

« Acteur du développement économique, animateur du territoire, l'Office de Tourisme est un coordonateur, pas simplement un acteur et encore moins un spectateur. Il contribue à élever l'attractivité de son territoire afin de motiver la venue de futurs touristes comme de nouveaux résidents. Il fabrique et diffuse l'image de son territoire.

Dans son action, **l'Office de tourisme est un véritable metteur en scène du territoire.** »



### **Le tourisme en Aquitaine : une super production à 35 millions d'Euros (total du budget des OTSI d'Aquitaine)**

L'Aquitaine est la 5ème région touristique française. Elle s'appuie sur un réseau d'organismes locaux du tourisme : les Pays Touristiques et les Offices de Tourisme. Ils sont les outils des collectivités locales, au service du développement et de l'organisation touristique. L'Aquitaine compte 170 offices de tourisme et 50 Syndicats d'Initiative ainsi que 21 Pays d'Accueil Touristique. Ce réseau fait vivre 280 lieux d'accueil touristiques dont la majorité sont ouverts à l'année.

***L'Val de Garonne est un Pays d'Accueil Touristique et il dispose d'un Office de Tourisme communautaire.***

L'Office de Tourisme réorganise les territoires : depuis 2004, le réseau des OT et des PAT aquitain s'y est engagé. Ces démarches d'organisation, volontaires permettent le regroupement ou la fédération d'Office de Tourisme Locaux de manière à accroître la lisibilité des structures, adapter les ressources humaines aux nouveaux défis du tourisme.

***L'Val de Garonne a participé à cette réorganisation en créant l'OT Val de Garonne (qui a regroupé cinq anciennes structures locales). Cette organisation montre la volonté de notre territoire d'améliorer la compétitivité tout en trouvant un mode d'organisation pensé et accepté par l'ensemble des acteurs.***

Les Offices de Tourisme sont majoritairement associatif à 77% mais le nombre de structures publiques augmente (Epic et régie) : 48 en aquitaine . C'est la preuve d'une plus grande prise en compte du tourisme par les Collectivités.

***L'Office de Tourisme du Val de Garonne est un EPIC.***

Les Offices de Tourisme sont classées de 1 à 4 étoiles. La région Aquitaine compte 6 OT 4\*.

***L'Office de Tourisme du Val de Garonne est le seul OT 3 étoiles du Département de Lot et Garonne.***

Les Offices de Tourisme 2,3 et 4 étoiles qui emploient du personnel permanent sont au nombre de 100 dans la région. Ces OT emploient près de 700 agents au total.

***L'Office de Tourisme du Val de Garonne emploie 11 agents permanents.***

10 Offices de Tourisme bénéficient de la Marque Qualité Tourisme portée par le Ministère du Tourisme et plus de 40 d'entre eux sont actuellement en démarche qualité.

***L'Office de Tourisme du Val de Garonne est actuellement en Démarche Qualité Tourisme.***



## Un seul but : rendre le territoire attractif pour tous

L'Office de Tourisme est spontanément l'endroit où l'on se rend pour avoir des **informations et des conseils**.

**Bien d'autres compétences** sont exercées par les Offices de Tourisme.

Si l'**accueil** reste la mission de base et l'activité la plus visible des OT (*l'OTVG dispose de 3 bureaux d'informations à Marmande, Tonneins et au Mas d'Agenais*), de **nombreuses autres missions** parfois méconnues leur sont confiées :

L'Office de Tourisme est l'**interlocuteur privilégié** des élus en matière de tourisme *l'OTVG est obligatoirement consulté*

Il **anime, fédère les professionnels du tourisme** : promotion, conseils en développement et aménagement, ...

Il **accompagne les porteurs de projets** souhaitant créer ou développer une activité touristique : création d'hébergements touristiques *l'OTVG est le référent de cette mission pour le compte du Pays Val de Garonne-Gascogne*

Il met en place une **politique de promotion et de communication** qui contribue à la notoriété et à l'image locale du Territoire

Il **gère des équipements** à vocation touristique ou culturelle

*l'OTVG gère l'équipement touristique Gens de Garonne*

Il assure un **rôle de veille** sur l'activité touristique

*l'OTVG édite des statistiques mensuelles et trimestrielles*

Il **sensibilise la population locale** à l'accueil de la clientèle touristique

*l'OTVG communique par le biais de Newsletter mensuel (Val de Garonne Tourisme Infos)*

Il constitue le **maillon local** du réseau touristique départemental et régional.

Les Offices de Tourisme conduisent des missions techniques de coordination, d'animation de la vie locale, de production touristique, de conseils pour les professionnels du tourisme et pour les élus.

Ils travaillent dans **un seul but : rendre le territoire attractif pour tous**.

## Tourisme virtuel, tourisme tout le temps, tourisme pour tous !

Le **comportement des consommateurs** et **Internet** ont considérablement fait évoluer les métiers. Travailler dans un Office de tourisme aujourd'hui, c'est exercer des métiers variés tout au long de l'année.

Un touriste sur deux venus en Aquitaine a utilisé Internet pour préparer son séjour. Un sur quatre a réservé totalement son séjour en ligne.

Le tourisme aujourd'hui, c'est aussi l'allongement de l'activité tout au long de l'année et la fréquentation accrue par les habitants des événements et des équipements.

Le constat est simple face à cette évolution : **l'Office de Tourisme d'aujourd'hui ne se résume pas seulement à de l'accueil en période estivale**.

## Derrière le rideau, des techniciens

Prenons l'Accueil, il y a 20 ans, la majorité des usagers envoyait un courrier ou se présentait au comptoir pour préparer ses vacances. Désormais, les consultations des sites internet sont en augmentation croissante et les demandes par e-mail ont largement dépassé les demandes par courrier. L'Office de Tourisme exerce aujourd'hui le métier **d'agent numérique d'accueil** : une vigie sur la toile qui assure la veille et la présence permanente de son territoire.

Pour que l'offre soit présente sur l'ensemble du Web et sur l'ensemble des supports, les organismes touristiques d'Aquitaine (CRT-CDT) ont investi dans une base de données virtuelle commune SIRTAQUI. La collecte de l'information, l'animation du système requièrent de nouvelles compétences : c'est le métier de **Gestionnaire de base de données**.

Grâce à lui, la moindre offre touristique sera répertoriée et promue sur l'ensemble des systèmes d'informations. Côté promotion, Internet est plus que jamais l'outil essentiel des territoires. L'OT permet à la destination d'avoir une meilleure visibilité sur le Web en étant son « **porte parole officiel** ». Les internautes ne s'y trompent pas : dans la jungle du web, ils plébiscitent les sites des OT qui apportent une parole officielle donc rassurante. Pour assurer cette mission, les OT doivent employer un personnel formé à l'Internet (**Webmaster**), au webmarketing, web éditorial ... autant de nouveaux métiers dans la promotion.

La coordination des acteurs locaux est plus que jamais essentielle. Elle est même en plein développement parce que, pour que nos visiteurs vivent des vacances réussies, il faut que l'ensemble des composantes du séjour travaille en cohérence. **Chargée du développement, constructeur de produits touristiques, animateur de réseau ...**

Plus que jamais, l'OT est un véritable **metteur en scène du territoire !**



## Les grandes tendances de la saison 2009 en Lot-et-Garonne

Malgré une conjoncture économique peu favorable, le Lot-et-Garonne a **maintenu sa fréquentation touristique** et a même connu une légère progression de ses nuitées (autour de +1 % à + 2 % / le nombre de lits marchands a augmenté de 5%).

**L'avant saison a été très calme, le mois de juillet a eu un démarrage tardif** tandis que le **mois d'août a connu une forte progression.**

Les **réservations de dernière minute** se sont multipliées avec une recherche de **promotion**. Les vacanciers ont été plus économes, sélectifs et ont rogné sur plusieurs postes de dépenses (restaurants, souvenirs et sites de visite secondaires,...). Par contre les attractions (Walibi, Ludo Parc, accrobranche,...) répondant aux besoins de tous les membres d'une même famille et les forfaits loisirs de proximité adaptés à ces temps de crise, ont fait le plein.

La **baisse de fréquentation des britanniques** a été compensée par la **hausse de fréquentation des touristes français.**

## Bilan 2009 de l'OTVG

### Le Pôle Accueil / Information



Le métier de l'accueil a évolué principalement de deux façons :

- \* Préparation des vacances par Internet,
- \* Mise à disposition de documentation par les prestataires touristiques dans leurs établissements.

L'accueil physique dans les bureaux d'information de l'Office de Tourisme n'est plus le seul moyen d'information. Il peut baisser en nombre de visiteurs, mais est compensé largement par l'accueil numérique (sur Internet) et par les relais d'information que sont les prestataires sur le territoire. Le rôle de l'Office de tourisme est de plus en plus celui de **conseiller en séjour.**

En 2009, dans les **bureaux d'informations de l'Office de Tourisme du Val de Garonne :**

**41 905 personnes (22 802 demandes)** ont été renseignées au guichet ou par téléphone (+8% par rapport à 2008) auxquelles s'ajoutent les **114 180 personnes** venues chercher un renseignement sur le Site internet de l'Office de Tourisme ([www.valdegaronne.com](http://www.valdegaronne.com)).

La clientèle étrangère (essentiellement britannique, belge et néerlandaise) représente 5 % des visiteurs des bureaux d'informations. La clientèle Aquitaine est prédominante. Les régions principales de provenance sont ensuite l'Île-de-France, Midi-Pyrénées et les Pays de la Loire.

#### Thèmes principales des demandes :

Informations pratiques, animations, visite et patrimoine, orientation

**Billetterie : 99 890,70 € de recettes** (dont 13 251 € pour le compte d'Evalys)

⇒ + 49,64 % par rapport à 2008



## Le Pôle Promotion / Communication

### \* En direction du Grand Public

Les éditions (guide hébergement, carte découverte, pass tourisme, dépliant d'appel Gens de Garonne)



Le site internet du territoire [www.valdegaronne.com](http://www.valdegaronne.com) : intégration de clips-vidéo, travail sur le référencement, localisation des hébergements avec Google Maps.

**115 000 visiteurs et 685 000 pages vues en 1 an.**

Le site Internet Gens de Garonne : refonte du site, intégration de clips-vidéo pour la présentation du site

**24 000 visiteurs en 1 an**

Présence sur les salons du tourisme de Bordeaux et Toulouse

Nombreuses Insertions presse et encarts magazines :

carte de la Voie verte, guide passion des Canaux du Midi, guide été du Républicain, guide Pass Time, Petit Futé, Guide de l'OT de Casteljaloux, guide des Gîtes de France 47, réseau Visites Passion, magazine fluvial, journal de la CAF, magazine TGV, guide du salon du chocolat, guides des Culturiôsités,....

Mise à jour des informations dans les guides touristiques

Interview, reportage radio : Emission « Carnet de campagne » sur France Inter, France Bleu Périgord

Interview, reportage TV : TV7, 2 reportages sur France 3 Aquitaine

Autres opérations spécifiques à Gens de Garonne : opération de médiation, promotion sur l'agglomération bordelaise, participation à la chasse aux trésors 47, partenariat spécifique avec des structures d'hébergement du 47, avec certains CE et associations

\* En direction des clientèles groupes adultes :

Éditions de brochures, qualification des bases de données, mailing et présence sur le terrain d'agents de commercialisation



\* En direction des professionnels du tourisme : mise à jour de Sirtaqui, Bourse aux dépliant Val de Garonne, Val de Garonne Tourisme Infos, statistiques, bilan annuel, Pass tourisme

\* En direction du réseau des ambassadeurs Gens de Garonne : édition carte ambassadeur, lettre d'information « Cher Ambassadeur », récompenses des meilleurs ambassadeurs,....

\* En direction de la presse locale : nombreux communiqués de presse et conférences de presse.



## Le Pôle Organisation/Structuration/Animation

- \* Signature de la **Convention tourisme du Pays Val de Garonne-Gascogne** .
- \* **Développement, animation du réseau des partenaires de l'OTVG** : 116 partenaires identifiés et volontaires dont 57 hébergeurs, 20 restaurateurs, 4 artisans d'art, 18 producteurs et 17 prestataires de loisirs.
- \* **Développement de la thématique agritourisme** avec :
  - le programme **Destination Vignobles** : nouvelle candidature du Marmandais adoptée par le Conseil Régional d'Aquitaine pour la période 2009-2011.



le développement **des Marques de Pays** : 2 nouvelles assiettes de Pays en 2009 et 1 nouveau Café de Pays.

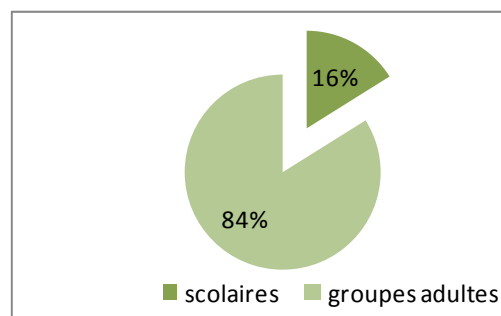


- \* **Accompagnement à la qualification ou la création d'hébergements touristiques ou autres projets touristiques** :
  - Visite des labellisations avec les labels Clévacances et Gîtes de France (9 visites effectuées en 2009)
  - Soutien aux porteurs de Projets : 11 dossiers dont 7 avec instruction (à venir, en cours ou abouti) : *création de boutique d'accueil à la propriété, création de gîte, projet dans une maison éclusière,....*

## Le Pôle Commercialisation / Réservation

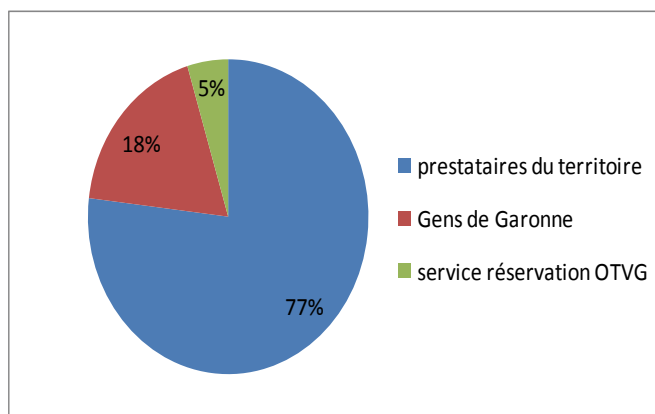
- \* **4 941 personnes** ont été accueillies par le biais de la centrale de réservation de l'Office de Tourisme

dont 16,1 % de scolaires ⇒ **+23,2 %** par rapport à 2008  
 dont 83,9% de groupes adultes ⇒ **+0,6 %** par rapport à 2008



- \* Le Chiffre d'affaire total s'élève à **96 889,80 €** ⇒ **+23,6 %** par rapport à 2008

Réparti de la manière suivante :



## Gens de Garonne

De nombreuses animations ont été organisées tout au long de l'année : exposition Garonne Vivante, Semaine de l'eau, visite d'Annie Gregorio et Pierre Grosz, journée « sur les rives de Garonne », mise à l'eau de la miolle de Garonne, lancement de l'Instant Garonne, nocturnes de l'été, dimanches au bord de l'eau, inauguration de la galerie Art et Garonne, exposition de sculptures sur fer, organisation d'un dimanche autour de l'art de Garonne, lancement de la chasse aux trésors en Val de Garonne, participation aux Journées du Patrimoine, aux animations « Permis de Musée ».



Permis de Musée



Semaine de l'eau



Lancement Chasse aux Trésors



Balade sur la Garonne



Mise à l'eau de la Miolle de Garonne



Venue Annie Grégorio et Pierre Grosz

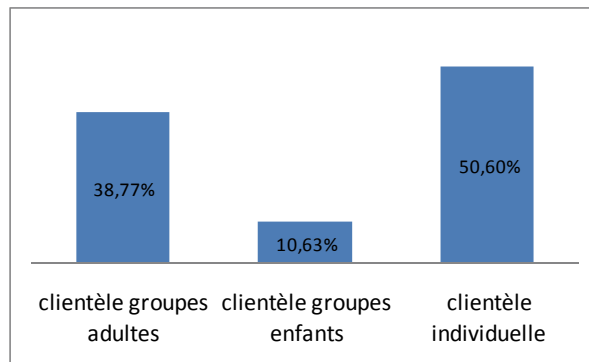


Restauration dans le cadre des Nocturnes

\* Développement du réseau des ambassadeurs : **775 ambassadeurs** aujourd'hui (+200 pers par rapport à 2008)

\* **Fréquentation du site : 13 885 personnes** ⇒ +14,8% par rapport à 2008

Répartis de la façon suivante :



\* **Chiffre d'Affaire : 102 996,40 €** ⇒ +29,4 % à rapport à 2008

Part Billetterie : 50 914 € soit 49,4 % du CA

Part Boutique : 52 082,40 soit 50,6 % du CA

Gens  
de  
Garonne  
SCÉNOVISION DU FLEUVE GARONNE



## Bilan des autres structures du territoire

### Gabare Val de Garonne

7572 passagers (+2,37 % par rapport à 2008)

Groupes adultes 43,79 % - Scolaires 11,46 % - Clientèle individuelle 24,72 % - Location 14,73 % - Gratuités 5,3 % .

**Galerie d'Art Sacré** : 3691 personnes du 15 juin au 15 septembre

**Voie Verte** : 25 500 passages comptabilisés à Pont des Sables, Commune de Fourques-sur-Garonne

**Musée de la Mémoire Paysanne à Villeton** : 580 personnes (haute saison)

### Autres sites :

hausse de la fréquentation à la Réserve naturelle de l'Etang de la Mazière, au Musée école de Lagrùère.



## Les retombées économiques générées par l'Office de Tourisme du Val de Garonne

Chiffre d'affaires généré par l'Office de Tourisme du Val de Garonne en 2009 :

**281 962,40 €** ⇒ +35,5% par rapport à 2008

Billetteries : 99 980,70 €

Centrale de réservation : 96 889,80

Gens de Garonne : 102 996,40 € (dont 17 904,50 € par le biais de la centrale de réservation)

## Le poids de l'économie touristique en Val de Garonne

(données du Cabinet Protourisme-estimation pour l'année 2008)

**522 000 Nuitées** enregistrées sur le territoire Val de Garonne en 1 an

Total des retombées directes pour le territoire : **+/- 10,5 Millions d'Euros**

Hébergements marchands : 106 000 Nuitées

Retombées directes : 5,5 M€

Hôtellerie : 2,8 M€

Bateaux habitables : 1,5 M€

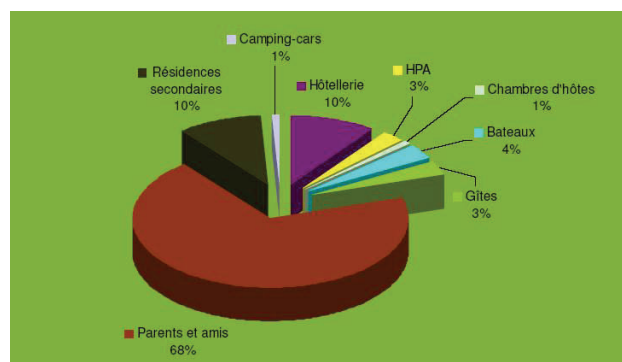
Meublés de Tourisme : 710 000 €

Hôtellerie de Plein Air : 330 000 €

Chambres d'hôtes : 154 000 €

Hébergements non-marchand : 416 000 Nuitées

Retombées directes : 5 M€



Répartition des nuitées touristiques en Val de Garonne



## **Dans le cadre de la mise en scène du territoire, l'OTVG s'engage en 2010 à :**

### **Pôle Accueil/Information**

Accentuer la mise en place de la démarche qualité notamment par le Plan local de Formation inter-filières à l'échelle du Pays

Continuer d'affirmer le rôle de l'OT comme un outil de développement local et de services

Favoriser l'émergence de nouvelles missions, compte tenu de la place prépondérante prise par le Web

### **Pôle Promotion/Communication**

Conforter la promotion de la destination, refondre les éditions en fonction des préconisations du CDT47 (15 000 guides vacances et 15 000 cartes sont prévues)

Entrer dans le processus de vente en ligne préconisé par le CDT 47

Mener une campagne de presse (par le rédactionnel) notamment auprès des résidents de l'agglomération bordelaise

Être présent sur les salons de proximité en partenariat avec le CDT47

### **Pôle Organisation/Structuration/Animation**

Affirmer la pertinence de l'OTVG dans un rôle de metteur en scène du territoire par :

Un soutien aux porteurs de projets en instruisant les dossiers d'hébergement à l'échelle du Pays

Une co-animation avec l'OT de Casteljaloux et des 3 cantons de la Convention Tourisme à l'échelle du Pays

La mise en œuvre de la stratégie qui sera proposée par le Cabinet ProTourisme dans le cadre de l'étude hébergement (suivi animation, accompagnement à la création de projet)

Une consolidation des réseaux autour de la démarche qualité accueil en Lot-et-Garonne. Pour ce faire, un Plan Local de Formation Inter-filières d'une durée de 3 ans sera institué par les deux OT du Pays.

### **Pôle Commercialisation/Réservation**

Accroître la présence sur le terrain de l'équipe commerciale de l'OTVG sur la cible des clientèles groupes

### **Gens de Garonne**

Atteindre les 15 000 visiteurs sur le site

Repositionner la communication, notamment avec l'ouverture d'une troisième salle (sur une clientèle cible : la clientèle individuelle)

Poursuivre la consolidation du réseau des ambassadeurs par la mise en place de nouvelles offres et actions

Conforter et développer des événements estivaux

Continuer de faire de Gens de Garonne un centre de ressources de la Garonne

## **Le service tourisme de la CCVG s'engage à :**

Définir le projet de navettes fluviales sur la Garonne

Suivre l'étude « hébergement » assurée par ProTourisme et conduire l'animation des pistes d'action

Développer les circuits de randonnée (cycliste et pédestre)

Travailler sur les projets inscrits dans le cadre du contrat de Pays et Leader

Suivre le marché pour la conception d'audio-guides et mettre en opération ce programme.

