulalie

## E – Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)

Répondre aux enjeux du développement durable est une nécessité à la fois pour la planète et pour notre destination. La saison 2022, avec ses canicules et sa sécheresse, a plus que jamais démontré cet impératif

Depuis 2020, l'Office de Tourisme du Grand Figeac est engagé dans une **démarche RSE** (Responsabilité Sociétale des Entreprises), en collaboration avec l'Agence de Développement Touristique du Lot et les autres Offices de Tourisme du département. Notre but : travailler ensemble pour la construction d'un tourisme plus durable

Plusieurs actions ont été menées en 2022, en conformité avec notre plan d'action :

### EN COLLECTIF

- **Lancement d'une nouvelle offre de services** : les Offices de Tourisme du Lot et l'Agence de Développement touristique du Lot proposent un accompagnement et des conseils aux prestataires dans leur démarche vers la transition (voir également chapitre « Relations avec les socioprofessionnels »)

- Les Offices de Tourisme et Lot Tourisme ont également monté un **groupement d'achat** afin d'encourager les achats éco-responsables pour nos fournitures de bureau. Notre office de tourisme a ainsi pu bénéficier de ce groupement notamment pour l'achat du papier recyclé. Nous souhaitons néanmoins privilégier nos partenaires locaux pour une partie importante de nos achats.

### EN INTERNE :

- Une démarche pour **réduire notre consommation d'énergie** dans le bâtiment de l'Hôtel de la Monnaie a été mise en place en 2021. La consommation est suivie de près et communiquée à toute l'équipe, afin de pouvoir ajuster nos comportements et pratiques si nécessaire. Nous sommes en attente des dernières factures 2022 afin de pouvoir établir le bilan.

- Des « **Quart-heures verts** » sont programmés lors de nos réunions d'équipe, afin de discuter ensemble de bonnes pratiques et actualités liées à la RSE. (Pollution numérique, réduction de la consommation de papier, mobilité douce...)

- Avec la **migration de notre site internet**, prévue au printemps 2023, plusieurs choix ont été fait pour contribuer à la réduction de la pollution numérique :

- Nous avons changé de prestataire web et travaillons avec Raccourci Agency. Ce dernier a développé un CMS Wordpress Woody spécialement conçu pour le tourisme. Nous sommes accompagnés pour optimiser l'expérience utilisateur donc améliorer l'arborescence et le référencement pour limiter le nombre de clics et ainsi les sollicitations des serveurs.
- Le travail sur l'ambiance graphique est également réfléchi pour **limiter l'impact environnemental**. Il n'y aura plus de vidéos et les photos seront redimensionnées pour alléger le site. Les couleurs seront limitées et un travail sur l'immersion par le podcast, plutôt que la vidéo, est en cours.
- Le site sera **hébergé en France** par l'entreprise éco-responsable OVH, qui s'engage entre autres à réduire la quantité d'électricité nécessaire au fonctionnement de ses centres de serveurs.
- Les personnes en charge du site internet et des réseaux sociaux vont suivre les **formations** suivantes : "La communication responsable et la pollution numérique : comment réduire l'impact de mon activité numérique et favoriser l'écologie numérique" ainsi que "Animation et optimisation des RS/ Gestion de sa visibilité sur les réseaux sociaux et du temps passé dans une approche qui se veut la plus responsable possible".



- La **boutique** de l'Office de Tourisme du Grand Figeac a renforcé sa démarche pour mettre en valeur les **produits en circuit court**. Une partie a été aménagée pour mieux présenter les produits locaux. Des nouveaux produits (alimentation, artisanat) ont également été ajoutés.



L'objectif de notre office de tourisme est une **démarche RSE intégrée** à tous les niveaux et toutes les activités de la structure. Autant que les grandes actions, il s'agit des gestes, habitudes et engagements au quotidien.

## F – Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)

Depuis décembre 2020, l'Office de Tourisme du Grand Figeac s'attache à mettre en œuvre le Règlement Général sur la Protection des Données. Ce travail est mené par la Référente RGPD Brigitte Billiet avec l'aide du Délégué à la Protection des Données du Centre de Gestion du Lot.

L'Office de Tourisme du Grand Figeac établit, documente, met en place une politique de gestion des données à caractère personnel. Cette politique décrit les mesures techniques et organisationnelles et a pour objectif de permettre de respecter les exigences du RGPD et de pouvoir le démontrer en cas de contrôle de la CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés).

Toutes les actions, documents de référence, procédures, registre de traitement etc. sont renseignés et enregistrés dans MADIS, un logiciel adapté au RGPD

Actions 2022 :

- Un recensement des sous-traitants gérant des données à caractère personnel a été effectué.
- Afin de protéger les données à caractère personnel, les actions de protection suivantes ont été mises en place :
  - Acquisition d'un antivirus professionnel
  - Mise en place d'une session par ordinateur avec verrouillage automatique de session programmé
  - Mise en place d'un mot de passe de navigateur Internet
- Gestion des mots de passe protégés dans un coffre-fort numérique
- Un tableau déterminant les durées de conservation à respecter pour chaque traitement a été créé
- Des procédures ont été rédigées :
  - Procédure d'utilisation d'un mot de passe principal (protection navigateur Internet)
  - Procédure d'installation du coffre-fort numérique sur PC et Mac
  - Procédure d'utilisation du coffre-fort numérique (gestionnaire de mots de passe)
  - Procédure de modification d'un mot de passe (liée au coffre-fort numérique)
  - Procédure de suivi des mises à jour des mots de passe
  - Procédure de modification d'un mot de passe boîtes mails
  - Procédure de suivi des inventaires (parc informatique)

Ce programme concerne tous les services et évolue grâce à l'implication de chaque membre de l'équipe.

