

**GRAND  
FIGEAC**

*Vallées du Lot et du Célé*

**TOURISME**

**OFFICE DE TOURISME DU GRAND FIGEAC**

*Vallées du Lot et du Célé*

**RAPPORT D'ACTIVITÉS  
OFFICE DE TOURISME - 2025**



**GRAND  
FIGEAC** terre d'avenir



## Les Chiffres Clés

P.3 - 4

## Axe 1 - Accueil

P.5 - 10

Fréquentation - Demandes Infos  
Origines clientèles - Marcheurs  
Les BIT : Figeac - Cajarc- Capdenac- Gare - Capdenac-le-Haut Lacapelle-Marival - Marcilhac-sur-Célé  
Zoom saisonnier

## Axe 1 - Accueil - Commercialisation

P.11 - 13

Boutique - Ventes au comptoir  
Visites guidées - Animations enfants - Lou Fijagol  
Groupes - Séjours packagés

## Axe 1 - Accueil - Services aux habitants

P.14

Agenda - Billetterie manifestations

## Axe 2 - Relations Socio Pros

P.15 - 19

Base de Données (SIT) - Diffusion de la Doc - Gamme des services- Newsletter - Enquête de conjoncture  
Conférences - Groupe de travail  
Accompagnement - Qualification labels  
Les Nouveaux  
Le Terroir dans l'Assiette

## Axe 3 - Promotion

P.20 - 25

Site web  
Réseaux sociaux  
Encarts Pub - Editions  
Gestion Relation Clients  
Presse

## Axe 4 - Ressources

P.26 - 27

Budget - Partenariat  
Groupe local Qualité  
Social

## Axe 5 - Office durable et solidaire

P.28 - 29

Solidarité  
Qualité de vie et conditions de travail  
Responsabilité Sociale des Entreprises

## Vie de l'Office

P.30 - 31

Comité de Direction  
La stratégie  
Comité Social et Economique  
Vie de l'Office

## OFFICE DE TOURISME - 2025

6 Bureaux d'accueil - 11 permanents - 9 saisonniers



127.512  
VISITEURS  
146.280 EN 2024



32.379  
CONTACTS  
34684 EN 2024



1.897  
DEMANDES  
D'INFOS\*  
1.919 EN 2024



14.333  
APPELS  
15.872 EN 2024



AVIS CLIENT  
8,9/10

\*Origines demandes : 1.020 téléphones, 861 mails et web formulaires, 13 courriers, 3 réseaux sociaux



### PROMO

14.000 EXEMPLAIRES "LE MAG"

14.000 PLANS DE FIGEAC

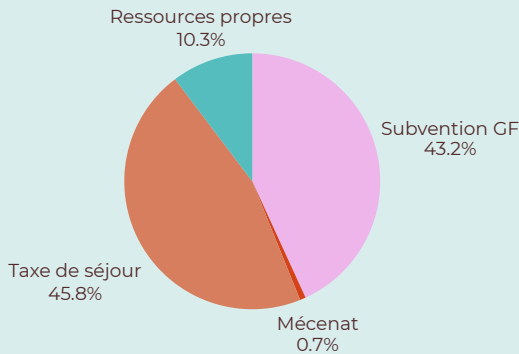


1 MORCEAU CHOISI  
8 ECRANS D'ACCUEIL (STRUCTURES)  
SOIT 16 CRÉNEAUX RÉSERVÉS  
29 ENCARTS PUB EDITIONS  
RECETTES PUBLICITAIRES : 16.569€ HT



10 JOURNALISTES  
INFLUENCEURS ACCUEILLIS

### BUDGET 2025



SUBVENTION GRAND FIGEAC : 385.438 €  
TAXE DE SEJOUR : 409.020 €  
RESSOURCES PROPRES : 92.021 €  
MECENAT : 6.556 €  
TOTAL RECETTES : 893.035 €

### ACTIVITÉS COMMERCIALES



#### CA GÉNÉRÉS POUR L'OT



BOUTIQUE  
32.378 € HT

110 VISITES GROUPES  
10.738 € HT

1.758 VISITEURS  
INDIV.  
11.619 € HT



COMMISSIONS  
SPECTACLES/COMMERCIAL  
4.722 € HT

#### CA GÉNÉRÉS POUR TIERS

CA VENTES AU COMPTOIR  
5.668€

CA BILLETTERIE  
32.588€

19 BILLETTERIES

11 PRESTATAIRES

9 CONTRATS JOURNÉES  
CA 17.906 €

### RESEAUX SOCIAUX



10.791 FANS



7.400 ABONNES



321 ABONNES

### WEB

300.000 SESSIONS

+ DE 651.000 PAGES VUES



1.284 ANIMATIONS  
SAISIES (AGENDA)

### RELATIONS PROS



1.972 OFFRES (PRESTATIONS)  
DONT 1.052 HÉBERGEMENTS

ACCOMPAGNEMENT PROS QUALIF/LABEL :  
6 STRUCTURES

TERROIR DANS L'ASSIETTE :  
17 PRESTATAIRES



BOURSE ÉCHANGE :  
76 STRUCTURES



EDUCTOUR :  
32 STRUCTURES (40 PERS.)

LIVRAISON DOC :  
43 STRUCTURES

2 CONFÉRENCES (40 PERS.)

SERVICES VISIBILITÉ : 6.308 € HT

# GRAND-FIGEAC



92 COMMUNES (LOTOISES ET AVEYRONNAISES)



45.261 HABITANTS



43.268 ENTRÉES AU MUSÉE CHAMPOLLION (2025)



2 VALLÉES :  
VALLÉE DU LOT ET  
VALLEE DU CÉLÉ



PLUS BEAUX VILLAGES  
DE FRANCE (2025) :  
CAPDENAC-LE-HAUT  
CARDAILLAC

## LABELS



2024



## ACTIVITÉS PLEINE NATURE



CANOË  
ESCALADE  
SPÉLÉO  
CHEVAL



ASTRONOMIE : TRIANGLE NOIR  
PECHE  
VELO



12 CIRCUITS "UNE CARTE, UN VILLAGE"  
ESPACE TRAIL EN COURS



MARQUE QUALITÉ  
TOURISME - 2024



OFFICE DE TOURISME  
CATEGORIE 1



ACCUEIL  
VELO

## HÉBERGEMENTS



1,52 MILLIONS  
DE NUITÉES MARCHANDES ET  
NON MARCHANDES

40% EN JUILLET ET AOUT  
60 % SUR LE RESTE DE L'ANNÉE



32.100 LITS TOURISTIQUES  
(CHIFFRES 2020)  
DONT 10.125 LITS  
MARCHANDS



1 - OCCITANIE  
2 - ILE-DE-FRANCE  
3 - NOUVELLE-AQUITAINE

80 % FRANÇAIS - 20% ETRANGERS



1 - ROYAUME-UNI  
2 - BELGIQUE  
3 - PAYS-BAS

Chiffres 2025: Lot Tourisme : Flux Vision Tourisme



## MARCHEURS/PÈLERINS 2025

20.200 MARCHEURS  
SUR GR65 (ECO COMPTEUR À FELZINS)



700 KMS DE CHEMINS  
BALISÉS :  
69 CIRCUITS PETITES  
RANDONNÉES  
18 CIRCUITS VTT

12.200 MARCHEURS  
SUR GR651 (ECO COMPTEUR À BRENGUES)

8.500 MARCHEURS  
SUR GR6 (ECO COMPTEUR À GRAMAT)



5.413 PASSAGES  
PELERINS À L'OT

**GRAND**  
**FIGEAC** terre  
d'avenir

## Fréquentation



127.512  
**VISITEURS**  
 146.280 EN 2024  
 -12.83%



32.379  
**CONTACTS**  
 34.684 EN 2024  
 -6.65%

Pic de fréquentation : 6 août 2025 :  
 440 contacts

(14 août 2024 = 414 contacts)

Flux Vision : le 15 août 2025 :  
 15.125 nuitées

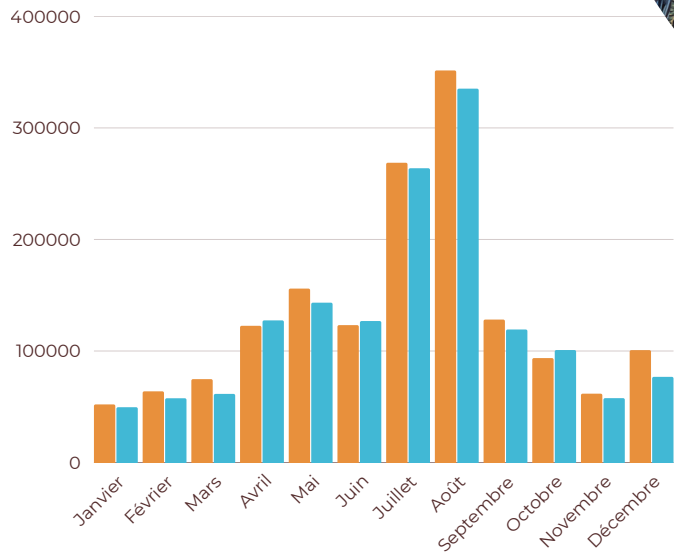
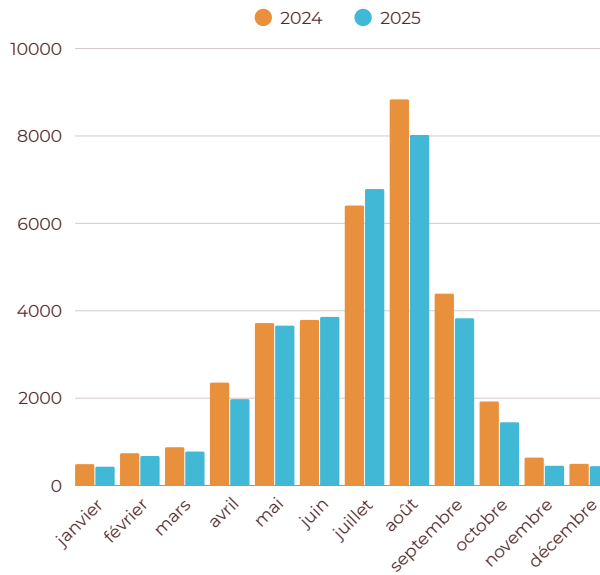
(le 16 août 2024 : 15.345 nuitées)



Le bilan de saison est contrasté avec un bon 1er semestre et un fin de saison plus calme. Le contexte national et international ainsi que la météo sont des facteurs qui influencent nos visiteurs (arbitrage, annulations dues aux alertes météo,...)

Nombre de nuitées 2024 - 2025 :  
 chiffres Flux Vision Tourisme Orange

Nombre de contacts comptoir 2024 - 2025



## Demandes Infos



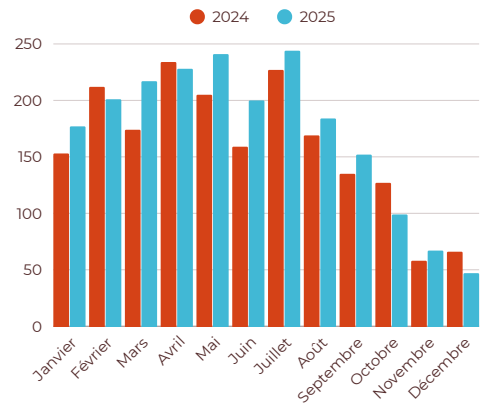
Les demandes prennent + de temps et les réponses sont de + en + personnalisées. Le téléphone reste le 1er mode de contacts pour les demandes d'informations (51%). Les envois de mail représentent 70% des modes de réponse.



1.897  
**DEMANDES D'INFOS\***  
 1.919 EN 2024



14.333  
**APPELS**  
 15.872 EN 2024

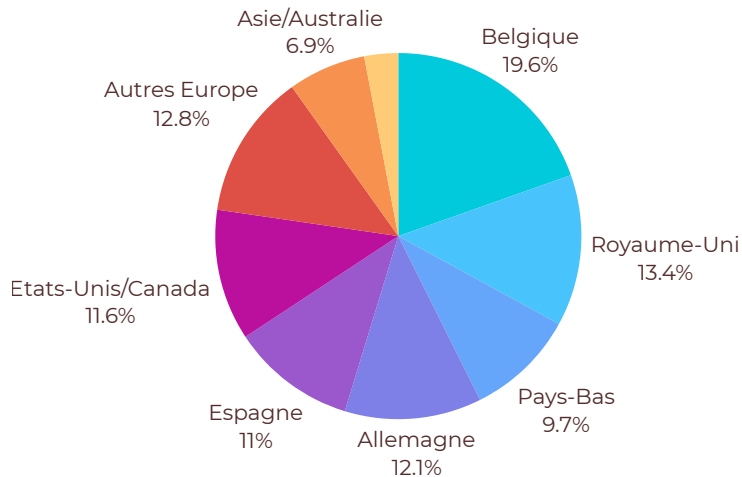


Nombre de demandes d'informations



Les demandes au téléphone et au comptoir, concernent les visites, les animations, l'itinérance, activités de pleine nature, gastronomie, baignades,.....

## Origines clientèles



88% de clientèle française / 12 % de clientèle étrangère



Le Top 5 des départements :

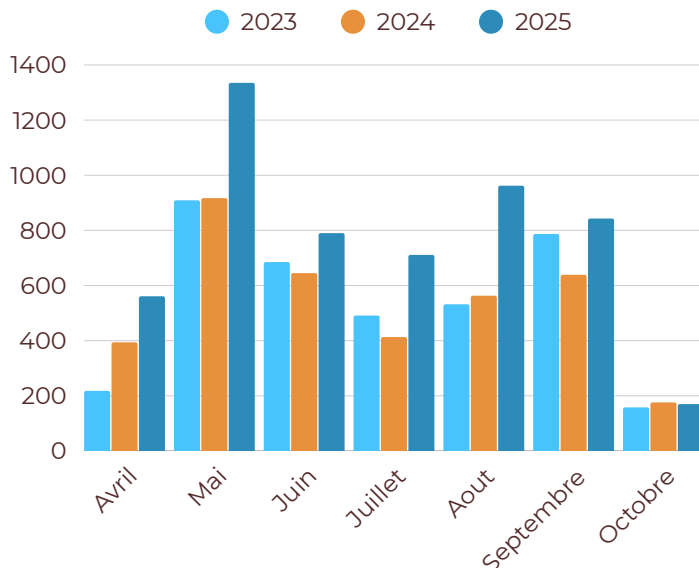
1. Lot
2. Aveyron
3. Haute-Garonne
4. Paris
5. Loire-Atlantique

**EXPERT**



Tendances 2025 : plutôt stable ; Royaume-Uni et Pays Bas en baisse

## Marcheurs



Nombre de marcheurs passés dans les BIT



5.413 PASSAGES  
 PÈLERINS À L'OT  
 20.000 PASSAGES EN AMONT DE FIGEAC

**EXPERT**



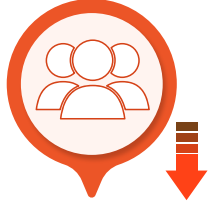
Questions : hébergements, tampon sur la crédencial, choix du GR,....

# AXE 1 - ACCUEIL

## Figeac



3 PERMANENTS +  
3 SAISONNIERS



99.292 VISITEURS  
112.596 EN 2024



22.713 CONTACTS  
24.941 EN 2024



13.505 APPELS  
14.847 EN 2024



OUVERT À  
L'ANNÉE



3.356 PASSAGES  
PÈLERINS  
2.907 EN 2024



88% de clientèle française  
12 % de clientèle étrangère



1 Belgique - 2 Angleterre - 3 Espagne



1 Lot - 2 Haute-Garonne - 3 Paris



BOUTIQUE : 28.253.07 €  
ANIMATIONS/VISITES : 11.655.15 €  
VENTES AU COMPTOIR : 2.361 €  
CLÉS DE FIGEAC : 1.803€

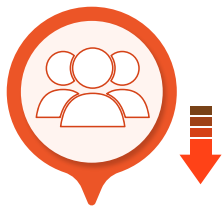


8 VISITES NOCTURNES  
78 VISITES DE FIGEAC  
7 ANNULATIONS DUES CANICULE ET ORAGE

## Cajarc



3 SAISONNIERS



16.283 VISITEURS  
20.451 EN 2024



4.858 CONTACTS  
6.272 EN 2024



551 APPELS  
688 EN 2024



OUVERT  
MAI -  
SEPTEMBRE



1681 PASSAGES  
PÈLERINS  
707 EN 2024



88% de clientèle française  
12% de clientèle étrangère



1 Belgique - 2 Allemagne - 3 Angleterre



1 Lot - 2 - Aveyron - 3 Haute-Garonne



BOUTIQUE : 6.360 €  
ANIMATIONS/VISITES : 852 €  
VENTES AU COMPTOIR : 883 €



2 VISITES NOCTURNES CONTÉES (84 PERS.)  
3 VISITES DE LA CENTRALE HYDROELECTRIQUE (38 PERS.)  
3 ATELIERS PÊCHE (30 ENFANTS)

# AXE 1 - ACCUEIL

## Capdenac-Gare



1 SAISONNIER



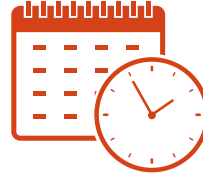
1.840  
VISITEURS  
2.242 EN 2024



436  
CONTACTS  
631 EN 2024



41  
APPELS  
113 EN 2024



OUVERT MI-JUIN  
- MI-SEPTEMBRE



BOUTIQUE : 191 €  
ANIMATIONS/VISITES : 92 €  
VENTES AU COMPTOIR : 76.50 €

92% de clientèle française  
8 % de clientèle étrangère



1 Allemagne - 2 Espagne - 3 Angleterre



1 Aveyron - 2 Lot - 3 Ile et Villaine



7 VISITES ENTREPRISE R&R (79 PERS.)  
1 VISITE NOCTURNE CHANTÉE (60 PERS.)



## Capdenac-le-Haut



1 SAISONNIER



4.299  
VISITEURS  
6.350 EN 2024



1.962  
CONTACTS  
1.184 EN 2024



44  
APPELS  
74 EN 2024



OUVERT  
MI-MAI -  
MI-SEPTEMBRE



BOUTIQUE : 687 €  
ANIMATIONS/VISITES : 29 €  
VENTES AU COMPTOIR : 146 €  
DONJON : 3.116 € (1723 BILLETS)

90% de clientèle française  
10 % de clientèle étrangère



1 Belgique - 2 Espagne - 3 Pays Bas



1 Lot - 2 Aveyron - 3 Loire-Atlantique



1 VISITE NOCTURNE CONTÉE (54 PERS.)



## Lacapelle-Marival



1 PERMANENT



3.465  
VISITEURS  
3.168 EN 2024



1.292  
CONTACTS  
1.242 EN 2024



153  
APPELS  
139 EN 2024



OUVERT  
MI-JUIN -  
MI-SEPTEMBRE

changement de jour d'ouverture :  
ouvert samedi au lieu du lundi  
(comme le château)



206 PASSAGES  
PÈLERINS  
174 EN 2024

91% de clientèle française  
9 % de clientèle étrangère



BOUTIQUE : 845 €  
ANIMATIONS/VISITES : 301 €  
VENTES AU COMPTOIR : 2.201 € DONT  
2.120 BILLETS VISITES CHÂTEAU



1 Pays Bas - 2 Belgique - 3 Angleterre



1 Lot - 2 Paris - 3 Haute-Garonne



4 ATELIERS PÊCHE (35 ENFANTS)

## Marcilhac-sur-Célé



1 SAISONNIER



2.333  
VISITEURS  
1.473 EN 2024



1.118  
CONTACTS  
414 EN 2024



39  
APPELS  
11 EN 2024



OUVERT  
JUILLET -  
MI-SEPTEMBRE



170 PASSAGES  
PÈLERINS  
14 EN 2024

88% de clientèle française  
12 % de clientèle étrangère



BOUTIQUE : 429 €



1 Belgique- 2 Angleterre - 3 Allemagne



1 Lot - 2 Paris - 3 Haute-Garonne

Fréquentation en hausse :  
meilleure saisie des statistiques

# AXE 1 - ACCUEIL ZOOM SAISONNIER

*Bilan de saison 2025- retour questionnaire saisonniers*

## UNE SAISON RÉUSSIE !

17 MEMBRES D'ÉQUIPE CONSULTÉS

SAISON DÉCRITE COMME :

POSITIVE • INTENSE • ENRICHISSANTE • HUMAINE

## NOS FORCES

### ACCUEIL EXEMPLAIRE

8,7 / 10

Visiteurs agréables et curieux  
Échanges de qualité  
Forte satisfaction professionnelle

### ORGANISATION SOLIDE EN INTERNE

4,7 À 4,8 / 5

Planning efficace  
Bonne coordination des bureaux  
Intégration réussie des saisonniers  
Suivi et accompagnement appréciés  
UNE ÉQUIPE SOUDÉE ET ENGAGÉE

## POINTS DE VIGILANCE IDENTIFIÉS PAR LES ÉQUIPES D'ACCUEIL DURANT LA SAISON DIFFICULTÉS DE RÉPONDRE AUX DEMANDES

### OFFRE VÉLO

- ⚠ Manque d'itinéraires sécurisés
- ⚠ Absence de carte vélo dédiée
- ⚠ Attente fortes des visiteurs

### FAMILLES

- ⚠ Animations enfants insuffisantes
- ⚠ Manque d'activités structurantes

### MOBILITÉS

- ⚠ Accès difficile sans voiture
- ⚠ Vallée du Célé peu desservie
- ⚠ Logistique pèlerins complexe

### BAIGNADE

- ⚠ Forte demande en été
- ⚠ Peu de sites accessibles

## POINTS DE VIGILANCE ORGANISATION INTERNE

Mieux former les saisonniers à  
la gestion des conflits  
L'itinérance  
La régie  
Les FMA

# AXE 1 - ACCUEIL COMMERCIALISATION

## Boutique



CA  
 BOUTIQUE  
 +10 %  
 (2025 VS 2024)



CA TOTAL  
 BOUTIQUE :  
 32.578 € HT



MARGE : 14.000 € HT  
 SOIT TAUX DE MARGE DE 44.2%



Top 3 (valeur) : crédencials, médailles de Paris, magnets multivues

Top 3 (quantité) : cartes postales, sucettes, fiches randos

Panier moyen produits boutique : 6,45 €

## Nouveautés 2025

Mise en place d'une commission boutique



Constats suivants :

- panier moyen : 6,45 €,
- taux de marge : 44,2 %,
- 20 % des produits génèrent 80 % du chiffre d'affaires,
- offre trop dense et visibilité perfectible.



Orientations 2026 :

- rationalisation de l'offre,
- liquidation ou arrêt des produits peu performants,
- structuration de la boutique autour de produits identitaires, utiles et durables,
- clarification du discours de vente commun aux équipes.



## Ventes au comptoir



12 PARTENAIRES



1.030 BILLETS  
 VENDUS



CA : 5.668 €

Certains partenaires accordent des avantages client allant de 0.40 cts à 1 €

**EXPERT**

Activité en baisse. Les visiteurs sont moins intéressés malgré l'avantage client : ils ne souhaitent pas s'engager sur une date.



REVERSEMENT  
 PRESTAS : 5.081 €



COMMISSION OT :  
 587 € HT

## Visites guidées



1.758 VISITEURS  
-8%  
(2024 VS 2025)



106 VISITES  
7 ANNULATIONS   
17,75 PERS/ VISITE EN  
MOYENNE



CA TOTAL :  
11.619 € HT



Top 3 : visite générale de Figeac, nocturnes de Figeac, nocturnes contées villages

11 visites d'entreprises : Raynal et Roquelaure, Centrale  
Hydroélectrique de Cajarc



2 visites du château de Beduer



**EXPERT**

Activité en lien avec la météo.  
Annulations de visites à cause des  
alertes orages ou canicule



**Vente en ligne animations enfants et  
visites guidées : +7 %**

690 billets vendus représente 33% des  
billets vendus

## Animations enfants



7 ATELIERS PECHE  
65 ENFANTS



24 ATELIERS  
PATRIMOINE  
171 ENFANTS



## Lou Fijagol



4.067 VISITEURS  
-16% DE VISITEURS  
(2024 VS 2025)



CA : 24.818 €



COMMISSION OT :  
2.481 €



# AXE 1 - ACCUEIL COMMERCIALISATION

## Groupes



110 GROUPES  
 117 EN 2024  
 2.592 PARTICIPANTS



46 VISITES DE FIGEAC  
 9 VISITES ENTREPRISE R&R  
 22 VISITES AVEC LE FIJAGOL  
 16 VISITES VILLAGES  
 CAPDENAC LE HAUT (4), CARDAILLAC (2), ASSIER (5),  
 MARCILHAC (2) CAJARC (1), LARNAGOL(1) ET FONS (1)  
 17 VISITES DU CHATEAU DE BEDUER



CA : 10.758 € HT  
 FIJAGOL : 4.074€



**EXPERT**

Légère baisse du nombre de groupes en particulier au mois de mai (-44%).  
 Nouveauté : organisation d'une visite en anglais du château de Beduer toutes les semaines (juin-octobre) pour les résidentes

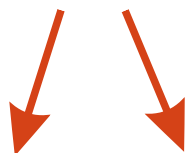
## Séjours packagés



8 CONTRATS (7  
 JOURNÉES ET 1  
 SÉJOUR)  
 18 EN 2024



CA : 21.419.44 €



REVERSEMENT  
 PRESTAS : 17.906 €

COMMISSION OT :  
 2.927 € HT

## Actions 2025

Participation au Workshop Destination Occitanie en mars à Toulouse (collectif réceptifs)

Adhésion Club "destination Groupes" ADN

Actions collectives menées dans le cadre du club "Destination Groupes ADN Tourisme avec OT Cahors, OT Vallée de la Dordogne

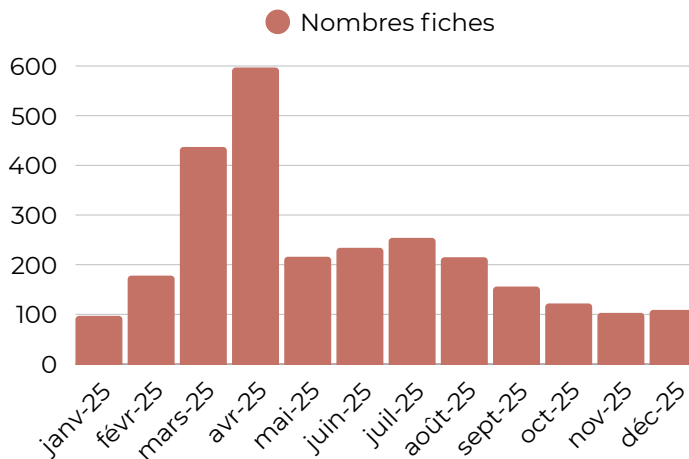


**EXPERT**

Les clients recherchent la sécurité pour organiser leurs excursions et font appel à notre connaissance du territoire et des prestataires.

## Saisie animations

1.284 ANIMATIONS SAISIES  
 (AGENDA) 1.373 EN 2024



## Billetterie manifestations



19 PARTENAIRES  
 1.967 TICKETS EMIS  
 (3.889 TICKETS EN 2024)



CA 32.588 €



COMMISSION OT  
 1.207,75€HT



671 TICKETS POUR DES CONCERTS



En 2025, renégociation de la commission billetterie : +10 % pour toutes les billetteries

677 TICKETS POUR DU THEATRE



355 TICKETS POUR LA SAISON CULTURELLE



**EXPERT**

Baisse du nombre de billets vendus car l'achat des billets en ligne est privilégié.

364 TICKETS POUR GRAINES DE MOUTARDS



132 TICKETS POUR CHATEAU ASSIER ET JEP

121 TICKETS POUR DIVERSES ANIMATIONS



## Base de données Système d'information touristique

1.972 OFFRES (PRESTATIONS)  
 DONT + 1.052 HÉBERGEMENTS

**EXPERT**



La base SIT n'est pas un formulaire administratif. C'est votre vitrine numérique collective. Si elle est bien remplie, vous êtes visible partout.

## Diffusion de la doc - réseau

BOURSE ÉCHANGE  
 76 STRUCTURES / 105 PERSONNES

DIFFUSION DOC  
 43 STRUCTURES



parfait !

SUPER ORGANISATION COMME TOUJOURS; PLUS DE PARTICIPANTS =EXCELLENT

Ambiance cordiale et votre équipe s'est montrée à l'écoute

Salle grande qui se prête bien à ce type d'échange

L'équipe de l'OT est toujours très sympathique, disponible et à l'écoute

## Gamme de services - visibilité

105 PARTENAIRES EN DÉPÔT DE DOC EN 2025  
 ET 40 PARTENAIRES HORS GRAND FIGEAC



SERVICES VISIBILITÉ :  
 6.308 € HT

## Newsletter

4 NEWSLETTER PRO

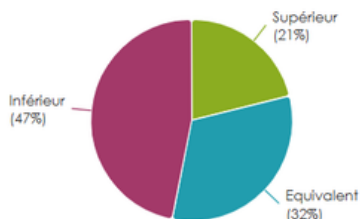


Le Fonds OCC'GENE en Occitanie



## Enquêtes de conjoncture pro - 143 réponses

Comment jugez-vous votre fréquentation par rapport au mois de - de l'année dernière ?



“ Clientèle pèlerins extrêmement instables,, reserve, annule à la dernière minute.



“ vu la conjoncture actuelle du pouvoir d'achat et de la canicule, je pense que nous ne nous sortons pas trop mal, bien sûr les provisions futures restent optimistes. à nous d'aller chercher pour 2026 notre clientèle en parcourant des salons touristes.

“ Beaucoup d'annulations de clientèle Française pour raisons financières (malgré acomptes perçus), augmentation nette de clientèle Espagnole

15”

## Conférences

### IA et tourisme : comprendre, expérimenter, agir

L'intelligence artificielle soulève autant d'opportunités que de questions. L'intervention de Vincent Vandeveldre a offert un éclairage clair, accessible et pragmatique sur :

- les usages concrets de l'IA générative dans les métiers du tourisme ;
- des démonstrations en direct : rédaction de prompt
- les limites, biais et bonnes pratiques ;
- la complémentarité entre compétences humaines et outils numériques.



#### RÉACTION DES PARTICIPANTS

Alexandra Delbos – directrice des cars Delbos : « ça me fait peur mais bien utilisé, on le voit tous les jours au sein de l'entreprise, le gain de temps est indéniable ! »

Myriam Calmejan My pause Nature : « Il faut le prendre comme un outil de travail ni plus ni moins »

Sophie Rigolle du village de gîtes la grange du Héron : « je me souviens, il y a 10 ans lors du passage aux réservations le ligne, c'était une révolution, nous avions peur de perdre le contact client. Ici c'est pareil, cela fait peur mais il ne faut pas rester sur le bord du chemin, il faut tester ! »



### LOI LE MEUR

Cette rencontre visait à apporter des clés de compréhension concrètes sur un cadre réglementaire en forte évolution, en particulier pour les hébergeurs touristiques. Au cours de son intervention, Maître Gosseume a dressé un panorama complet du régime juridique général des meublés de tourisme : obligations déclaratives, changement d'usage, fiscalité et cotisations sociales, DPE, urbanisme et sécurité, régime des sanctions.

La conférence a également mis l'accent sur les nouveautés introduites par la Loi Le Meur, et les décrets à paraître, qui visent à renforcer les outils de régulation des meublés de tourisme à l'échelle locale.



« le métier évolue rapidement et qu'il est essentiel de rester informés », saluant le rôle de l'Office de Tourisme dans l'accompagnement des professionnels.

D'autres participants ont exprimé leurs préoccupations face à la multiplication des normes et réglementations, perçues comme un facteur de complexité croissante dans l'exercice de leur activité.

## Groupe de travail qualité de destination - chemin



### Sécurité et dignité des visiteurs Soutenir les professionnels engagés



Pistes d'actions identifiées et partagées



- Coopération institutionnelle (Préfecture / Gendarmerie / mairies / O
- Communication & prévention dans les établissements
- Benchmark et inspiration externe sur les bonnes pratiques
- Sensibilisation des publics en amont
- Formations

## Accompagnement - Qualifications Labels

AUDITS  
2025

3 CHAMBRES D'HOTES, CHAMBRE D'HÔTE RÉFÉRENCE  
2 GITES D'ÉTAPE RÉSEAU RANDO ACCUEIL  
1 CAMPING ACCUEIL PECHE



PARTENARIAT CLEF VERTE AVEC LOT TOURISME

### EDUCTOUR INTERNE "LE LABEL DANS LA POCHE" EN PARTENARIAT AVEC LOT TOURISME

Une journée a permis de découvrir quatre démarches emblématiques :

- Marque Valeurs Parc, portée par le PNR des Causses du Quercy,
- Label Tourisme Zéro Déchet, animé par le SYDED du Lot,
- Label Clé Verte, promu par Lot Tourisme,
- Label Destination d'Excellence, présenté par le CRTL Occitanie.

### Visites et témoignages de prestataires engagés

- Espagnac-Sainte-Eulalie - présentation des démarches engagées sur la commune, notamment les gîtes communaux labellisés Valeurs Parc.
- Pont d'Or, établissement engagé dans la démarche Clé Verte,
- Camping La Devèze, labellisé Tourisme Zéro Déchet,
- Les enclos secrets, Labelisés Destination d'Excellence,
- Château d'Assier, site emblématique du territoire.



Malgré une météo épouvantable, journée intéressante.

Cette journée m'a fait prendre conscience de l'importance symbolique de valoriser auprès des institutions nos actions en faveur de l'environnement.

En revanche, les échanges ont confirmé la moindre motivation d'un grand nombre de touristes confrontés à la réalité des efforts nécessités pour l'environnement.

Le travail de sensibilisation est important.

Les labels ne sont pas suffisants, il faut les accompagner d'outils de sensibilisation.

Oui, interventions et visites intéressantes

Riche en informations

C'était très instructif et complet. Organisation au top ! même si la pluie et le manque de luminosité ne nous ont pas permis de profiter pleinement des visites, l'intention était là !

Ça a rendu la visite du château d'Assier plus intime 🌧️👍🌧️.



## *Nouveaux dans la base de données !*

173 nouvelles fiches saisies :

- 3 activités Pleine Nature
- 14 restaurants
- 21 producteurs
- 46 commerces, artisans
- 1 camping
- 87 hébergements locatifs
- 1 village vacances



### Inaugurations



*espace bien être  
CapFrance Terrou*



*Bovilla*



*Altéria*



## Rencontre entre producteurs et restaurateurs/hébergeurs

le 14/04/25 à la salle des fêtes de Cajarc

- 14 stands de producteurs
- 22 structures présentes sur l'après-midi (18 hébergeurs et 4 restaurateurs)

## 17 signataires de la charte d'engagement

- 8 restaurants et 1 traiteur
- 5 chambres d'hôtes
- 1 camping et 2 villages vacances

### PRESSE

L'office de tourisme du Grand Figeac table sur "le Terroir dans l'assiette", une initiative locale qui cultive la relation directe entre producteurs et restaurateurs

### SITE WEB DE L'OFFICE



#### SAVOUREZ LE TERROIR DANS L'ASSIETTE

À Figeac et dans tout le Grand-Figeac, les richesses de notre terroir ne sont pas qu'une promesse : elles se retrouvent dans vos assiettes ! Grâce au concept « Le Terroir dans l'assiette », vivez une expérience culinaire authentique, où les produits fermiers locaux sont cuisinés par des chefs passionnés. En choisissant les restaurants et hébergeurs partenaires de l'opération, vous favorisez une agriculture locale en circuit court et soutenez les producteurs du territoire. Découvrez le goût du terroir et régaliez-vous en découvrant les saveurs uniques du Lot.



#### Le Terroir dans l'Assiette, C'EST QUOI ?

C'est un engagement simple et concret : créer un lien direct entre les producteurs locaux et les restaurateurs et hébergeurs du Grand-Figeac. L'Office de Tourisme, avec un réseau de professionnels compétents, propose et sélectionne pour que vous puissiez déguster des produits de qualité, tout en soutenant les fermiers et les artisans qui travaillent sur le territoire.

Sur le même sujet

Publié le 08/10/2025 à 19:01

Gastronomie et terroir, Restaurants



Lancé il y a trois ans, le concept "le Terroir dans l'assiette" par l'office de tourisme du Grand Figeac table sur les circuits et les produits de qualité pour valoriser les menus proposés aux chambres d'hôtes et restaurants partenaires. Sur le territoire trentaine de maisons jouent le jeu et misent plus que jamais

#### Rencontre avec UN PRODUCTEUR

Située à deux pas de Figeac, au cœur de la campagne lotaise, la ferme Les Cabannes de Balgaque est une belle aventure familiale portée par Fabrice et Stéphanie, deux jeunes passionnés, après une reconversion professionnelle, et les plus choux de valeur à l'assiette : élevés dans des champs naturels dans le respect de la nature et du bien-être animal.

• Notre troupeau de chèvres est au cœur de notre activité : conforté avec votre lait, les animaux évoluent en plein air, pâturant librement dans les prés et les bois, profitant des richesses de l'environnement local. Il y a également quelques vaches et cochons.

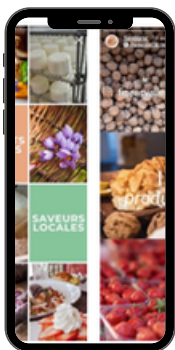
À la ferme, tout est fait maison, avec patience et savoir-faire.

- Fromages de chèvre fermiers, affinés avec soin
- Cakes fraiches artisanales
- Yaourts et fromage blanc et Skyr

Informez et découvrez maintenant nos multiples artisanats.



## REPORTAGE PHOTOS DU PRODUCTEUR À L'ASSIETTE



### RÉSEAUX SOCIAUX

En "une" sur Instagram mise en avant des prestataires signataires de la charte

### CRÉATION DE SUPPORTS POUR PARTENAIRES



## LABELLISATION NATIONALE DANS LE CADRE DU PROJET ALIMENTAIRE DE TERRITOIRE DU GRAND FIGEAC



# GRAND FIGEAC AXE 3 - PROMOTION

Vallees du Lot et du Célé

TOURISME

## Création de pages

### Site web



300.000 visites  
+ de 657.000 pages vues



2 min 26  
en moyenne  
sur le site



23.116  
téléchargements



23 pages créées :

- 8 sur patrimoine
- 3 sur nature et paysages,
- 2 sur les activités de pleine nature
- 2 sur les expériences
- 5 sur le terroir
- 2 sur les infos pratiques

TOP 10

### Classement des pages (hors page d'accueil)

- Tout l'agenda
- Balades et randos
- Sites à visiter
- Villes et villages aux allures médiévales
- Les variantes Gr651 et Gr6
- Billetterie
- Figeac, RDV en terres médiévales
- Baignades et plans d'eau
- Campings
- Secrète vallée du Célé



### Top 3 pays % de visites / pays

- France 91%
- Belgique 1.5%
- États-Unis 1%

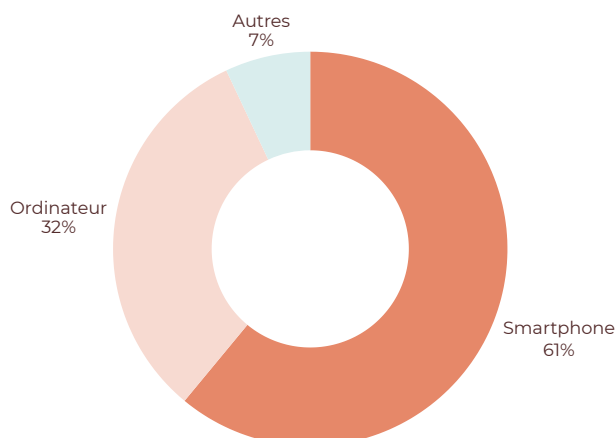
### Top 3 régions FR

- Occitanie
- Île-de-France
- Auvergne-Rhône- Alpes

**EXPERT**

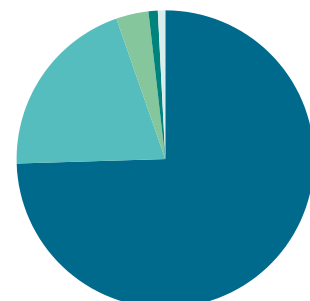
Créer des contenus expérientiels de qualité est un enjeu majeur pour optimiser le référencement naturel (SEO)

### Périphériques



### Canaux

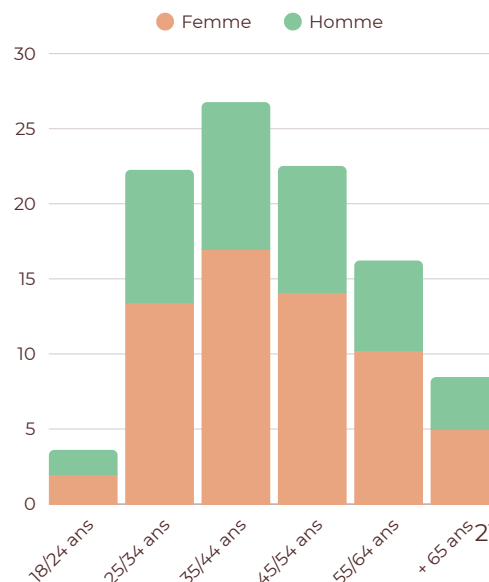
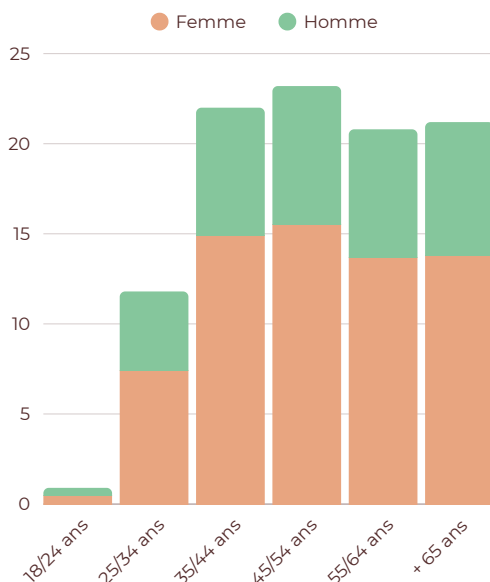
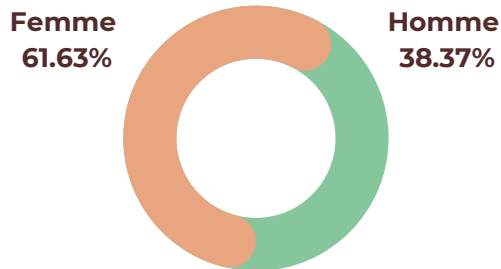
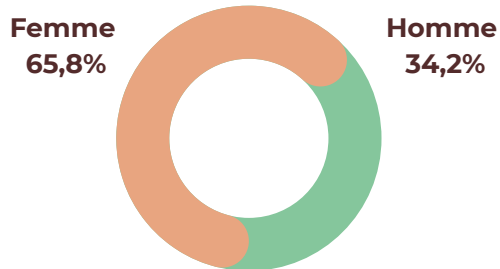
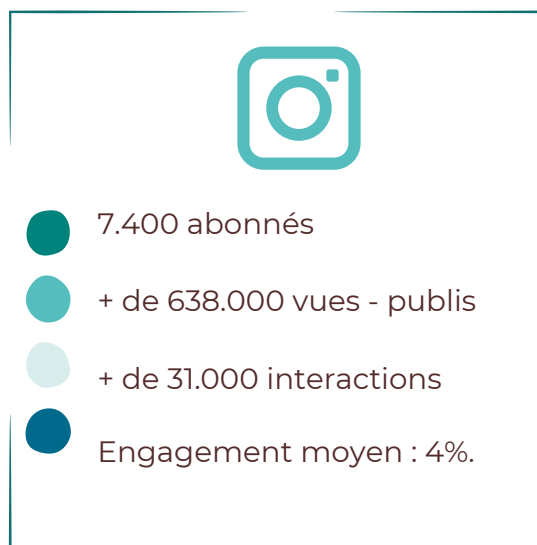
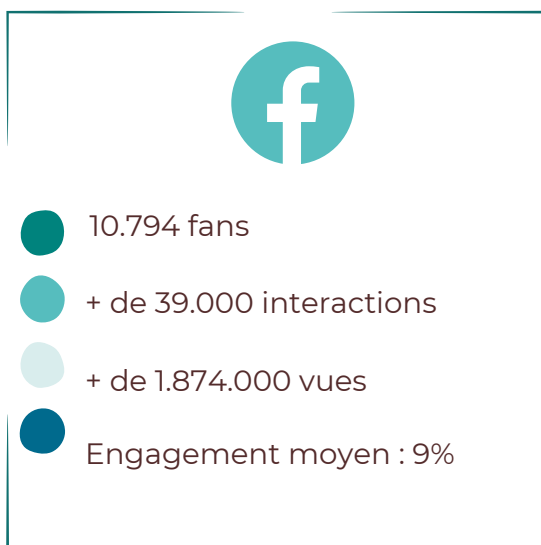
- Moteurs de recherche 76%
- Entrée direct 18%
- Sites web 4%
- Réseaux sociaux 2%
- Campagnes 1%



## Réseaux sociaux



161 publications  
 1.711 stories (+68%)



# GRAND FIGEAC AXE 3 - PROMOTION

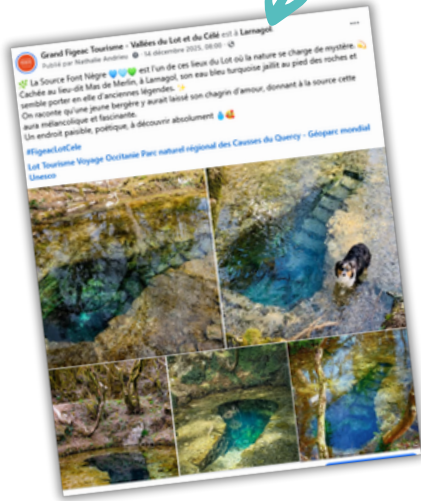
Vallées du Lot et du Célé

TOURISME

## Réseaux sociaux

TOP

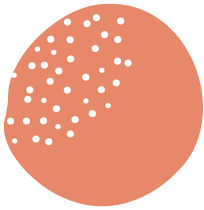
#PUBLI



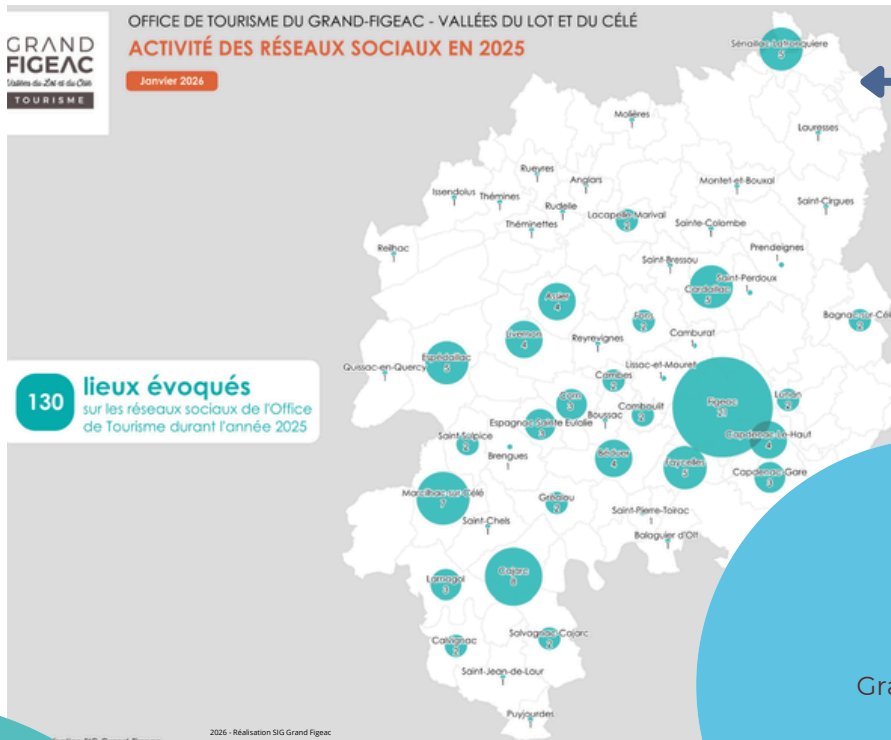
La source Font Nègre



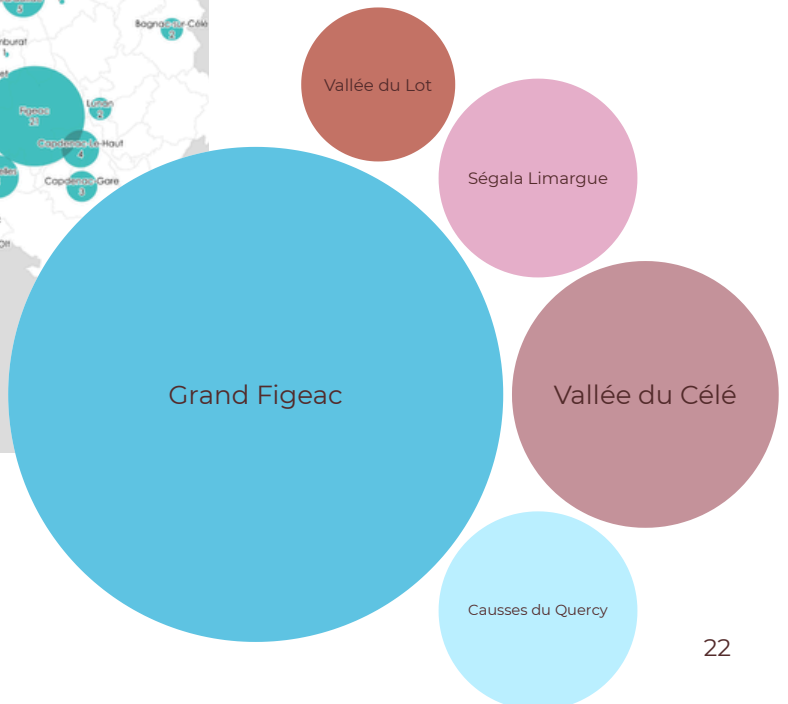
Destination vacances GF



## Cartographie des posts



130 villes villages mentionnées + zones géographiques



**NEW!**



## Page Linkedin

- 312 abonnés
- 38% d'engagement
- 1 publication par semaine
- volet professionnel, la vie de l'Office de Tourisme, valorisation des agents (qui fait quoi ?)

#PUBLI

**GRAND FIGEAC** Grand-Figeac, Vallées du Lot et du Célé - Office de Touri...  
358 abonnés  
3 sem. • Modifié •

Buenos días, ¿cómo estás?

Jour 19 de l'an 2026

On a vu Figeac (figeaT pour le journaliste 🗣️) dans la presse espagnole. Merci **Lot Tourisme - Agence de Développement Touristique Aude Leconte** pour l'organisation de cet accueil

Direction la gare pour une rencontre avec la maison de la région **La Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée** : inter connaissance entre les équipes et sujets communs **Karine Barbé**

**Hanne Sund** a envoyé la maquette du Mag 📄 et Corinne est concentrée à 200% sur les préparations budgétaires.

que tengas una buena semana !



## Encarts Pub écrans d'accueil Morceaux choisis



- 8 structures / 16 créneaux réservés
- 1 seul morceau choisi : arrêt en 2026



RECETTES PUBLICITAIRES :  
16.596 € HT

## Editions



14.000  
EXEMPLAIRES DU  
"MAG"



14.000 PLANS DE FIGEAC

# GRAND FIGEAC AXE 3 - PROMOTION

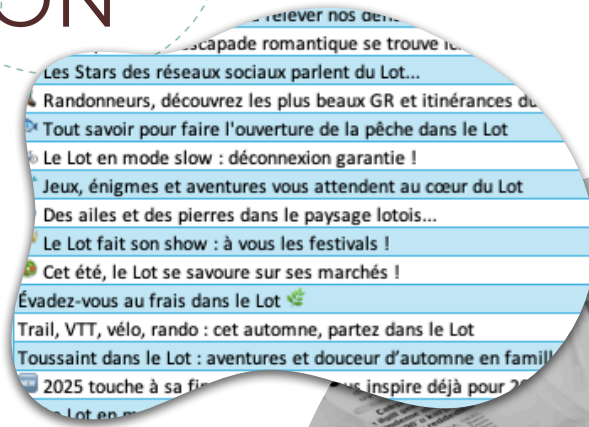
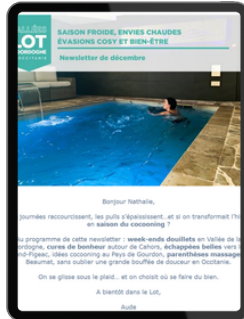
Vallées du Lot et du Célé

TOURISME

## Gestion Relation Client



**15 NEWSLETTERS ENVOYÉES AVEC LOT TOURISME dont 13 avec Office du tourisme**  
TAUX D'OUVERTURE 45.37%  
(en augmentation 35% en 2023)



AUTOMATIONS : 1495 envois de mails pour fidéliser suite aux demandes d'informations : confirmations de séjour, envois 7 jours avant , envois 7 jours après (1242 en 2024)

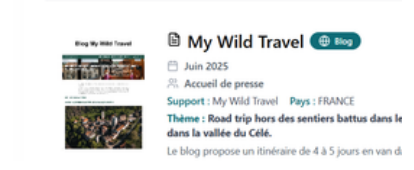
## Presse



### ACTION PRESSE DE LOT TOURISME SUR LE TERRITOIRE Du Grand -FIGEAC LOT TOURISME LOT TOURISME NOS SERVICES ESPACE PRESSE

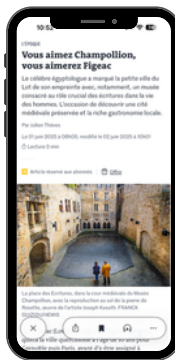
**10 accueils sur le territoire pour un budget ADT de 9190 euros :**

- The Telegraph- UK (web)
- Cuisine Actuelle (print)
- Sud-Ouest Week-end
- My wild travel (blog/RS) : Figeac et la Vallée du Célé en van
- I-trekkings : boucle de Figeac à Vélo
- Hola média espagnol « Les plus beaux villages médiévaux du sud de la France : châteaux, artisans, cascades et un fromage centenaire »
- Dire Lot - Figeac / Cardaillac / Espédaillac
- Carnet d'escapades : Tourisme à vélo gravel
- Camping Mag : itinéraire dans la vallée du Lot



### OPPORTUNITÉ PRESSE JOURNAL LE MONDE

Vous aimez Champollion vous aimerez figeac (avec élargissement sur la vallée du Célé)



### 25 COMMUNIQUÉS DE PRESSE

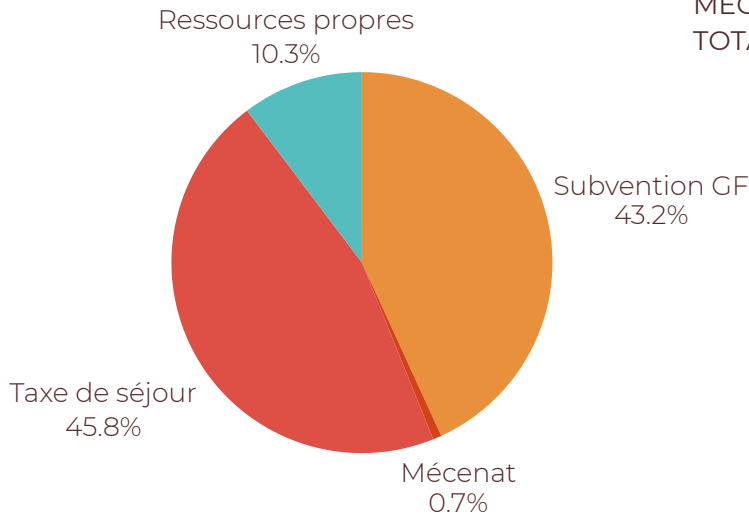
presse locale : activités de l'office, animations  
1 encart pub une carte un village dans dire Lot  
+ Rôle de relai d'informations pour les réseaux nationaux (plus beaux détour, plus beaux villages ...)



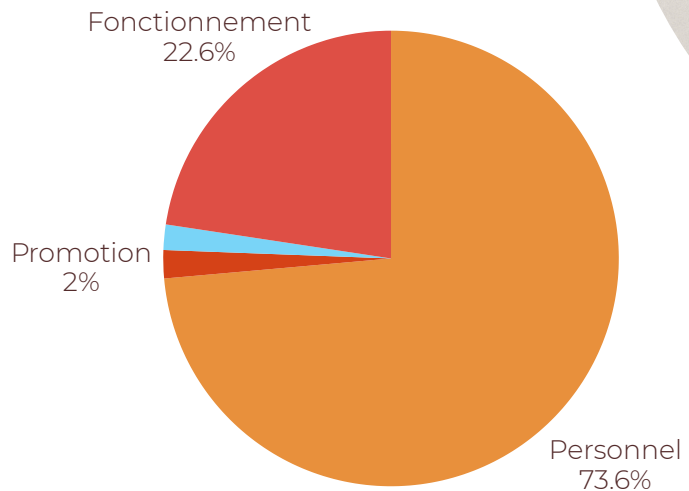
# AXE 4 - RESSOURCES

## Budget

SUBVENTION GRAND FIGEAC : 385.438 €  
 TAXE DE SEJOUR : 409.020 €  
 RESSOURCES PROPRES : 92.021 €  
 MECENAT : 6.556 €  
 TOTAL RECETTES : 893.035 €



PERSONNEL : 620.170 €  
 FONCTIONNEMENT : 190.511 €  
 AMORTISSEMENT : 15.150 €  
 PROMOTION : 16.839 €  
 TOTAL DEPENSES : 842.670 €



## Partenariat

Participation de l'office aux initiatives ou réflexions publiques et collectives

Schéma de développement touristique de la destination

Ateliers élus et professionnels

Appui à la définition opérationnelle des actions

Travail sur le volet image et bloc marque de destination

PCAET  
Programme climat air énergie territorial

Parlement de l'eau  
Révision du SAGE  
Schéma d'Aménagement et de Gestion des Eaux du Célé

Stratégie gestion des espaces naturels sensibles du département

Objectif : Quel impact du tourisme sur l'environnement et comment garantir à la fois la baisse des impacts négatifs et le développement des activités ?

Groupe d'appui au projet Stratégie Geoparc mondial UNESCO

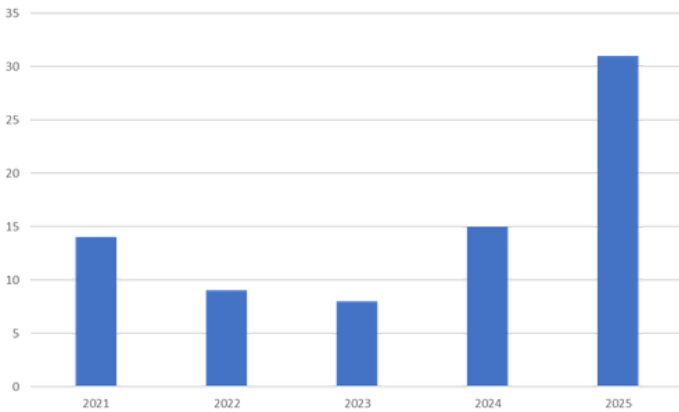
Labellisation plus beaux villages de France audits 2025

Comité de programmation LEADER - Avis sur les dossiers proposés au financement européen



## Groupe local qualité Réclamations

Réclamations ou signalements déposés à l'office



### Le territoire a changé en 2024-2025

- post-Covid, changement de clientèle
- Les visiteurs témoignent davantage notamment via FairGuest, fiches, mails.

### Les plaintes graves anonymes

signe de peur,

### L'Office joue de plus en plus un rôle de médiation involontaire

- Volume croissant de dossiers sensibles
- Attentes irréalistes envers l'OT limité dans son action (pas de pouvoir de police ni de contrôle)
- Risque juridique si posture floue

Alerte + Plan d'actions proposé + modification process réclamation avec demande de preuve achat



### A l'office

Client Mystère (partenariat CRTLO / Keyce Tourisme et audit croisé avec OT Roquefort => quelques pistes d'améliorations mais avis très positif



### AVIS CLIENT

8.9/10

52 AVIS

**Joanna**  
Local Guide - 70 avis - 146 photos

★★★★★ il y a 7 mois

Sur la route vers nos vacances dans le nord du Lot, on s'est arrêté avec mon.fils pour une petite visite de Figeac. La dame de l'office de tourisme était extrêmement gentille, très accessible, accueillante et professionnelle. Un moment d'échange très agréable et instructif. On est reparti avec plein d'idées de visites. Et on en a fait une grosse partie. Merci beaucoup !

Visité en juillet 2025

**Josée Gingras**  
Local Guide - 70 avis - 90 photos

★★★★★ il y a 8 mois

Très bon service. Nous y sommes allés trois fois et les employés nous ont bien guidé dans nos recherches.

**SONOLIGHTSYSTEMS 82**  
Local Guide - 121 avis - 451 photos

★★★★★ il y a 4 mois

Accueil professionnel, on a répondu à nos questions, propose le plan de la ville. Nous avons aussi été incité à participé à une visite guide de la ville. Nous avons accepté et ne regrettons vraiment pas. 1h30 qui au final se sont transformé en 2h00 extraordinaire. Merci à la guide compétente et très intéressante. N'oubliez pas de visiter le musée Champollion.

Visité en septembre 2025



**Patrice L**  
Local Guide - 75 avis - 203 photos

★★★★★ il y a un an

L'Office du tourisme de Lacapelle Marival est situé en haut de l'esplanade du château, ne pas se référer au plan 😊 . Un accueil des plus chaleureux.

Selon vos envies de découvertes Magalie saura cerner et répondre à vos besoins en vous proposant moult destinations voire même quelques pépites culturelles et gastronomiques, tel que le musée éclaté à Cardailiac ou la crêperie de Capdenac.



**EXPERT**

CONSEILLERS EN SEJOUR

Conseils visites + prescripteurs (Rôle économique du conseiller en séjour )



Un avis négatif sur un bureau suite à problématique de comportement clientèle

Note de service + Action formation collective en 2026

## Social

### Ressources Humaines



1 départ = Brigitte Billet - Conseillère en séjour, référente Capdenac Gare, RGPD, commercialisation (binôme) et guide conférencière  
 Arrivé Cédric Fargues conseiller en séjour, commercialisation et boutique (binôme)  
 Lætitia Berton nommée Responsable du pôle promotion

9 saisonniers

1 arrêt de travail long sur la totalité de l'année

## L'EQUIPE

	<p><b>HANNE SUND BON</b>                  CONSEILLÈRE EN SÉJOUR                  RSE GREEN DESTINATION EDITION  <i>CLARK KENT DU TOURISME</i></p>	<p><b>CEDRIC FARGUES</b>                  CONSEILLER EN SÉJOUR                  COMMERCIALISATION  <i>COLLECTEUR DE SOUKRES</i></p>	
<p><b>CORINNE TERRIER</b>                  RESPONSABLE PÔLE                  RESSOURCES  <i>DOMPTEUSE DE CHIFFRES</i></p>			
			<p><b>NATHALIE ANDRIEU</b>                  CONSEILLÈRE EN SÉJOUR                  GESTION RELATION CLIENT                  RÉSEAUX SOCIAUX  <i>COLLECTIONNEUSE DE LIKE</i></p>
<p><b>ISABELLE CLARY</b>                  DIRECTRICE ADJOINTE                  RESPONSABLE PÔLE                  ACCUEIL  <i>TONY STARK DU TOURISME</i></p>			
			<p><b>LAETITIA BERTON</b>                  RESPONSABLE PÔLE                  PROMOTION  <i>RACONTEUSE D'HISTOIRES</i></p>
<p><b>SYLVIE SCHLUND</b>                  CONSEILLÈRE EN SÉJOUR                  SAISIE FÊTE ET MANIFESTATIONS  <i>DISTRIBUTEURICE DE COTILLONS</i></p>		<p><b>ANNE PECRIX</b>                  DIRECTRICE                  ENTRAINEUSE DE TALENTS</p>	
			<p><b>SABINE FABIEN</b>                  RESPONSABLE PÔLE                  PROFESSIONNELS  <i>COLLECTIONNEUSE DE DONNÉES</i></p>
<p><b>TIPHAINE LE BIGOT</b>                  CONSEILLÈRE EN SÉJOUR                  BUREAU CAJARC                  TAXE DE SEJOUR  <i>SAFRANIÈRE DANS L'ÂME</i></p>		<p><b>MAGALI DOMINGUEZ</b>                  CONSEILLÈRE EN SÉJOUR                  BUREAU LACAPELLE                  BOUTIQUE  <i>SUPER ORGANISATRICE DE JOURNÉE</i></p>	
			<p><b>TIETP PERMANENTS</b>                  +2.18 ETP RÉPARTIS SUR                  LES 6 BIT / 8 POSTES                  SAISONNIERS</p>

## Formation

Total heures 2025 : 400 h  
 Moyenne par agent : 40 h  
 Tous les agents ont bien eu au moins une action en 2025

Formation externe : 176 h (44 %)  
 Formation interne collective : 133 h (33,2 %)  
 Connaissance du territoire : 91 h (22,8 %)

La formation externe reste dominante (expertise métier, stratégie, Green Destinations ...).  
 Forte part de formation interne (IA, co-développement)  
 → dynamique collective.  
 Connaissance territoire solide (educateurs réguliers) →  
 =cohérence mission accueil.



## Solidarité Engagement auprès des jeunes

4 stagiaires (lycée, collège, reconversion professionnels)

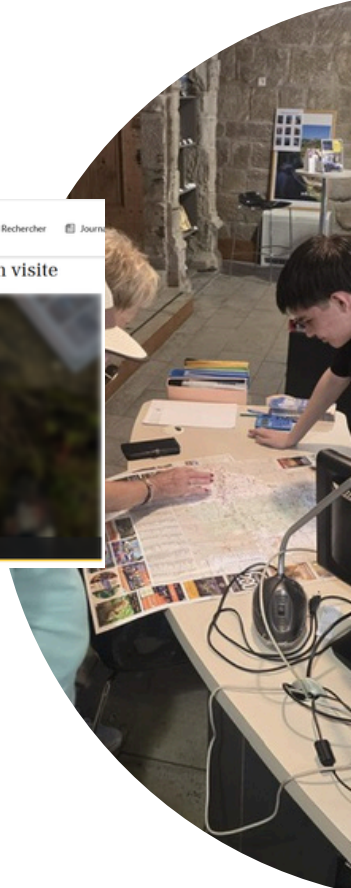
Accueil d'une classe dans le cadre de GSO "Cap sur la nature" = une carte un village + atelier au musée

Accueil de classes dans le cadre de la semaine des métiers du tourisme

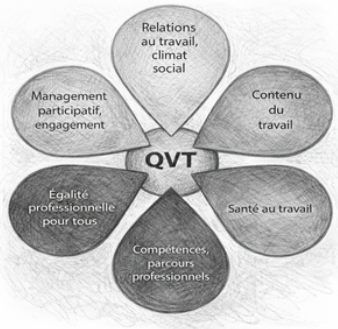
Participation à 1 salon des métiers organisé par le collège de Gramat

Participation au salon étudiant de Figeac

Accueil des internes en médecine



## Qualité de vie et des conditions de travail



Travail de diagnostic et de formalisation du plan d'actions en-cours

### Actions emblématique 2025 :

- La démarche en elle-même (suite à plusieurs audits)
- 1 agent = un bureau
- Infogérance pour matériel informatique et bureau obsolète
- un grand coup de balai !

## Responsabilité sociale des entreprises RSE

Management de la démarche

Biodiversité

Achats responsables

Communication

Relations partenaires

Collaborateurs

Transports

Accueil

Maitrise des effluents



### ACTIONS ENGAGÉES EN 2025

- Mobilité touristique : bas carbone + communication active (une journée à Cajarc en bus)
- Pratiques internes responsables
- sensibilisation des prestataires (le label dans la poche) des touristes (rapportez-nous vos dépliants) et des agents de l'office (fresque du tourisme, quiz interne, COLA 2025 sur les mobilités)
- Démarche RGAA site web
- Participation aux démarches globales (PCAET, PAT ...)

#### LA FRESQUE DU TOURISME



Plus de 2000 personnes ont participé à la fresque du tourisme...  
 Les axes de travail sont :  
 - Sensibiliser les touristes à la mobilité durable  
 - Sensibiliser les professionnels du tourisme à la mobilité durable  
 - Sensibiliser les élus locaux à la mobilité durable  
 - Sensibiliser les citoyens à la mobilité durable

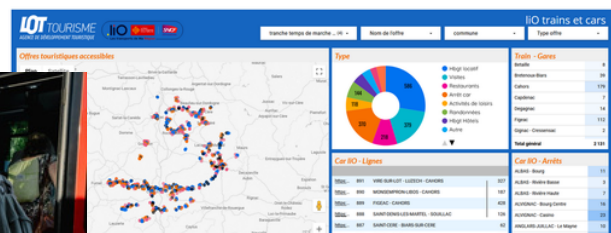
#### A ARRÊTER OU RÉDUIRE

Les axes de travail sont :  
 - Arrêter ou réduire les déplacements en avion  
 - Arrêter ou réduire les déplacements en voiture  
 - Arrêter ou réduire les déplacements en train  
 - Arrêter ou réduire les déplacements en bus

### UN TABLEAU DE BORD POUR VOYAGER SANS VOITURE DANS LE LOT

8 décembre 2025 | À la une, Actualités, Inspir'actions du réseau, Inspir'actions du réseau |

En 2024, Lot Tourisme a mis en place un tableau de bord dynamique qui permet de repérer et valoriser l'offre touristique desservie autour des gares SNCF et le long des lignes de car ILO.



# Comité de direction

4 comités de direction

groupe de travail

- billetterie / commission
- stratégie boutique

un taux d'absentéisme estimé entre 60 et 70 %

Une démission



**LE CODIR**  
 19 ÉLUS TITULAIRES ET SUPPLÉANTS  
 REPRÉSENTANTS L'ENSEMBLE DU  
 TERRITOIRE  
 &  
 REPRÉSENTANTS PROFESSIONNELS

# La stratégie

## Les 1er bases de réflexion

Diagnostic interne des forces et faiblesses, des valeurs et du positionnement

Diagnostic complété par le travail de concertation autour du schéma de développement touristique

Travail avec les vices président

Présentation au CODIR

Questionnaire professionnels en-cours

**BILAN DU FONCTIONNEMENT ACTUEL**  
ATELIERS DE TRAVAIL MENÉ EN ÉQUIPE 09/10/2025

**AU SEIN DE L'ÉQUIPE**

- PROFESSIONNALISME MOTIVATION COMMUNE À VALORISER LE TERRITOIRE
- NOUVEAUX CHALLENGES NOUVEAUX STRATÉGIE GREEN MARQUE... MOTIVATION MALGRÉ UNE CHARGE MENTALE ++
- ÉCLAIRCIER LES MISSIONS CONTRAINTES BUDGÉTAIRE
- CONSTRUIRE UN CAP CONSTRUIRE

**AVEC LES PARTENAIRES**

- SENTIMENT D'APPARTENANCE LOT AVEYRON
- VALORISER LES PARTENAIRES ENVIE DE MAINTENIR ET D'AMPLIFIER DE BONNES RELATIONS INVENTER
- + DE CONSIDÉRATION POUR LE TOURISME ET POUR CE QU'IL APPORTE AU TERRITOIRE... PEU DE TEMPS À CONSACRER AUX PRO
- ACILITE PLACE DES PARTENAIRES DANS L'OFFICE DÉGUSTATIONS, DÉMONSTRATIONS...

**AVEC LE CODIR**

- BIENVILLANT REPRÉSENTATIFS
- RENFORCER L'INTÉRCOISSANCE
- MOBILISER

**VALEURS ET RAISON D'ÊTRE**

**L'OFFICE DOIT ... OFFRE DE SERVICES**

- ÊTRE UN LIEU D'ACCUEIL POUR TOUS Y COMPRIS DES HABITANTS
- ÊTRE UN LIEU OÙ LES VISITEURS SE SENTENT ÉCOUTÉS ET CONSIDÉRÉS
- CONNECTER HABITANTS TOURISTES, PARTENAIRES, ÉLUS, ASSOCIATIONS
- ÊTRE FORCE DE PROPOSITION POUR DYNAMISER L'OFFRE TOURISTIQUE

**AMBITIONS / CADRE DE RÉFÉRENCE**

- PARTICIPER À FAIRE VIVRE L'ÉCONOMIE DU TOURISME ET L'AU... AU... CON... GRA... DES... DU...

**ÉTAT D'ESPRIT**

proposition pédagogique passionnée

**STRATÉGIE OFFICE DU TOURISME 2026-2030**

EN SYNTHESE

- UN LIEN MARQUE
- LES MOUVILLES ÉLUS
- LES MOUVILLES ÉLUS
- LES MOUVILLES ÉLUS

**LE TERRITOIRE**

LE RÔLE DE L'OFFICE DU TOURISME

LES ÉLUS TITULAIRES ET SUPPLÉANTS

LES MOUVILLES ÉLUS

LES MOUVILLES ÉLUS

**L'office doit ...**

**URGENCE CLIMATIQUE**

**RÉVOLUTION NUMÉRIQUE**

**CONTEXTE BUDGÉTAIRE**

**CONTEXTE LÉGISLATIF**

**AMBITIONS NOUVELLES**

**PORTER DES VALEURS**

**CONSTRUIRE UNE TERRITORIALE**

**ÊTRE ACTEUR ÉCONOMIQUE DE SON TERRITOIRE**

**DONNER À VOIR UN TERRITOIRE À VIVRE**

## Comité social et économique

4 réunions

Questions posées

- Valorisation du travail (reconnaissance professionnelle et adéquation entre la grille de la convention collective aux missions)
- Horaires et repos



## Vie de l'office

Réunion "café quoi" tous les jeudis pour partager les sujets professionnels ou personnels

Apéro de début de saison et repas gourmand fin de saison

10 plantes ont été adoptées

Marche "sportive" conseillée entre midi et deux

Nous avons fêté les 30ans de carrière à l'office de Corinne Terrier et un départ en retraite

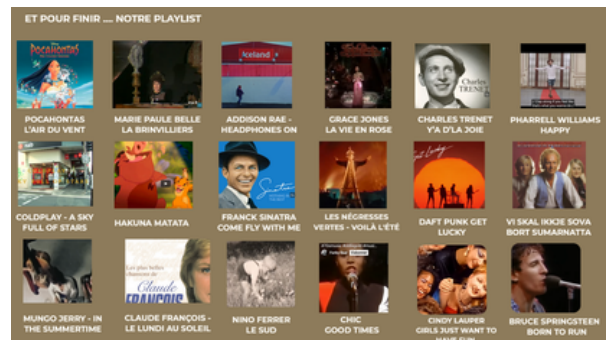
18kg de chocolat consommés

3 consultations interne "votre avis compte"

de beaux retours visiteurs

1 bouquet de fleurs pour une saisonnière

1 playlist



### LA BELLE HISTOIRE 2025

Cet été, un couple de retraités belges nous rend visite. Après les questions classiques, ils me confient leur véritable motivation : retrouver une Figeacoise, correspondante d'enfance de madame, perdue de vue après des déménagements et un changement de nom. De retour en Belgique, ils n'ont toujours rien trouvé. Touchée, je poursuis les recherches avec les quelques indices laissés. Rien... jusqu'au passage fortuit d'un guide, qui me glisse : « Ici, ce nom s'écrit autrement. » Je relance la recherche, tombe sur un homme qui pourrait être le fils, et l'appelle. Deux secondes de silence, puis : « Oui... c'est ma maman. » Quelques minutes plus tard, j'ai enfin la Figeacoise au téléphone. Je peux transmettre les coordonnées de son amie belge. Quelques jours après, un mail tombe : les deux amies d'enfance préparent désormais des vacances ensemble pour le printemps 2026. Une belle histoire comme on les aime à l'Office de Tourisme du Grand Figeac.



EQUIPE 2025 : PRÉSIDENT, PERMANENTS, SAISONNIERS  
(REPAS DÉBUT DE SAISON À ESPAGNAC)

Office de Tourisme du Grand Figeac  
Place Vival  
Hôtel de la Monnaie  
46100 Figeac  
Tel. 05 65 34 06 25  
[info@tourisme-figeac.com](mailto:info@tourisme-figeac.com)  
[www.tourisme-figeac.com](http://www.tourisme-figeac.com)