

Mercredi 25 Octobre 2023 à 17h30

Salle de réunion, gare de Figeac

Compte Rendu

Membres présents : Mr ARDRE Marc, Mr BALDY Guillaume, Mr BATHEROSSE Guy, Mr BORZO Jacques, Mr BURG Didier, Mr CAUDRON Christian, Mr CAVARROC Michel, Mme CHASSAIN Michèle, Mme DE MEDEIROS Régine, Mr DU FAYET DE LA TOUR Sébastien, Mr GOUGET Alain, Mme LAVERGNE Eliane, Mme MURAT DE MONTAI Marianne, Mr NORMAND Benoit, Mme OHL Sylvie, Mme GAZAL Hélène, Mr LAZARUS Ken, Mr PONS Olivier, Mr VEAUX Jean Christophe, Mr KURZAWINSKY Aymeric, Mme MASBOU Nathalie, Mr LACOUT Guy, Mr LANDREIN Philippe, Mme LEVASSEUR Sabine, Mme PICARD Sophie, Mr GRIFFOUL Jean Louis, Mr GAVARRET Jean-Pierre.

Membres excusés : Mme BENET-BAGREAUX Martine, Mme DELBOS Virginie, Mr DURAND Jeremy, Mr HUG Maxime, Mr LABARTHE Vincent, Mme LACIPIERE Hélène, Mme LUIS Marta, Mr NAYRAC Jean-Luc, Mme PINTON Valérie

Agents présents : Mme BEAUPUY Isabelle, Mme CLARY Isabelle, Mr KOVACIC Pierre

Secrétaire de séance : Mme CHASSAIN Michèle

Ordre du jour :

- Bilan saison de l'Office de tourisme
- Délibération tarifs boutique
- Délibération tarifs gamme de services
- Délibération modification sous régie de Capdenac Le Haut article 5, modes de recouvrement : ajout cartes bancaires
- Questions diverses

Le quorum étant atteint, Benoit NORMAND ouvre la séance en remerciant les membres présents. Il invite le Comité de direction à approuver le procès-verbal de la séance du 15 mars 2023. Ce dernier est approuvé à l'unanimité.

Il en profite pour saluer et présenter les nouveaux venus au Comité de Direction en l'occurrence : Hélène GAZAL et Jean-Christophe VEAUX

↑) Bilan de saison :

Gabriel FABLET de Lot Tourisme présente les chiffres et les données marquantes de la saison sur notre destination. Il fait ensuite un focus sur l'itinérance sur les GR qui ont battu des records de fréquentation cette année. ([cf Powerpoint ci-joint](#))

Il ressort sur l'itinérance une capacité insuffisante d'offres hébergements dans la Vallée du Célé.

Isabelle CLARY présente le bilan de l'Office de Tourisme ([cf le Powerpoint de présentation](#))

Accueil

Les 6 bureaux d'accueil ont été ouverts en saison. 8 saisonniers ont été recrutés (1 de moins qu'en 2022 car les bureaux de Lacapelle-Marival, Capdenac-Gare et Cajarc ont ouvert plus tardivement : mai pour Cajarc, juin pour Lacapelle et Capdenac Gare.

L'équipe de saisonniers présente en 2022 est revenue en 2023. Isabelle CLARY en profite pour remercier toute l'équipe pour leur travail et leur investissement

Pour 2024, cela sera plus compliqué puisqu'un seul saisonnier est sûr de revenir. Nous allons devoir recruter.

Slide n°6 : Après un début de saison plutôt prometteur avec les week-ends prolongés du mois de mai, le mois de juin, la saison a finalement eu du mal à démarrer.

On retrouve les chiffres de 2019 sur les 1^{er} mois de la saison. Les visiteurs ne sont arrivés qu'à partir du 20 juillet. Le mois d'août a été impacté par la canicule. Le mois de septembre a été stable par rapport à l'an dernier.

Le nombre de contacts est stable par rapport à 2022 +5% depuis le début de l'année soit + 1600 contacts

Il est de -10% par rapport à 2019. Ce chiffre est à relativiser car les périodes et horaires d'ouverture ont évolué pour différentes raisons : changement de comportement, rationalisation des coûts, moins de saisonniers embauchés, embauche plus courte, réduction des ouvertures du dimanche...

En terme de visiteurs, la fréquentation baisse mais le nombre de contacts restent plus ou moins stable. En effet avec moins de visiteurs, nous arrivons à mieux capter la clientèle et la conseiller.

Au vu des chiffres de flux vision, on peut constater que les visiteurs étaient bien présents sur le territoire mais fréquentent moins les bureaux d'accueil car ils obtiennent les informations via d'autres canaux.

Slide n°7 : Le graphique montre le nombre de contacts par jour. Les courbes sont presque similaires d'une année sur l'autre avec les pics des week ends de mai, les pics du mois d'août et des journées du patrimoine ; en léger décalé pour les ponts de mai (selon les années)

Le pic en 2023 a été le jeudi 3 août avec 488 contacts sur l'ensemble des bureaux (dont 309 à Figeac), pour rappel en 2022 c'était le 18 août avec 460 contacts (en 2019, le 19 août avec 498 contacts).

Les chiffres de flux vision indiquent une autre date :

Le pic est le samedi 12 août avec 19.031 excursionnistes et avec 18.058 nuitées.

Slide n°8 : En amont de leur séjour, les visiteurs contactent l'Office de Tourisme pour recevoir des informations : au vu du graphique, on peut remarquer que l'on retrouve le niveau de 2019 après les années de hausse post Covid.

Entre janvier à septembre 2023, l'Office a reçu 1487 demandes d'informations contre 1294 en 2019 et 2006 en 2022.

Le téléphone est le 1^{er} moyen utilisé pour solliciter les conseillères en séjour après le site internet. De plus tous les appels n'engendrent pas systématiquement un envoi d'informations.

L'équipe envoie les informations par mail pour éviter les frais d'affranchissement et pour qualifier la base de données. En effet grâce à ces informations, des newsletters départementales thématiques sont envoyés à ces prospects.

Sur la période janvier-septembre, l'Office de Tourisme a reçu plus 13.000 appels (demandes informations, réservations billetterie,...).

Ensuite viennent le web formulaire et les mails directs : cela représente presque 37% des demandes d'informations. Le courrier tend à disparaître. Le tchat n'engendre que rarement des réponses via la GRC. Malheureusement nous n'avons de stats sur le nombre de tchat réalisés (à cause de la RGPD) mais nous sommes régulièrement sollicités via le tchat pour des questions précises.

Ce travail en back office est très important et sur certaines périodes l'équipe est plus sollicitée sur de l'accueil à distance que sur l'accueil en vis à vis. Ces demandes nécessitent du temps et la connaissance de l'offre car ce sont des réponses personnalisées avec des liens vers les offres (prestataires, animations, fiches randos,...).

Slide n°9 : La clientèle est à 87 % française et cette année la part de la clientèle étrangère représente 13% (12% en 2022).

Le top 3 de la clientèle étrangère :

Belgique : 21 %

Angleterre: 15%

Pays Bas- : 13% puis Allemagne (12% et Espagne 9%)

Comme en 2022 sauf que les Pays Bas sont passés devant l'Allemagne

On notera également le retour des destinations lointaines avec le retour de clientèle du Canada, des Etats Unis, d'Australie et même Japon

Le top 3 des régions idem en 2022 :

Occitanie, 34% avec une majorité de Lotois (54%) et d'aveyronnais (14%) puis Haute Garonne (10%)

Ile de France 12%

Nouvelle Aquitaine 11%

Slide n°10 : Lors du bilan de saison avec l'équipe, il est ressorti que les contacts ont été globalement bons. Les clients sont demandeurs de conseils. Les demandes sont ciblées et parfois longues. On a pu noter des changements de comportements dus :

- Au pouvoir d'achat (réflexions avant l'achat de billets, excursions sur un rayon maxi de 40/50 km),
- A la canicule (après midi désertique). Il sera nécessaire de travailler sur des procédures en cas de canicule pour modifier les horaires et permettre aux équipes de travailler dans de bonnes conditions.

Les principales demandes :

- Visites de villes et villages, sites à visiter (demandes dans un rayon de 40/50 km pour certains)
- Randonnées, points de baignade en milieu naturel, activités nature mais manque de randonnées familiales autour de Cajarc
- Marchés, gastronomie, producteurs (visites de fermes)
- Circuits vélo et pistes cyclables, location de vélos (de nombreuses demandes), carte V86 appréciée mais pas suffisante, manque d'offres de circuits plus longs avec VAE
- Les animations de l'été
- Demandes pour les transports (ligne Lio)
- Demandes sur le chemin de St Jacques (transports, hébergements, infos pratiques.....)

Les marcheurs :

Les chemins St Jacques ont connu cette année un bel engouement : 3659 marcheurs sont passés dans les bureaux de l'Office de Tourisme pour obtenir des informations, faire tamponner la crédenciale (3153 en 2022) soit une augmentation de 16%

Au 1er semestre, 9.400 passages ont été enregistrés sur le GR 65 à l'entrée du département (source Lot Tourisme) soit une augmentation de 40% par rapport à 2022 et 75% par rapport à 2019

Les variantes du GR6 et du GR 651 connaissent également un beau succès avec 4700 passages à Gramat et 7100 passages sur le GR 651 (Brengues)

Promotion

Slide n°11 : Le nouveau site internet a été mis en ligne mi mai. Les retours de nos prestataires, des visiteurs et de l'équipe sont bons. Lors de l'audit client-mystère réalisé en aout, il a été noté que le site était agréable et dynamique, bien référencé, avec la réservation en ligne, la valorisation de la boutique, des prestataires.

Il est difficile de faire une comparaison sur les statistiques car l'outil a été modifié : nous utilisons Matomo (plus éthique et plus respectueux des données personnelles).

Il en ressort :

-4% de visites, - 20% de pages de vues : lors d'un lancement d'un nouveau site les statistiques sont souvent en baisse.

(en 2023 : 114.038 visites / 268.909 pages vues // 2022 : 230.653 visites – 619669 pages vues)

Pour une utilisation optimale de ce nouvel outil, une formation est nécessaire.

Voici le top 5 des pages :

- Page d'accueil
- L'agenda
- Les villes et villages
- Circuits de randonnées
- Sites à visiter

Slide n°12 : La promotion est également faite via les réseaux sociaux. Nous pouvons nous réjouir que le nombre de fans augmente que ce soit sur Facebook (+4%) ou sur Instagram (+14%). Laetitia et Nathalie sont très actives et publient régulièrement ; les stories fonctionnent très bien. Des publications sont parfois boostées (sponsorisées) pour augmenter la visibilité et l'engagement notamment avant les vacances, lors d'évènements importants, Les publications ont été vues par de nombreuses personnes.... 660.000 comptes Facebook !

Nathalie MASBOU insiste sur le fait d'encore plus s'appuyer sur le Parc Naturel Régional des Causses du Quercy en tant que destination touristique.

Accueil des journalistes :

Pierre KOVACIC présente cette partie. (slide n°13)

Même si l'impact médiatique a été en 2023 moindre qu'en 2022 du fait des 200 ans du déchiffrement des hiéroglyphes par Champollion, nous pouvons nous réjouir d'avoir toujours « bonne presse ».

Grâce au partenariat avec Lot Tourisme et le CRTL Occitanie, nous avons assuré en 2023, 12 accueils de journalistes et influenceurs dont 2 espagnols, 1 du Royaume-Uni et 1 des Pays-Bas. Les thématiques principales sont l'itinérance sous toutes ses formes (pédestre, à vélo, à moto, en voiture...), la gastronomie, le patrimoine et l'art de vivre.

En ce qui concerne les retombées, nous avons bénéficié de 12 parutions parmi lesquelles 20mn ; National Géographique ; Itinera Magica, France 2.

Nouveauté 2023, la participation en partenariat avec l'Office de Tourisme Cahors Vallée du Lot, à une émission tourisme d'une heure sur Sud Radio « La France à Découvrir » présenté par Christophe JICKEL. Elle a été diffusée le 11 juin.

Activités commerciales

(slide n°14 -15)

Le chiffre d'affaires est stable par rapport à 2022 (+3%) avec des disparités selon les catégories

Boutique

La boutique a bien fonctionné avec un chiffre d'affaires en augmentation de 20% par rapport à 2022 qui s'élève à 33.935 €.

Depuis ces deux dernières années, l'Office de Tourisme propose des produits locaux comme l'huile de noix de Chloé, le vin de la Vinadie, les biscuits de Sophie, (alimentaire + 73%) les savons de Cardaillac et de Pech blanc (savons + 416%) et bien sûr le safran (+11%) mais aussi des produits souvenirs comme les magnets, les mugs (+63%)

Magali DOMINGUEZ a repris le dossier de la boutique

Eliane LAVERGNE souligne la présence de l'Espace France Services à Latronquièrre sur lequel nous devrions plus nous appuyer pour vendre nos offres. Comme nous sommes en EPIC, nous ne pouvons pas légalement le faire.

Visites guidées individuels

Le chiffre d'affaires a progressé de 35,74% soit 13.866,20 € dont 3523€ réalisée en ligne (500 billets), une nouveauté en 2023 qui a trouvé son public.

Au total 1.903 personnes (+15%) ont participé aux visites organisées en partenariat avec le service du patrimoine. Les visites générales proposées le matin ont eu un franc succès (+45%) Les visites nocturnes sont toujours appréciées. Elles ont été doublées (mercredi et vendredi) et ont progressé de +34%. Les visites nocturnes contées dans les villages plaisent toujours autant. Seule une visite a été annulée à cause de l'alerte aux orages.

Des visites d'entreprises ont également été proposées : Raynal et Roquelaure, Moulin de Vitrac et Centrale hydroélectrique à Cajarc qui plaisent également.

Animations enfants

+26,38% de chiffres d'affaires soit 1485 € dont 170€ en ligne.

Les animations du patrimoine ont accueilli 134 enfants (95 en 2022) et les ateliers pêche 70 enfants (62 en 2022)

Ventes au comptoir

- 23,13% de chiffres d'affaires

11409 € CA (14842 € en 2022)

Cette opération est toujours appréciée par les clients. Cette année, le choix a été fait de ne plus proposer les activités de pleine nature. En effet, les retombées étaient faibles

Si on regarde uniquement les ventes des sites de visites, on notera une baisse de 7% par rapport à 2022 : 11409€ CA en 2023 et 12260€ en 2022.

Nouveauté : les Grottes de Presque, la ferme des Cazalous, la Jumenterie de Pech Blanc, château de Cenevières, de Larnagol.

Le top 5 des ventes :

Grottes de Foissac (380), château de Lacapelle (314), la Commanderie des templiers (147) , château de Larroque Toirac (143), Phosphatières de Bach (88) suivi de la balade de Mons (86)

La vente en ligne a été mise en place avec le nouveau site internet et a remporté un franc succès : plus de 500 billets achetés soit 173 actes d'achat et un chiffre d'affaires près de 3700 euros.

Les achats ont lieu tout au long de journée et le soir entre 20h et 24h, 29 actes et 11 actes entre 5h et 9h du matin

Petit train

- 13% de chiffres d'affaires

21.903 € (25.166€ en 2022) 4.299 visiteurs contre 4808 en 2022.

Groupes

L'activité groupes se porte bien et est en augmentation

Sur l'année 2023, nous allons accueillir 123 groupes et l'année n'est pas terminée. (128 en 2022).

Les principales visites sont celles de Figeac en petit train ou à pied. Nous proposons également des visites de villages comme Capdenac le Haut (12 visites), Assier et son château (4), grâce à la convention signée avec le Centre des Monuments Nationaux ainsi que Cardaillac.

De plus nous avons également signé une convention avec le musée Champollion pour assurer la réservation des 2 visites (ville et musée): 12 visites et ainsi le client n'a qu'un seul interlocuteur (6 en 2022)

L'immatriculation Atout France permet de proposer des journées packagées pour les groupes. Elle se développe petit à petit. 10 contrats ont été signés (4 en 2022)

En 2022, l'Office de Tourisme a reversé un peu plus de 6500 euros aux prestataires. A ce jour, pour 2023 le montant est 10689 euros et il reste 2 journées à venir en novembre. La plupart des journées se déroule sur Figeac avec la visite de la ville, du musée et un déjeuner.

L'Office de Tourisme travaille également avec les Offices de Tourisme de Cahors et de Rocamadour dans le cadre de notre adhésion au club Groupes d'ADN Tourisme et fait partie du collectif des réceptifs lotois qui met en place des opérations pour relancer la clientèle groupes.

Un eductour avec une 10 d'agences de voyages aura lieu à Figeac mi-novembre. En 2024, les Rendez Vous en France auront lieu à Toulouse et des eductours pour les TO internationaux seront proposés : 3 passeront sur le Grand Figeac

Recettes publicitaires

10 Morceaux choisis ont été réalisées cette saison pour mettre en avant des prestataires, cela représente 1500 euros.

Les encarts pub sur les écrans d'accueil peinent à décoller : seulement 6 cette saison soit 965 € généré.

23 encarts pub dans le Mag soit 14.350 euros ainsi que les encarts dans les plans de Figeac et de Lacapelle soit un total d'environ 25000 € qui est au niveau des participations des professionnels pour bénéficier de la visibilité sur nos supports arrêtée en 2021.

Pour les écrans TV, il est proposé de faire une communication spécifique en avant saison en direction notamment des organisateurs de festivals.

2°) Délibération tarifs boutique :

Cette délibération est présentée par **Benoit NORMAND**.

Vue la délibération du Grand Figeac du 27 mars 2018 portant sur la création de l'EPIC et approbation de ses statuts ;

Vu l'article 2 desdits statuts prévoyant son objet et la possibilité pour lui d'agir sur la vente de prestations de service (billetterie) et de produits, types produits boutique ou produits du terroir ;

Considérant la nécessité pour l'Office de Tourisme d'améliorer sa part d'autofinancement en proposant à la vente des produits boutique, produits touristiques et prestations de service ;

Considérant la nécessaire réactivité de l'Office de Tourisme pour mettre en marché dans les plus brefs délais ;

Il est proposé au comité de direction :

D'approuver la liste des [tarifs produits boutique annexée](#) applicable à partir du 25 octobre 2023.

Ces nouveaux tarifs sont adoptés à l'unanimité des membres présents.

3°) Délibération tarifs gamme de services :

La commission de travail « Communication » s'est réunie le 11 octobre dernier.

L'objectif était de réfléchir ensemble, après 2 années de recul, à l'évolution de nos offres de services notamment celles à caractère publicitaire. Il est rappelé que depuis 2021, la gratuité pour la visibilité des prestataires du Grand Figeac a été votée. Il a fallu trouver d'autres recettes pour compenser ce manque à gagner.

Les pistes d'amélioration pour 2023 sont présentées par **Michelle CHASSAIN** Après en avoir débattu,

Il est proposé au comité de direction :

D'approuver [les tarifs annexés gamme de services](#) pour les professionnels du Grand Figeac et hors Grand Figeac et les tarifs publicitaires 2023. Ces tarifs sont approuvés à l'unanimité des membres présents.

4°) Délibération modification sous régie de Capdenac Le Haut article 5, modes de recouvrement : ajout cartes bancaires :

C'est Régine DE MEDEIROS qui présente cette délibération. L'Office de Tourisme souhaite équiper le bureau de Capdenac-le-Haut d'un terminal bancaire.

Il est proposé l'avenant suivant :

L'article 5 est modifié :

Les recettes désignées à l'article 5 sont encaissées par caisse électronique selon les modes de recouvrement suivants :

- Espèces,
- Chèques bancaires ou postaux,
- Chèques vacances,
- Cartes bancaires,

Il est proposé au comité de direction d'approuver approuver cet avenant et d'autoriser le président à modifier par avenant l'arrêté de création de la sous- régie de recettes produits boutique et prestations de service du bureau d'information de Capdenac. Celui-ci est approuvé à l'unanimité des membres présents.

4°) Questions diverses :

Philippe LANDREIN demande où nous en sommes concernant le Schéma de Développement Touristique.

Benoit NORMAND indique qu'un appel d'offres a été lancé dans le cadre d'un marché public pour l'accompagnement par un cabinet spécialisé.

L'ensemble des points de l'ordre du jour ayant été traité, **Benoit NORMAND** remercie les membres du Comité de Direction et clôture la séance à 19h30.