



bastille

**Communauté
de communes
Fumel Vallée du Lot**

Elaboration d'une stratégie
de marketing territorial

Diagnostic

Novembre 2025

Les questions auxquelles la mission devra chercher à répondre



Qui sommes-nous ?

Qu'est-ce qui nous caractérise ?

Étape 1

Valeurs, atouts,
état d'esprit...



Comment le dire ?

Étape 2

Positionnement,
Image, récit



***Comment le crédibiliser dans
nos offres et nos actions?***

Étape 3

Stratégie
+ Campagne de
communication

Focus

Atelier collectif avec les acteurs locaux

Un atelier de travail collectif pour :

- **Co-construire le portrait du territoire** (son identité, ses caractéristiques, ses valeurs...)
- **Hiérarchiser les sujets** sur lesquels intervenir pour **améliorer l'image et l'attractivité** du territoire

Carte d'identité du territoire

Fumel Vallée du Lot
c'est : _____

Ce qu'on trouve ici et « nulle part ailleurs » : _____

Ce qui me pose problème aujourd'hui : _____

Mes caractéristiques clés : _____

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

Mes totems (sites, lieux, personnes, entreprise...) : _____

Mes temps forts (actualités, événements passés/présents...) : _____

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

Mes valeurs & leur incarnation concrète : _____

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

Mon petit truc en plus ? _____

	Niveau d'importance Essentiel	Niveau d'importance Important	Niveau d'importance Non déterminant
État d'avancement Bien avancés			
État d'avancement Les bases sont là			
État d'avancement Tout est à bâtir			

**Aménagement /
Habitat et services
du quotidien**

**Opportunités
immobilières /
accessibilité
au logement**



**Près de 20
participants**



Focus

Enquête endogène grand public (1/2)

Des outils simples pour recueillir la perception du territoire auprès du grand public, de ses habitants et non-habitants, acteurs publics et privés & informer sur la démarche (enquête **diffusée du 6 octobre au 4 novembre**)

Parlons ensemble de notre territoire !


Et si vous racontiez la Communauté de Communes Fumel Vallée du Lot ? Son histoire, ses richesses, ses initiatives, ce qui vous rend fier d'y vivre ou d'y travailler ?

Nous lançons aujourd'hui une **démarche collective** pour imaginer l'avenir du territoire. Vos perceptions, vos idées et vos attentes sont essentielles pour construire une vision partagée et durable.

Habitants, associations, entreprises, étudiants... ce sondage est le vôtre : exprimez-vous et contribuez à faire rayonner Fumel Vallée du Lot aujourd'hui et demain !

Cela prend 5 minutes

Participer à l'enquête Appuyez sur Entrée



12 → Sur une échelle de 1 à 5 (0 étant mauvaise et 5 excellente), quelle image aviez-vous de la Communauté de Communes Fumel Vallée du Lot à **votre arrivée** ?

Réponse unique

☆ ☆ ☆ ☆ ☆

1 2 3 4 5

OK

FUMEL VALLÉE DU LOT,

C'EST VOUS QUI EN PARLEZ LE MIEUX

Je réponds à l'enquête



16 → Parmi les endroits incontournables de Fumel Vallée du Lot, lequel/lesquels appréciez-vous le plus (Emblèmes, lieux à visiter, découvrir...)?

Réponse à choix multiple, 3 maximum

Vous pouvez choisir jusqu'à 3

- ☐ A Le Château de Fumel
- ☐ B Le village de Penne-d'Agenais
- ☐ C Le village de Tournon-d'Agenais
- ☐ D L'ancienne usine de Fumel
- ☐ E Le Château de Bonaguil
- ☐ F La machine de Watt
- ☐ G La voie verte
- ☐ H Autre

OK

FUMEL VALLÉE DU LOT

C'EST VOUS QUI EN PARLEZ LE MIEUX

Scannez le QRcode et répondez en 5 min ou questionnaire.

Comment parler de notre territoire ? De ses richesses et de ses différences, de toutes celles et ceux qui le rendent vivant au quotidien ?

De nombreuses initiatives ont été menées pour améliorer le cadre de vie du territoire.*

Parce que l'histoire d'un territoire s'écrit toujours collectivement, partagez vos ressentis, vos perceptions, vos attentes, pour faire émerger une vision partagée et durable.

*Quelques exemples : le Comité de développement d'urgence dans une démarche d'attractivité pour valoriser et développer son territoire ont été dirigés par le développement économique, de tourisme ou encore de patrimoine résidentiel. Une plateforme de recueil d'avis est mise à disposition des habitants et acteurs locaux.

CONTRIBUEZ À RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DE NOTRE TERRITOIRE

JE RÉPONDS À L'ENQUÊTE

SCANNEZ LE QR CODE OU RUY SUR <https://www.cc-fumelvallee-du-lot.fr>



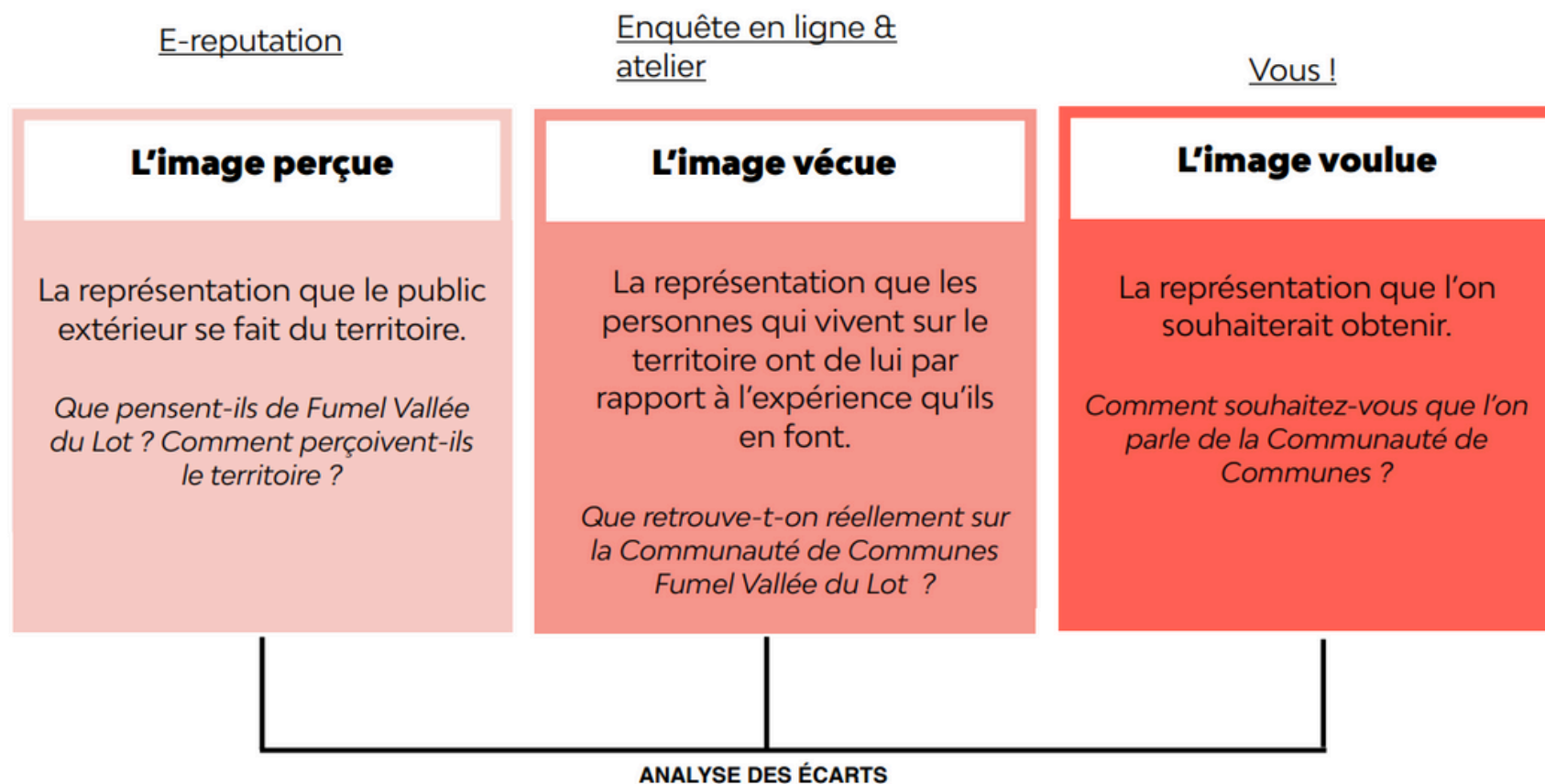

***À la clôture du sondage, nous avons
recueilli 377 réponses et nous vous en
remercions !***

***Nous avons étudié avec beaucoup
d'attention les sujets que vous avez
remontés et nous attachons à répondre
au mieux à vos besoins concrets.***

***Nous détaillons dans la suite du support
les profils des répondants ainsi que la
synthèse des résultats.***

Bonne lecture !

Méthodologie & objectifs



Focus

Enquête endogène : profils des répondants

377 réponses*

Représentation de presque **100% des communes** (à l'exception de Massels)

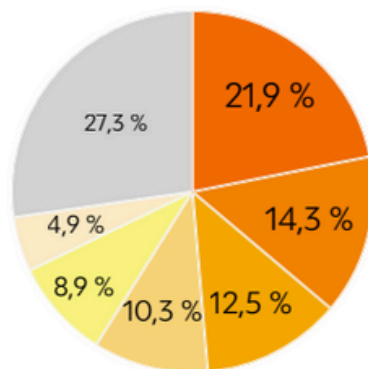
Avec une forte présence à Fumel (18% des répondants) et Montayral (10,8% des répondants)

56%

des habitants ne sont pas originaires du territoire ou n'y ont pas grandi

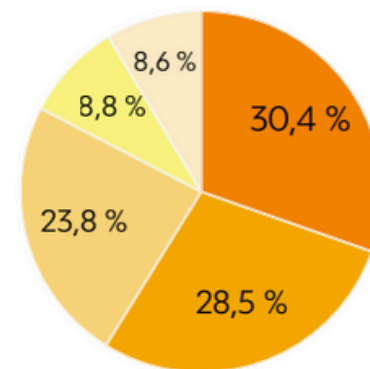
Les 6 principaux secteurs d'activités*

- Administration publique
- Santé
- Commerce, service divers
- Enseignement
- Action sociale
- Tourisme
- Autres :
Agroalimentaire, audit et conseil, banque, finance, construction, industrie etc.



Les tranches d'âge des répondants

- 35 à 49 ans
- 50 à 64 ans
- 65 ans et +
- 24 ans et -
- 25 à 34 ans



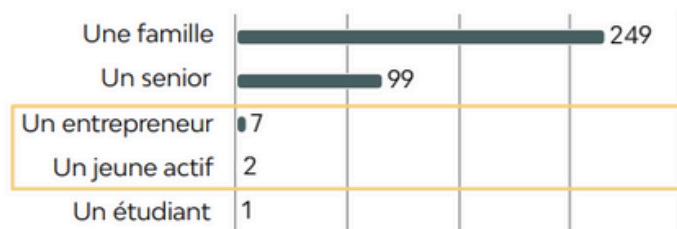
***69,8 % des répondants** travaillent sur le territoire dont **40,3 % à Fumel** et 10,4 % à Montayral

*Points de comparaison :
- Sur un territoire similaire : 239 réponses
- Sur un plus grand territoire : 467 réponses

FOCUS - Image vécue

L'attractivité économique : un axe de développement majeur

Selon vous, le territoire est un lieu de vie particulièrement adapté pour.... ?



Près d'1/3 souhaitent que la CC soit perçue comme dynamique sur le plan économique :



Parmi tous les répondants :

Seulement 1% identifient les opportunités professionnelles comme un des principaux points forts de la CC

Cette réponse arrive en 19e position des différentes réponses proposées.
Rappel du top 3 : qualité de vie et proximité avec la nature (53,5%) et coût de la vie (29,6%)

Réponses libres aux questions attachement et fierté d'appartenance au territoire :

Manque de dynamisme économique et d'emploi

« Pas de travail », « pas d'avenir pour les jeunes », « commerces qui ferment »

Peu d'opportunités professionnelles hors commerce ou tourisme.

Image d'un territoire "endormi" ou "en déclin"

L'attachement est fragilisé par une perte de vitalité économique et un manque d'avenir pour les jeunes.

Parmi les principales raisons de projets de départ du territoire :

Manque d'opportunités professionnelles :

Emplois rares ou peu qualifiés dans certains secteurs

Territoire jugé peu dynamique économiquement.

FOCUS - Image vécue

Les principales problématiques partagées

Parmi les principales raisons de déficit d'image du territoire (fierté, appartenance, et projets de départs) :

Désertification médicale

- Absence de médecins et de spécialistes citée comme l'un des premiers motifs de départ.
- Difficulté d'accès aux soins et inquiétude pour la vieillesse
- « Pas de médecin », « désert médical », « problème d'accès aux soins ».

Cadre de vie et services

- Manque de services publics, de transports, et fermetures de services de proximité (image d'un territoire enclavé, peu accessible, corrélé à un sentiment d'isolement)
- Manque d'infrastructures dédiée à la mobilité douce (dangerosité des routes pour les vélos)

Propreté, déchets et gestion du tri

- Très nombreuses mentions du système de collecte des ordures : "poubelles mal gérées", "rues sales", "tarifs élevés", "incivilités".
- Frustration liée à la nouvelle politique de gestion des déchets (redevance incitative, dépôts sauvages).

Concertation et écoute

- Au global, un sentiment de manque de transparence, de concertation et d'écoute :

Les transports & l'offre médicale arrivent en 17ème et 18ème position des principaux points forts de la CC

Image vécue : ce qu'il faut retenir

Un territoire apprécié pour sa qualité de vie mais rattaché à son passé économique enlisant qui freine le changement d'image

Les +

- La qualité de vie & le patrimoine comme points d'accroche du territoire (historique, paysager, industriel, agricole, gastronomique)
- Un tissu associatif & culturel et dynamique qui contribue très largement au bien-vivre local et à l'attachement au territoire

Les -

- Une image négative associée au passé industriel qui perdure malgré un attachement identitaire fort des habitants de longue date
- L'attractivité économique perçue comme axe de travail majoritaire (opportunités professionnelles, rétention des jeunes & talents, diversification du tissu économique...)
- Un tissu économique peu visible qui ne permet pas d'identifier un écosystème dynamique et prometteur
- Un positionnement géographique à deux vitesses (entre le Lot & la Dordogne donc théoriquement attractif mais peu accessible)
- Les services publics & médicaux jugés déficitaires

Parmi les non-originares de l'Agglomération :

33%*
**ont choisi de s'installer
sur le territoire pour
le cadre de vie**

*2ème position après raisons personnelles

Et

52,7%
**y sont installés depuis
plus + de 10 ans**

La qualité de vie figure parmi les principales raisons d'attachement au territoire

« Fumel Vallée du Lot c'est bien vivre au quotidien »



Image voulue

Entretiens, atelier & sondage

Les objectifs de cette démarche d'attractivité

Faire renaitre le sentiment d'appartenance en local

Sortir de la vision d'un territoire industriel, en déclin

Impliquer les acteurs locaux dans la démarche

Diversifier l'économie & s'appuyer sur le tourisme comme moteur

Le tourisme est vu comme un **vecteur fort** de l'économie, mais il doit être structuré

Développer les **PME** locales, les aider à moderniser leur image et attirer des **porteurs de projets**.

Attirer de nouveaux profils

Cibler les **porteurs de projets** (locaux disponibles, aides à l'installation, terrains attractifs...) & **néo-ruraux**

Être un territoire reconnu pour son cadre de vie, son savoir-vivre et ses savoir-faire

Vision

Permettre à chacun de rejoindre et de faire grandir le territoire de Fumel Vallée du Lot

- > de s'approprier la richesse de son histoire,
 - > de prendre part à la construction d'un écosystème de dialogue
- > Vers un territoire fier, uni et en mouvement

Des grandes orientations à investiguer en phase 2

**Fédérer les forces
vives et faire
rayonner le
territoire**



**Révéler une
ruralité vivante &
désirable**



**Réinventer
l'identité
économique &
industrielle**



PHASE 2 : EN COURS

*Prochaine étape : 2ème atelier de travail
autour du positionnement stratégique du territoire*