

RAPPORT *d'Activités*

ANNÉE 2019



OFFICE DE TOURISME
GRAND VILLENEUVOIS

Le Grand VILLENEUVOIS

Une destination touristique pour les clientèles **en recherche de déconnexion** : le slow tourisme...



SOMMAIRE

RADIOSCOPIE DE LA DESTINATION

- Le tourisme sur le Grand Villeneuvois en 5 chiffres.
- L'évolution de la taxe de séjour.
- La capacité d'accueil sur le Grand Villeneuvois.
- La fréquentation touristique :
 - en hébergements (par les résultats de la taxe de séjour)
 - dans les sites touristiques

LES ACTIONS DE L'OFFICE DE TOURISME DU GRAND VILLENEUVOIS

- La vie statutaire de l'Office de Tourisme.
- Le pôle accueil et relation client.
- Le pôle digital, promotion / communication et contenus.
- L'accompagnement / la professionnalisation des acteurs.
- La commercialisation.
- Le camping Lot et Bastides.

LA STRATÉGIE DE L'OFFICE de Tourisme

2019-2020 EN 5 AXES

En 2019, le plan d'actions annuel était composé de **130 actions dont plus de 50 % ont été engagés ou terminés** à la fin de l'année. Certaines ont été reportées sur l'année 2020.

AXE 1

OPTIMISER l'organisation sur le territoire

AXE 2

RENFORCER l'offre touristique à partir de spécificités du territoire

AXE 3

DÉVELOPPER la notoriété du territoire : promouvoir et commercialiser l'offre

AXE 4

DÉVELOPPER des outils statistiques et économiques de l'activité touristique

AXE 5

DÉVELOPPER le tourisme durable

RADIOSCOPIE DE LA *Destination*



LE TOURISME DU GRAND Villeneuvois

EN 5 CHIFFRES

86 301 €

Taxe de séjour

1974

Lits marchands

347

STRUCTURES TOURISTIQUES • 166 hébergements
• 65 restaurants • 116 sites de visites, découverte,
artisanat, produits régionaux, et activités sportives.

26 608

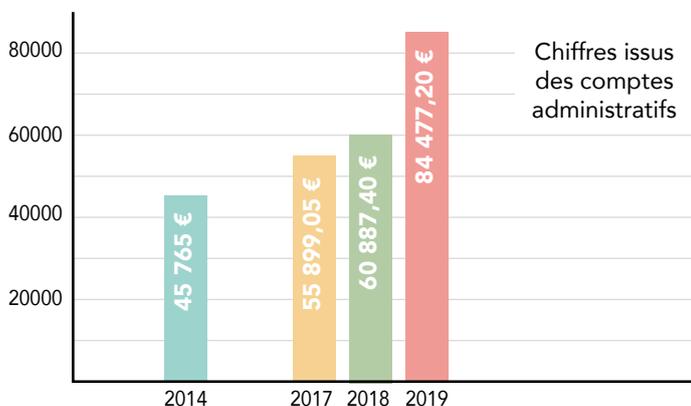
Personnes renseignées
par l'Office de Tourisme

350 Km

Chemin de randonnée

L'ÉVOLUTION DE LA TAXE de séjour

EN GRAND VILLENEUVOIS ENTRE 2014 ET 2019



L'ORIGINE DES TAXES de séjour

REVERSÉES EN GRAND VILLENEUVOIS

84 477,20 €

Plateforme
« Nouveaux
territoires »
de l'Office
de Tourisme

Airbnb

Booking

Gites de
France

Abritel-
Homeway

LA CAPACITÉ D'ACCUEIL ET la répartition des nuitées

EN GRAND VILLENEUVOIS

On constate une **augmentation** sensible de la capacité d'hébergement non marchand, liée à la vente de séjours des résidences principales ou secondaires, en particulier sur les plateformes de vente en ligne (Airbnb, le boncoin,)

1974

LITS MARCHANDS

3840

LITS NON MARCHANDS

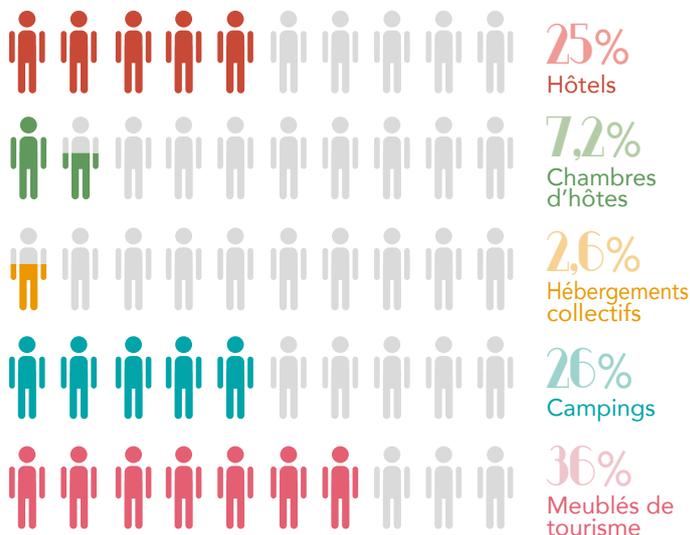
(768 résidences secondaires
au recensement 2015
de l'Insee)



TOTAL :
5814
LITS

RÉPARTITION DES CAPACITÉS d'accueil

On constate une **évolution de la répartition du parc d'hébergements** avec une augmentation de la capacité en campings, et en chambres d'hôtes, une baisse de la capacité d'accueil en hôtels en raison de la fermeture d'un établissement et une évolution du parc des meublés à la baisse en raison d'une augmentation de meublés non référencés.



LA FRÉQUENTATION des sites touristiques

EN GRAND VILLENEUVOIS

La maison du jouet rustique ➤ 24671 VISITEURS

Zanimoland ➤ 27147 VISITEURS

Grottes de Fontirou (de juillet à novembre) ➤ 5387 VISITEURS

Grotte de Lastournelle ➤ 12039 VISITEURS

Balades en bateau sur le Lot ➤ 1980 CLIENTS

LES ACTIONS DE L'OFFICE *de Tourisme*

DU GRAND VILLENEUVOIS



LA VIE STATUTAIRE DE l'Office de Tourisme

Qualité et labels

L'Office de Tourisme a bénéficié du renouvellement du classement en catégorie I en novembre 2019 (2 offices de tourisme en Lot-et-Garonne sont classés catégorie I dont celui du Grand Villeneuveois).



Les dossiers de renouvellement du **label Tourisme et handicap** rédigés en 2019 ont reçu un avis favorable.



Les équipements mis en œuvre par l'Office de Tourisme lui ont permis d'obtenir le **label « Accueil vélo »** en juillet 2019.



La **marque Qualité** est toujours valable (délivrée le 18 janvier 2018) (prochain renouvellement fin 2020-début 2021).

Cette **marque nationale impose** la désignation d'un référent Qualité, la **mise en place d'un manuel qualité** répertoriant 159 critères et 159 procédures/modes opératoires, à contrôler et l'organisation d'un groupe Qualité se réunissant 2 fois par an.

La marque nationale a pour objectif de mettre en place une démarche de progrès qui doit se traduire par **des actions correctives des dysfonctionnements constatés par les touristes**. Le travail porte sur la **mesure de la satisfaction des clients** de l'Office de Tourisme, au regard des services qu'il propose.



POUR INFO : LE RÉFÉRENTIEL DE BASE COMPORTE 6 CHAPITRES D'ENGAGEMENTS

- » Engagements envers la collectivité
- » Engagements internes à l'Office de tourisme
- » Promotion
- » Engagements envers les réseaux institutionnels
- » Engagements envers les socio-professionnels
- » Engagements envers les visiteurs

AVEC AU TOTAL 126 CRITÈRES :

- 104 CRITÈRES OBLIGATOIRES
- 22 CRITÈRES FACULTATIFS

L'OTGV S'EST ÉGALEMENT ENGAGÉ SUR 2 CRITÈRES FACULTATIFS :

- » **Boutique avec 20 critères** : 10 critères obligatoires et 10 critères facultatifs.
- » **Commercialisation avec 27 critères** : 23 critères obligatoires et 4 critères facultatifs.

Vie statutaire du Comité de Direction



MEMBRES (32 SUPPLÉANTS)
sont invités à siéger aux réunions du comité de direction (5 réunions en 2019)



DÉLIBÉRATIONS
ont été soumises à l'approbation des membres délibérants



DÉCISIONS & CERTIFICATS ADMINISTRATIFS

Ces actes administratifs ont fait l'objet d'un recueil transmis au contrôle de légalité de la sous-préfecture.

Représentation du directeur

- » **Dans les réunions départementales** : réunions techniques ou réunions représentant le président.
- » **Réunions de directeurs d'OT** sur la Vallée du Lot.
- » **Séminaires de cohésion et de réflexion** sur un travail de mutualisation d'actions avec les OT du 47, le CDT 47, animé par la Mona.
- » **Codir des directeurs** de service de la CAGV.

Gestion RH des 2 structures



GESTION DES RH DE LOT

7 permanents • 2 CDD • 3 saisonniers

GESTION DES RH DU CAMPING

4 permanents • 6 saisonniers (dont un en remplacement d'un agent permanent)

- » **Mise en place du CSE** en novembre 2019 (Comité social et économique), en lieu et place de la délégation précédente du personnel.
- » **Entretiens individuels** en janvier-février 2019



RÉUNIONS D'ÉQUIPE

D'une durée de 2 à 3 h le jeudi matin, 1 fois par mois (hors saison estivale) : ces réunions d'équipe permettent d'échanger facilement sur les dossiers en cours et la préparation de la saison estivale.

MINI-RÉUNIONS D'ÉQUIPE

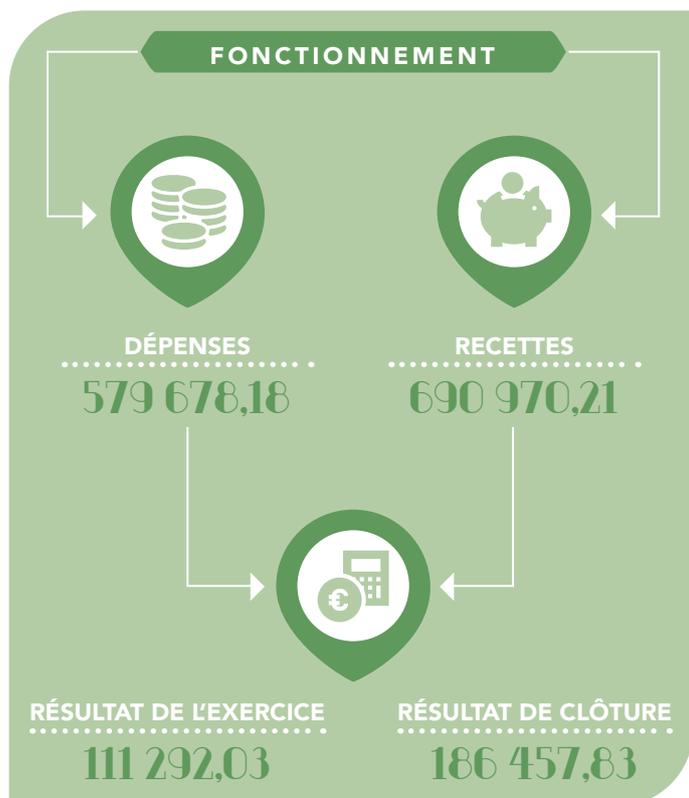
1/2 h tous les jeudis matins, elles permettent de faire le point sur l'actualité et les besoins d'informations éventuels.

PRÉSENTATION DES ACTIONS DU PAH

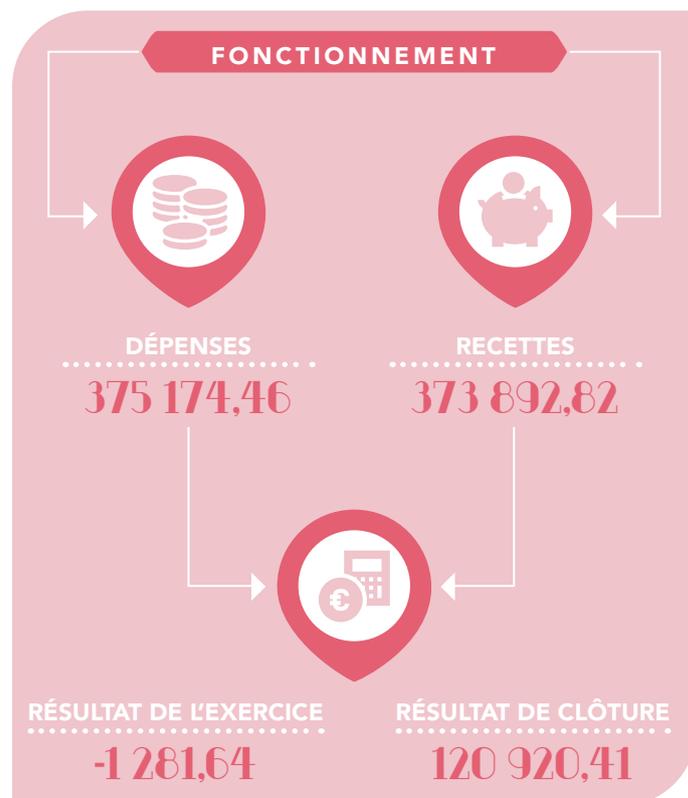
Une fois par mois à l'équipe de l'Office de Tourisme lors de la réunion du jeudi matin.

- » **Réalisation du programme de formation des agents** : formation sur « les aspects juridiques de la commercialisation », participation aux Rencontres du e-tourisme à Pau en octobre, participation au congrès des directeurs d'Office de Tourisme à Reims, participation au club qualité, participation au club commercialisation, formation « être commercial de son territoire », formation « incendie », formation « gestes de premier secours ».
- » **Connaissance du territoire** avec 6 éducteurs sur le territoire.
- » **Participation à la foire aux dépliant** du département 47.

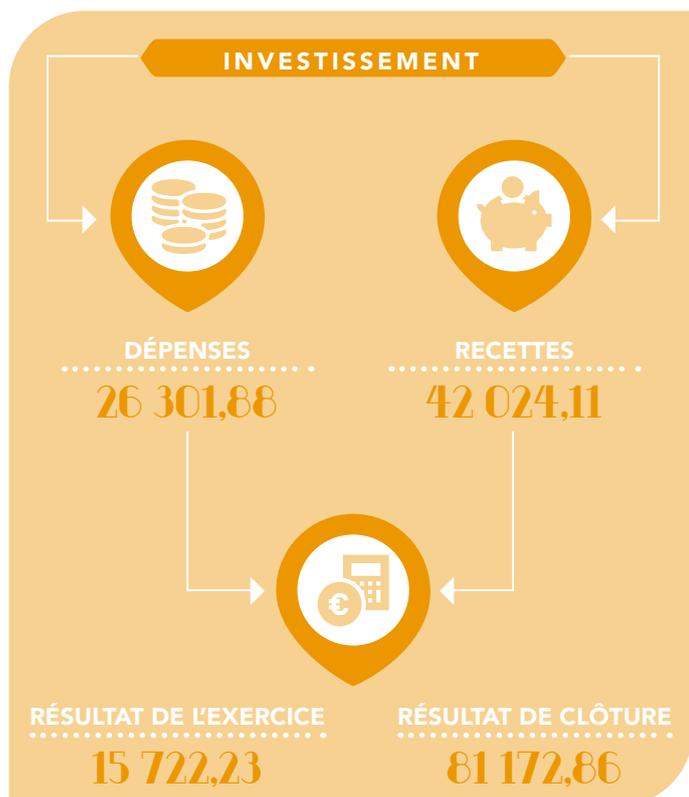
» LE BUDGET PRINCIPAL : Office de tourisme



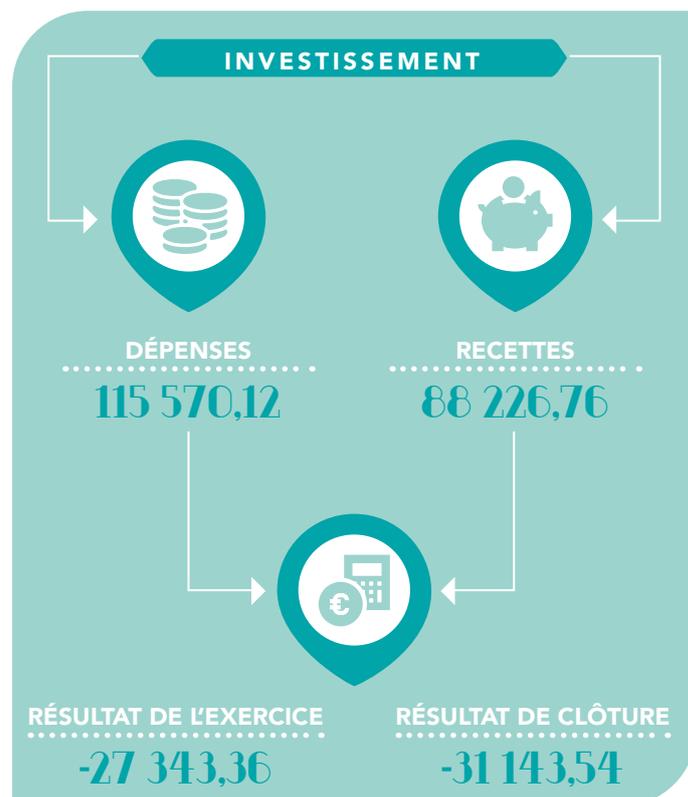
» LE BUDGET ANNEXE : Camping Lot et Bastides



» LE BUDGET PRINCIPAL : Office de tourisme



» LE BUDGET ANNEXE : Camping Lot et Bastides

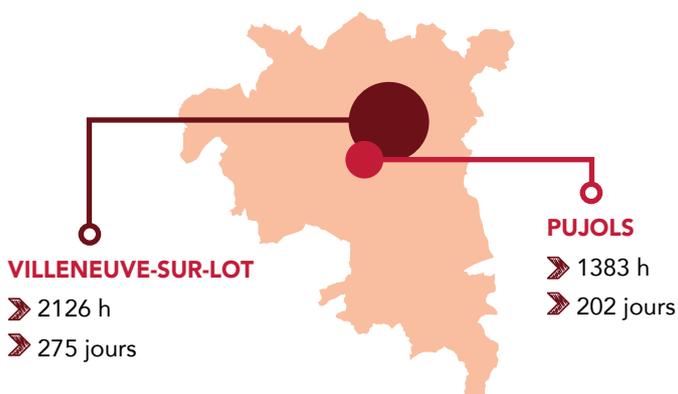


LE PÔLE ACCUEIL et relation clients

L'accueil des visiteurs dans les BIT (bureaux d'information touristique) et les PIT (points d'information touristique) est une mission régalienne qui relève du service public propre à tous les offices de tourisme.

La présence « Accueil »

sur les 2 points d'information



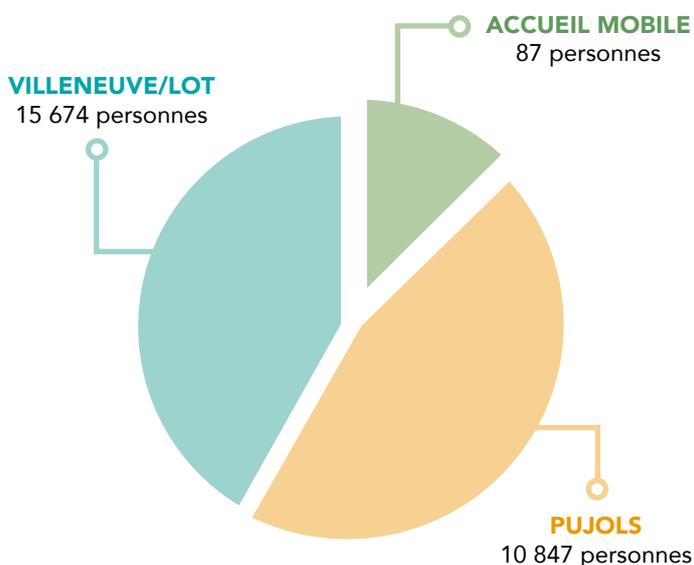
SOIT UN TOTAL DE 3509 HEURES SUR LES 2 POINTS D'ACCUEIL.

Réponses aux demandes

d'informations par points d'accueil

(en front office, par mail, par courrier)

Classé en catégorie I, les conseillères en séjour doivent maîtriser 2 langues étrangères : l'espagnol et l'anglais sont les langues utilisées.



NOMBRES DE PERSONNES RENSEIGNÉES TOUTE DEMANDES CONFONDUES EN 2019.

Le profil des clientèles accueillies

à l'Office de tourisme

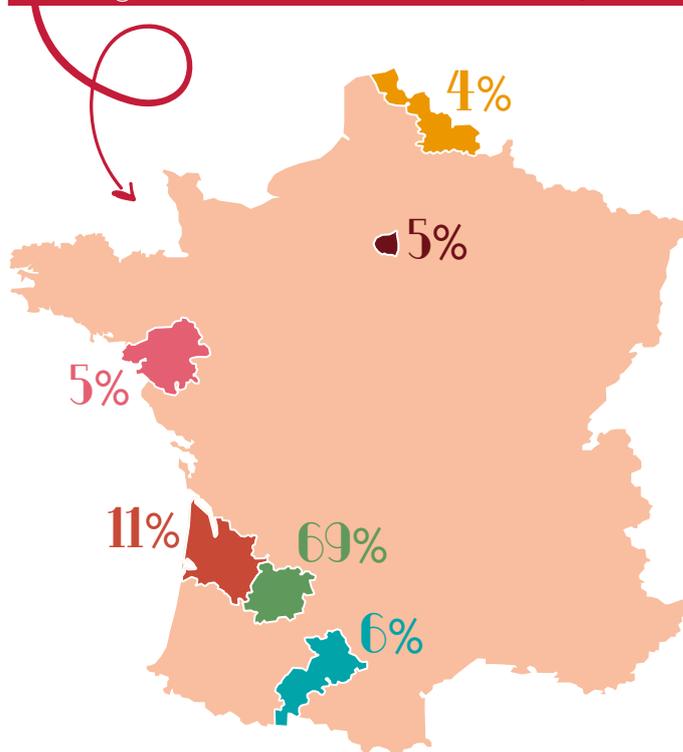
Comme dans l'ensemble du Lot-et-Garonne, la clientèle du Grand Villeneuvois est largement française, avec beaucoup de visiteurs issus du département et du Grand Villeneuvois.



L'Office de Tourisme accueille, renseigne, et propose ses services à la population du Grand Villeneuvois, en particulier sur des informations pratiques, en complément de ce qui peut être communiqué par le service accueil de la mairie de Villeneuve-sur-Lot.

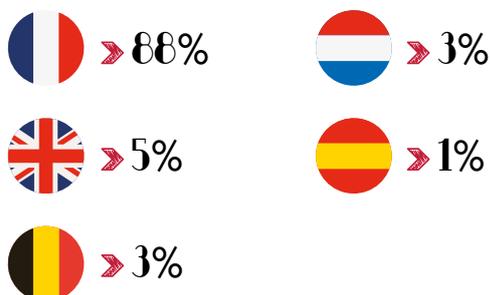


L'origine de la clientèle française



L'origine des clientèles par pays

Une clientèle essentiellement européenne.



Les centres d'intérêt de de notre clientèle

Les demandes effectuées par les touristes (*guichet, téléphone, mail, internet, et facebook*) concernent principalement les activités « **A voir/A faire** » (48 %).

48%

PATRIMOINE VISITES

En baisse de 2 points
depuis 2018.

30%

ANIMATIONS MANIFESTATIONS

En baisse de 1 point
depuis 2018.

10%

ACTIVITÉS DE PLEIN AIR

Stable depuis 2018.

8%

ACTIVITÉS NAUTIQUES

En hausse de 1 point
depuis 2018.

5%

AUTRES : GASTRONOMIE, SHOPPING...

En hausse de 2 points
depuis 2018.

» **On constate une relative stabilité** des centres d'intérêt par rapport à 2018. L'analyse des chiffres devra se poursuivre finement en raison de l'apparition de nouveaux facteurs tels que la baisse du pouvoir d'achat, les évènements géopolitiques, les facteurs climatologiques.



La clientèle reçue en Grand Villeneuvois est essentiellement **familiale en cœur de saison.**



En ailes de saison, la clientèle est plutôt **individuelle.**



L'organisation de l'accueil

- » **Tous les agents** (excepté la direction et la responsable administrative) effectuent des missions d'accueil.
- » **D'avril à octobre**, un agent en CDD vient compléter cet effectif en raison de la réouverture du PIT de Pujols.
- » **En juillet et août**, 3 saisonniers sont venus renforcer l'équipe d'accueil.
- » **Une permanence au camping** le lundi matin a été assurée.

RAPPEL DES TÂCHES DÉVOLUES AU PERSONNEL D'ACCUEIL



ACCUEIL PERSONNALISÉ, engagé et orienté pour les visiteurs des 2 pits : réception, gestion des locaux (espace numérique, espace détente, espace wifi territorial, boutique, stocks et diffusion des brochures).



VENTE de produits et de billetterie.



ACCUEIL À DISTANCE (courrier, mail, téléphone, facebook).



GESTION DES PROFESSIONNELS, distribution des pochettes de documents hébergeurs.



ENTRETIEN ET SAISIE de la base de données (mise à jour des descriptifs sur les prestataires ou les activités).



ACCOMPAGNEMENT sur la taxe de séjour.

Gestion de la base de données



1 300 fiches

sont saisies dans la base de données et disposent d'une diffusion sur tous les canaux gérés par l'Office de tourisme (*borne interactive, site internet, site mobile*) et les canaux de diffusion à l'échelle du département et de la région qui récupèrent notre information.

➤ Ces informations font également l'objet d'extractions pour alimenter les **contenus des supports papier, brochures de l'Office de Tourisme.**

➤ Une saisie d'une fiche = 10 minutes

➤ Afin d'obtenir une **information fiable et de qualité**, l'Office de Tourisme interpelle chaque fin d'année les professionnels du tourisme afin que ceux-ci mettent à jour les informations touristiques.

➤ Les professionnels ont accès à **une interface web pour accéder et mettre à jour la fiche** (*coordonnées tarifs, descriptifs, horaires, périodes d'ouverture, médias...*).

➤ Ces mises à jour sont **validées par l'Office de Tourisme.**

Les supports web

• LE SITE INTERNET



56 780 CONSULTATIONS
(chiffre en légère baisse par rapport à 2019)

Le site internet **www.tourisme-villeneuvois.fr**, s'appuie sur la base de données Sirtaqui dont sont issues les informations, il a pour objectif :

➤ **Informers les visiteurs** potentiels de l'offre de la destination (*visiteurs, hébergements, activités nature, agenda ...*).

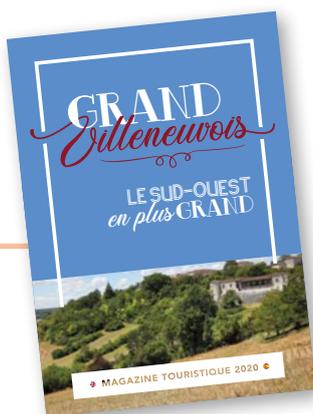
➤ **Séduire les publics** par des photos/vidéos.

➤ **Informers les professionnels** dans « l'espace Pro ».

➤ **Informers les clientèles groupes** avec possibilité de téléchargement du catalogue de programmes.

Un travail de benchmark dans la perspective du nouveau site internet, car le site actuel est vieillissant, a été réalisé au cours de l'été 2019.

Notre gamme éditoriale



MAGAZINE : 15 000 EXEMPLAIRES

Il valorise les thématiques de la destination et l'offre touristique (*diffusion : 15 points sur le Grand Villeneuvois où des tournées sont effectuées de mai à octobre*).

Le magazine est majoritairement utilisé dans les conditions d'**accès de publics dans le cadre de l'information**. Mais il est également utilisé à des fins promotionnelles avec **21 partenaires, annonceurs**. Il est traduit en anglais et néerlandais.

— FLYERS : 5000 EXEMPLAIRES
(*balades en bateau, Janouille, balades en calèches : activités organisées par l'Ot en été*)

— GUIDE GROUPES : 2300 EXEMPLAIRES

— CARTE COLLABORATIVE :
Projet commencé en 2019, en cours de finalisation en 2020, en partenariat avec les Offices de tourisme de la Vallée du Lot : OT Cœur de Bastides, OT de Fumel, service tourisme du Confluent et des Coteaux de Prayssas, OT Lot et Tolzac

— WINFLAG : Un valorisant l'Office de Tourisme, un valorisant le départ des balades en bateau à la cale de Villeneuve sur Lot

— E-AGENDA (des animations) 1000 EXEMPLAIRES distribués à l'accueil

— VILLENEUVE EN TOUTE LIBERTÉ
Français : 5000 EXEMPLAIRES
Anglais / NL : 2000 EXEMPLAIRES

— PUJOLS EN UN CLIN D'ŒIL : 5000 EXEMPLAIRES

— PUJOLS SNAPSHOT : 5000 EXEMPLAIRES

— SETS DE TABLE : 30 000 EXEMPLAIRES

— FLYERS CARTE PASS : 1500 EXEMPLAIRES



Les autres supports web

• LES RÉSEAUX SOCIAUX

Dans une démarche volontariste afin de **répondre aux nouveaux usages en matière de promotion touristique** et aux comportements de nos touristes, les réseaux sociaux ont fait l'objet d'un travail soutenu, avec l'aide d'une web agency qui nous a permis des résultats spectaculaires.

 **6740 fans** AU 31 DÉCEMBRE 2019
(3080 fans en 2018, soit +120 %)

MOYENNE DE 137 À 285 LIKES PAR PUBLICATION
(contre 15 en 2018)

➤ LES « BEST OF » DE NOS PUBLICATIONS SUR FACEBOOK EN 2019

POSTS	NBRE DE PERSONNES TOUCHÉES	NBRE DE CLICS	NBRE DE RÉACTIONS
Embrasement du clocher de Sainte Catherine	21 700	1 400	952
Nouveauté en Grand Villeneuvois : le coche solaire	24 300	925	284
Le parfait exemple du Sud-Ouest	24 800	1700	786
Allez viens, on va faire notre marché à Villeneuve-sur-Lot	26 500	1 800	1 200
Voilà ! le bateau est parti sans vous	11 200	322	1 000
Passer à côté de sa vie, c'est ne pas venir au festival du rire	20 500	703	201
Les bords du Lot et l'église Sainte Catherine	16 734	830	1 758
Pujols les groupes	13 000	750	1 300
Pujols, les 2 versants	19 200	837	1 800
Le patrimoine de Villeneuve-sur-Lot	16 100	835	2 000
Shopping de Noël	11 700	742	2 400



• LA BORNE INTERACTIVE

908
CONSULTATIONS

Cette borne **informe les visiteurs** pendant les horaires d'ouverture de l'Office de Tourisme mais aussi en dehors de ces horaires d'ouverture.

• LE WIFI TERRITORIAL

25 454
UTILISATIONS

La solution proposée par la société Noodo offre un **accès sécurisé et gratuit aux visiteurs**. Les hotspots s'inscrivent dans un réseau **déployé sur le Grand Villeneuvois** par l'Office de Tourisme (camping Lot et Bastides, Office de Tourisme Villeneuve-sur-Lot, mairie de Sainte-Livrade, mairie de Laroque-Timbaut).

• LES E-NEWS

➤ **Une e-news par semaine** (52 par an) avec une sélection d'événements sur le Grand Villeneuvois à un fichier de 980 contacts.

➤ **Cinq e-news sur les actions de l'Office de tourisme** auprès des professionnels (action stoppée en milieu d'année en raison du faible taux d'ouverture).

• LES MÉDIAS : une évolution vers la vidéo

Afin de nourrir de façon dynamique les réseaux sociaux mais aussi les écrans dynamiques de l'espace numérique :

➤ **Un reportage vidéo** avec un professionnel a été commandé : **1 vidéo générale + 3 vidéos thématiques** (Patrimoine, Environnement, et itinérance, Gastronomie et restauration). Suite à un appel d'offre où 4 agences ont répondu à notre cahier des charges, la société JM vidéo a été retenue.

➤ **34 reportages en live** pour facebook ont été réalisés par le reporter de territoire de l'Office de Tourisme.

➤ **Reportage photo** : 394 photos.

• LA PRESSE LOCALE

 **24 articles** SUR LA PRESSE LOCALE
(contacts et dossiers de presse rédigés)

Autres actions de promotion

➤ En partenariat avec le CDT 47 :

- Présence du magazine à l'aéroport de Bergerac.
- Rédactionnel sur le magazine Sud-Ouest.

➤ **Accueils de presse** : 3 (émission « tous les chemins mènent à vous sur Villeneuve sur Lot, Sainte Livrade, Cap Sud-Ouest).

L'ACCOMPAGNEMENT LA PROFESSIONNALISATION *des acteurs modèle*

L'organisation de rencontres et découvertes de la destination

Pour contribuer à une **meilleure connaissance des offres touristiques**, par l'équipe de l'Office de Tourisme, mais également pour **rapprocher l'Office de Tourisme des acteurs socioprofessionnels** ou encore tisser un lien fort entre professionnels, des éducteurs ou des temps de rencontre et d'échange sont organisés.



- Un éducteur entre hébergeurs.
- Un éducteur inter filières.
- Une mini bourse aux dépliants avec intervention de professionnels « à la une ».
- 8 éducteurs de l'équipe (Un par mois sauf été et décembre, janvier et février).

L'organisation de réunions d'informations pour la qualification de l'offre

Sur le plan de la **qualification des offres de la destination**, l'Office de Tourisme agit en tant que **relais territorial d'actions** qui sont coordonnées, sur le plan départemental et régional, dans les domaines qui suivent :

- **Le classement et la labellisation des hébergements**, et en particulier pour les locations et chambres d'hôtes (*classement officiel, labels Gîtes de France, Clévacances*).
- **L'obtention de la marque « Accueil vélo »**, label identifiant des offres adaptées à l'accueil des clientèles de cyclistes et de cyclotouristes.
- **L'obtention du label « Tourisme et Handicap »** identifiant les structures qui respectent des critères permettant l'accueil de personnes en situation de handicap.



EN 2019 : 4 RÉUNIONS ONT ÉTÉ ORGANISÉES

- 1 réunion sur le label Accueil Vélo.
- 1 réunion sur le label Pêche.
- 1 réunion avec le label Gîtes de France.
- 1 réunion avec le label Clévacances.

L'accompagnement des projets

 24

ACCOMPAGNEMENTS
sur le classement
des meublés

 2

ACCOMPAGNEMENTS
sur la labellisation
d'hébergements
(1 sur le label Tourisme et handicap,
1 pour le label Gîtes de France)

La professionnalisation des acteurs sur le numérique



2 rendez-vous particuliers
sur **L'ACCOMPAGNEMENT NUMÉRIQUE**

La valorisation de l'offre touristique



906 SAISIES D'ÉVÈNEMENTS
sur la base de données régionales Sirtaqui



394 SAISIES DE L'OFFRE TOURISTIQUE
(hébergements, restaurants, producteurs, sites de visites, activités sportives et nautiques...)



Cluedo

Contribution au Cluedo à Sainte Livrade en juin 2019 dans le cadre du partenariat : service Pays d'Art et d'Histoire, médiathèque de Sainte Livrade et Office de Tourisme.



4 SPECTACLES

de Janouille en été (Laroque-Timbaud, Casseneuil, Villeneuve-sur-Lot, Dolmayrac).



2 PARCOURS TERRA-AVENTURA

Suivi des projets des parcours Terra Aventura à Casseneuil et Laroque Timbaut.



Rando

Suivi des projets de parcours de randonnées : Chemin des Amoureux à Villeneuve-sur-Lot.



SUIVI DES PROJETS

Musée d'Eysses, réhabilitation de la Chapelle des Pénitents à Villeneuve-sur-Lot, réhabilitation de l'église Sainte Foy à Pujols, concours des maisons fleuries à Villeneuve-sur-Lot.

LA COMMERCIALISATION

En application du Code du tourisme, l'Office de Tourisme du Grand Villeneuvois peut **produire et mettre en marché et commercialiser** des séjours et des prestations de tourisme. Cette activité de nature « industrielle et commerciale » est soumise à des règles spécifiques :

- Elle se fait **en lien avec le territoire de compétence** de l'Office de Tourisme.
- Elle doit **respecter des règles de libre concurrence** et tenir compte de l'éventuelle existence d'opérateurs privés sur le territoire.
- Elle doit **respecter le droit des consommateurs**.
- Elle doit être **assurée sous le régime juridique** défini par le Code du Tourisme.

Aussi et afin d'assurer son **activité de billetterie et de distribution de séjours**, l'Office de Tourisme est titulaire d'une immatriculation au registre des « opérateurs de voyages et de séjours » établie auprès d'Atout France, sous le numéro N° IM047110007.

Service groupes

- Création de **13 produits packagés** pour 2020.
- Création d'un **catalogue** 2020.
- Envoi d'un **mailing aux prospects**.



NÉGOCIATION DE CONVENTIONS DE PARTENARIAT avec les Offices de tourisme de Lot et Tolzac, Service tourisme du Confluent et des Côteaux de Prayssas et Office de Tourisme de Fumel-Vallée du Lot.



ELABORATION D'UNE CHARTE D'ENGAGEMENT des professionnels dans la commercialisation auprès de l'Office de Tourisme dans le cadre de l'habilitation de commercialiser et d'une convention de partenariat.



VALORISATION D'UNE NOUVELLE OFFRE sur le territoire (visite de la tour de Hautefage-La-Tour, visite du musée de Gertrude Schoen à Laroque Timbaut, visite du théâtre Georges Leygues).

- Achat d'un fichier de **682 adresses comités d'entreprise** sur le Grand Sud-Ouest 31,33 et 40.
- Création d'un fichier de **111 autocaristes** en interne.



ACCUEIL DE 59 GROUPES en 2020 à la journée (stable / 2019), 2410 participants.

La Vente de la carte Pass



9 PRESTATAIRES DANS LES 2 PASS : Z'Animoland, grottes de Lastournelles, bases nautiques de Villeneuve sur Lot, musée de Gajac, visite de Penne d'Agenais ou centrale hydroélectrique ou Monsempron Libos, musée du Foie-gras, musée et ferme du Pruneau, maison de la Noisette, bateau d'Aurélien, et **14 partenaires permettant aux touristes de bénéficier de tarifs privilégiés.**

La Boutique



216 références valorisant les savoir-faire locaux (produits régionaux), librairie.



21 051 € (chiffre stable depuis 2019)



Le top 5 des meilleures ventes au point d'information tourisme de **VILLENEUVE-SUR-LOT**

- La monnaie de paris
- La médaille
- Les sachets de pruneaux 500g
- La Carte postale « Cevennes au fil de l'eau »
- Le magnet de Villeneuve-sur-Lot ex aequo avec les porte clés bois de Villeneuve-sur-Lot



Le top 5 des meilleures ventes au point d'information tourisme de **PUJOLS**

- La monnaie de paris
- Les dés
- La médaille
- Les cartes postales de Pujols
- Le magnet de Pujols

La billetterie

En 2019, l'Office de Tourisme a participé à la **distribution de 10 offres différentes :**

- Carte pêche
- Balades en bateau Ferme Lacay
- Balades en bateau Lou Vent d'Olt
- Balades en coche solaire
- Balades en calèche
- Vente de billets festival Rock
- Vente de billets Walibi
- Vente de billets Aqualand
- Réservation des animations pour le Pays d'Art et d'Histoire (37 animations)
- Réservation pour le gîte de pèlerins à Pujols

Le camping



319 030 € DE CHIFFRE D'AFFAIRES (relativement stable / 2019), toutes prestations confondues.

23 453 NUITÉES

Office de Tourisme du Grand Villeneuvois

OUVERT TOUTE L'ANNÉE

📍 Allée Federico Garcia
47300 Villeneuve-sur-Lot

☎ 05 53 36 17 30

Point d'accueil Pujols

OUVERT DE MARS À OCTOBRE

📍 Place Saint Nicolas
47300 Pujols

☎ 05 53 36 78 69

L'ÉQUIPE :

➤ **Christine SLAWINSKI**

Directrice Office de tourisme et Camping.

➤ **Isabelle COURNAC**

Responsable administrative et financière Office de Tourisme et Camping.

➤ **Valérie BERNINI**

Responsable Accueil et Qualité, référente Sirtaqui.

➤ **Adeline MOREL**

Conseillère en séjour, en charge de la taxe de séjour, du suivi des hébergements, guide conférencière, de la réservation des groupes.

➤ **Gautier ROSSO**

Chargé de communication.

➤ **Virginie TRAVERSIER**

Conseillère en séjour, en charge de la boutique, du suivi des prestataires, du réseau Fermes Lot et Bastides, des projets vélo Terra Aventura / randonnée.

➤ **Mathilde CHANUT**

Conseillère en séjour, en charge de l'agenda des manifestations, de la commercialisation.

➤ **Line CEREZUELA**

Conseillère en séjour saisonnière, assistante administrative.