



Plan d'actions 2026

Comité
Départemental
du Tourisme
Destination Gers



POUR
LES GOURMANDS
DE LIBERTÉ





Le tourisme gersois, un bien commun

Le tourisme gersois est un bien commun. Plus qu'un moteur économique, il est un lien vivant entre habitants, visiteurs et territoires.

Alors que s'accumulent les nuages sur les budgets publics et que certains s'interrogent sur la pertinence de l'action des collectivités en la matière, je souhaite rappeler pourquoi l'intervention publique reste indispensable au développement du tourisme.

Former les acteurs, informer les visiteurs, promouvoir la destination, accompagner les projets, développer et valoriser les itinéraires, produire une donnée fiable : ces actions ne relèvent pas d'une logique commerciale, mais bien d'un service public au bénéfice de tous, service rendu notamment par les organismes de gestion de la destination (OGD : Offices de Tourisme et Comité Départemental du Tourisme), dans le cadre de véritables missions d'intérêt général.

- Former et accompagner les acteurs du tourisme, c'est professionnaliser une activité, élever ses standards de qualité et investir dans l'emploi local.
- Informer les visiteurs, produire, actualiser et diffuser une information fiable, accessible, neutre, c'est la seule garantie, dans un contexte dominé par les plateformes commerciales, d'une information non marchande, certifiée et exhaustive, valorisant aussi les offres non-commerciales (patrimoine, nature, culture, itinéraires, événements...).
- Promouvoir la destination départementale dans sa globalité, c'est assurer la visibilité, valoriser un territoire entier, au bénéfice de tous les acteurs, petits et grands, dans le cadre d'une solidarité territoriale. C'est aussi choisir l'échelle la plus pertinente pour communiquer sur des destinations autrement invisibles sur le marché.
- Accompagner les élus, les associations, les porteurs de projets, les prestataires touristiques, c'est permettre à tous les acteurs, même les plus modestes, d'accéder à un conseil de qualité.
- Développer et valoriser des infrastructures de mobilité douce, c'est contribuer à l'attractivité globale d'un territoire. Les itinéraires cyclables, sentiers de randonnée, aires d'accueil, signalétiques touristiques ou points de vues sont des biens collectifs entretenus et valorisés par les collectivités et les OGD dans le cadre de politiques publiques d'intérêt général manifeste : aménagement du territoire, santé publique, mobilité durable...
- Produire une donnée fiable (fréquentation, consommation, flux, tendances...), c'est contribuer à la connaissance du territoire, éclairer la décision et permettre une planification des politiques publiques et privées.

Sans ces missions, il n'y a plus de stratégie touristique crédible, plus de montée en qualité, ni de cohérence territoriale. Leur financement et leur reconnaissance ne sont donc pas des dépenses, mais un investissement collectif au service du bien commun et de l'avenir de nos territoires.



L'année 2026 marquera une nouvelle étape dans la trajectoire du Comité Départemental du Tourisme Destination Gers.

Fidèle à ses missions de développement, de qualification et de promotion de la Destination, le CDT poursuivra son action en s'adaptant aux transformations du secteur et aux attentes renouvelées des clientèles et des territoires.

Depuis deux ans, de nouvelles pratiques de travail collectif ont été initiées : animation en intelligence partagée, renforcement de la coordination avec les Offices de Tourisme, création de groupes de travail thématiques associant l'ensemble des partenaires, intégration progressive de l'intelligence artificielle dans nos outils et méthodes. Ces évolutions traduisent une volonté claire : celle de moderniser nos modes d'action tout en consolidant la dynamique collaborative qui fait la force du tourisme gersois.

En 2026, plusieurs projets viendront conforter cette démarche :

- La diffusion de données clientèles actualisées, issues de l'enquête mutualisée menée avec la Région, qui nous permettra de confronter notre stratégie de développement touristique aux nouvelles habitudes et aspirations de nos visiteurs ;
- L'aboutissement du site internet collaboratif, nouvelle vitrine moderne, performante, durable et inclusive de la Destination Gers ;
- La transformation de la stratégie des Clubs Marque avec notamment une nouvelle dynamique du réseau Terra Gers®, afin de renforcer la lisibilité et la cohérence de la marque départementale ;
- Le développement du volet "Paysages", véritable atout d'attractivité et de différenciation du Gers, pour valoriser notre patrimoine naturel et culturel et nourrir le récit identitaire du territoire ;
- L'accélération de la stratégie d'accompagnement et de montée en compétence des acteurs du tourisme, au travers de formations et de projets partagés tel que le guide d'accompagnement des porteurs de projet d'hébergements touristiques.

Autant de projets qui s'ajoutent aux axes forts de ce plan d'actions 2026 : la qualification de l'offre, la structuration des itinérances et des mobilités douces, la valorisation de l'oénotourisme, la communication et la promotion de la destination en France et à l'international (avec une volonté de développer des partenariats avec des émissions de télévision telles que Des Racines et des Ailes ou encore Météo à la Carte).

Enfin, ce plan prépare l'avenir. Au 1er septembre 2026, le Comité Départemental du Tourisme deviendra l'Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme du Gers, une évolution naturelle et ambitieuse.

Cette évolution viendra conforter le rôle d'ingénierie, de coordination et de rayonnement du CDT, au service d'un tourisme gersois toujours plus durable, responsable et fédérateur. Mais elle permettra aussi d'élargir les missions du CDT à d'autres cibles (étudiants, professionnels...) pour faire en sorte que notre territoire reste vivant, dynamique, attractif pour tous.

Cette nouvelle étape s'inscrit dans la continuité d'un travail collectif mené avec conviction par l'ensemble des partenaires publics et privés du territoire.

Ensemble, nous poursuivons un objectif commun : faire du Gers une destination d'excellence, vivante, accueillante et exemplaire.

Élodie LANAVE



Les missions du Comité Départemental du Tourisme visent à maintenir et à développer l'attractivité de la Destination Gers.

Le CDT développe des compétences au service de tous :

- Observation économique,
- Formation et accompagnement des acteurs touristiques,
- Structuration et qualification de l'offre touristique gersoise,
- Promotion et communication de la Destination.

Il est structuré autour de 2 pôles :



1°/ Pôle d'ingénierie, développement, qualification & observatoire économique au service de tous les acteurs tourisme, professionnels, collectivités, porteurs de projets, Offices de Tourisme pour :

- Structurer et développer une offre de tourisme durable en cohérence avec le positionnement marketing de la Destination Gers,
- Conseiller et accompagner les porteurs de projets et les territoires : le CDT Destination Gers accompagne chaque professionnel du tourisme, depuis la création de leur entreprise jusqu'à leur mise en marché en adéquation avec les valeurs d'un tourisme durable et responsable.
- Qualifier l'offre : intégrer une marque ou un label est un moyen de définir clairement le positionnement de son établissement : mettre en avant ses atouts, se démarquer face à la concurrence, ne pas passer inaperçu et s'assurer de proposer une prestation de qualité.
- Conseiller et accompagner les porteurs de projets et les territoires : le CDT Destination Gers accompagne chaque professionnel du tourisme, depuis la création de leur entreprise jusqu'à leur mise en marché.

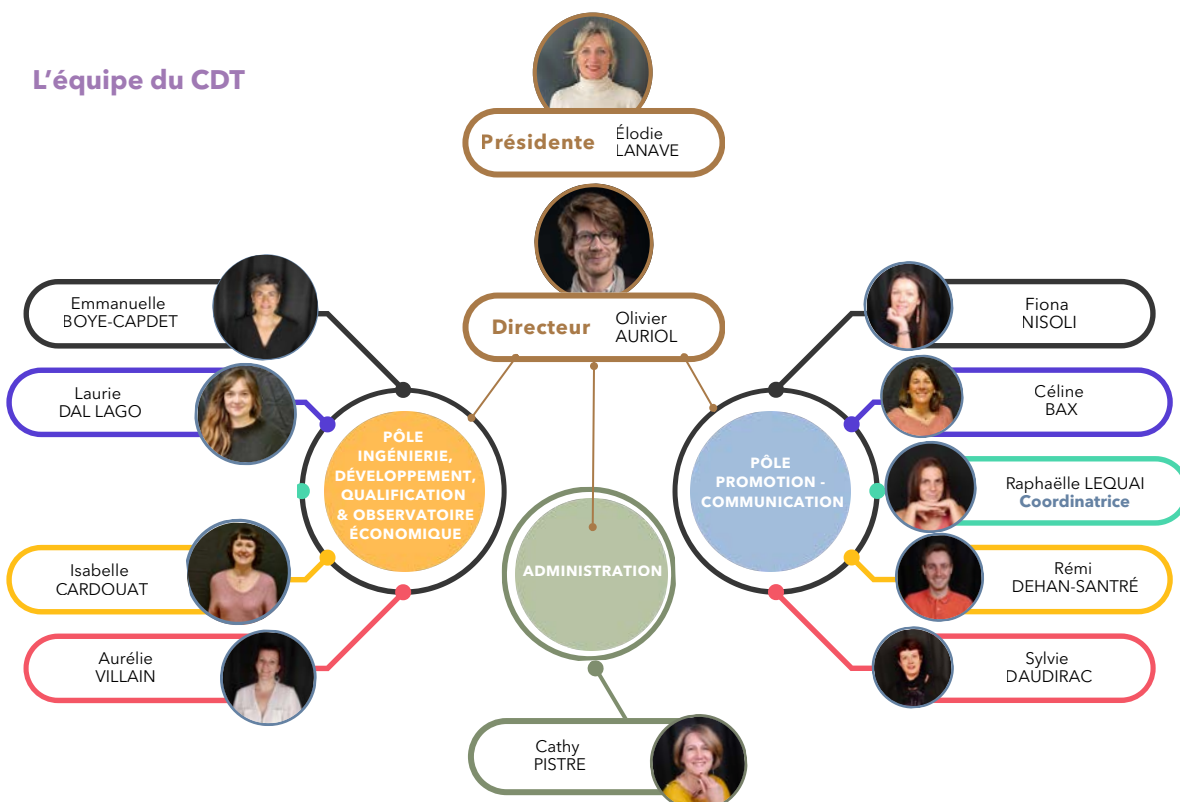


2°/ Pôle Promotion & Communication pour promouvoir le territoire en France et à l'international, valoriser l'offre touristique et de loisirs du Gers, notamment celle en lien avec le Slow Tourisme, auprès des habitants, des touristes et des visiteurs.

- Qualifier et actualiser l'offre touristique (Système d'Informations Touristiques).
- Gérer et mettre à disposition de tous des contenus multimédias (Informathèque).
- Promouvoir la Destination Gers auprès du Grand Public (BtoC) : communication digitale, sites internet, réseaux sociaux, newsletters, supports de promotion, salons et événementiel, campagnes de promotion partenariales....
- Travailler le BtoB (relations presse en France et à l'international, tour-opérateurs, agences de voyages).
- Connaître, fidéliser, séduire les cibles de clientèle (Gestion Relation Client - GRC) en partenariat avec Gers Réservation.



L'équipe du CDT



CARTE D'IDENTITÉ

Superficie : 6 257 km²
Population : 192 649 habitants
Densité de population : 31 habitants/km²
461 communes



6 territoires de caractère, 1 identité commune :

- ♦ Armagnac,
- ♦ Arrats et Save,
- ♦ Astarac,
- ♦ Auch et son Pays,
- ♦ Lomagne,
- ♦ Val d'Adour.

Un patrimoine reconnu par des labels nationaux :



3 Stations thermales :

- ♦ Castéra-Verduzan,
- ♦ Cazaubon/Barbotan-les-Thermes,
- ♦ Lectoure.

Un événementiel fort :

Des manifestations toute l'année et sur l'ensemble du territoire : Circuit Paul Armagnac de Nogaro, Jazz in Marciac, Festival de Bandas y Peñas à Condom, Festival CIRCA à Auch, Festival d'Astronomie à Fleurance, Welcome in Tziganie à Seissan, Sam'Africa à Samatan, ...

Un réseau d'offices de tourisme dynamique :

12 offices de tourisme, 1 service tourisme communautaire et 21 bureaux d'informations touristiques.



1,9 MILLION DE VISITEURS



NUITÉES TOURISTES : 5,9 MILLIONS

- **70 %** de nuitées touristes français
Top 3 : Haute-Garonne, Gironde, Paris.
- **30 %** de nuitées touristes étrangers
Top 3 : Royaume-Uni, Pays-Bas, Espagne.



EXCURSIONS : 8,4 MILLIONS

- **87 %** d'excursions françaises
Top 3 : Haute-Garonne, Hautes-Pyrénées, Lot-et-Garonne.
- **13 %** d'excursions étrangères
Top 3 : Royaume-Uni, Espagne, Pays-Bas.

Saisonnalité des nuitées

- **34 %** en juillet-août
- **66 %** hors été
- **68 %** sur la saison (avril à septembre)
- **32 %** hors saison

Dépenses touristiques

€ **323 MILLIONS D'€** de dépenses dans le Gers, soit un apport de **1 680 €** par an et par habitant

Taxes de séjour



920 000 € perçus par les collectivités locales en 2023

Emplois



3 523 emplois générés par la présence de touristes (données 2021)

Données de fréquentation



Loisirs

277 300 entrées



Patrimoine

389 200 visiteurs



Événementiel

243 600 visiteurs

453 100 entrées totales,
dont **380 300** payants



Thermalisme

13 100 curistes

3 900 accompagnants



Oenotourisme

50 300 visiteurs



Offices de tourisme

66 900 demandes

d'informations au comptoir



LA COMMUNICATION DU CDT :

- Posts sur LinkedIn,
- Newsletter @ctugers,
- Accès pro du CDT www.pro.tourisme-gers.com



Pages 10
à 17



I DONNÉES RESSOURCES INFORMATIONS

Pages 18
à 23



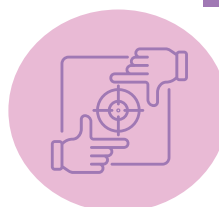
II ANIMATION ACCOMPAGNEMENT DES TERRITOIRES & DES SOCIO-PROFESSIONNELS

Pages 24
à 33



III PROMOTION DE LA DESTINATION GERS

Pages 34
à 46



IV LES FOCUS 2026

Une démarche structurée et continue au service de la Destination Gers

Le Plan d'actions 2026 du Comité Départemental du Tourisme Destination Gers s'inscrit dans la continuité d'une stratégie globale et partagée, fondée sur un enchaînement d'étapes complémentaires assurant la cohérence et l'efficacité de l'action touristique départementale.

Page 10



I - Connaître, comprendre et observer pour agir

La maîtrise et l'analyse de la donnée constituent le socle de toute décision.

Grâce à l'Observatoire économique, au Système d'Informations Touristiques départemental, le CDT collecte, qualifie et valorise des informations fiables sur l'offre, la fréquentation, les clientèles et les dynamiques territoriales. Ces outils permettent d'observer, de comprendre et d'anticiper les évolutions du tourisme gersois, tout en offrant un appui à la décision pour les acteurs publics et privés. L'Informatèque permet, quant à elle, de consulter, de partager, de diffuser des multimédias pour valoriser la Destination Gers.

Page 19



II - Animer, accompagner et fédérer

Sur cette base de connaissance partagée, le CDT conduit une politique d'animation et d'accompagnement au service des territoires et des professionnels du Tourisme.

Formation, structuration des réseaux, appui à la qualité, transition durable et innovation dans les pratiques illustrent la volonté de renforcer les compétences et la cohésion de l'ensemble des acteurs de la Destination.

Page 25



III - Promouvoir la Destination Gers

La promotion constitue la traduction visible des effets de cette dynamique collective.

À travers les éditions départementales, la communication digitale, les relations presse, les campagnes partenariales, le CDT œuvre à la valorisation de l'image du Gers en France et à l'international, dans une logique de tourisme responsable et durable, fidèle à l'esprit du Slow Tourisme.

Page 34



IV - Focus 2026 : consolider les actions structurantes

Les focus 2026 s'inscrivent dans la continuité des démarches engagées : le développement de l'œnotourisme, des activités de pleine nature et des mobilités douces, la valorisation des paysages et la dynamique Terra Gers® sont les focus 2026. Ils traduisent une volonté de poursuivre et renforcer les actions structurantes qui fondent la cohérence, la qualité et l'attractivité de la Destination Gers. Ils n'oublient pas les autres marqueurs identitaires qui font l'attractivité touristique du département : gastronomie, culture, convivialité, famille...



I - DONNÉES / RESSOURCES / INFORMATIONS



OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE

- Analyse des flux touristiques, de l'offre et de la demande
- Valorisation et diffusion de la donnée
- Enquête de clientèle : suite et fin - Analyse des données

FICHES

1
& 2

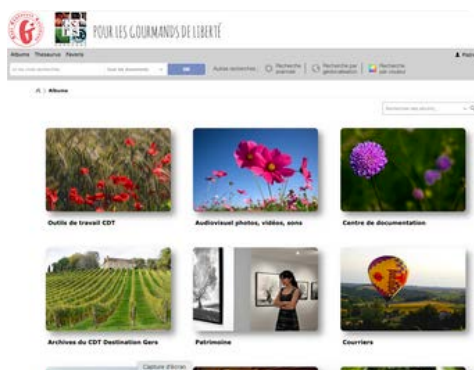


SYSTÈME D'INFORMATIONS TOURISTIQUES DÉPARTEMENTAL QUALIFICATION, DIFFUSION ET PARTAGE DES DONNÉES TOURISTIQUES

- Animateur territorial Apidae
- Qualification et gestion de la donnée touristique

FICHE

3



INFORMATHÈQUE DÉPARTEMENTALE AJARIS WWW.PHOTO.TOURISME-GERS.COM

- Gestion de l'outil permettant d'illustrer et promouvoir et séduire par l'image

FICHE

4



GESTION DE LA RELATION CLIENT : LES LEVIERS D'ACQUISITION ET ACTUALISATION DE LA DONNÉE

- Conquête de prospects

FICHE

5



OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE

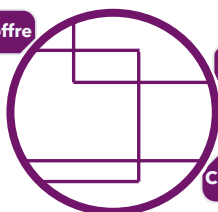


OBJECTIFS STRATÉGIQUES

L'Observatoire Économique du CDT a pour mission de suivre l'activité touristique de la Destination Gers.

Ses principaux domaines d'intervention sont :

Suivi et analyse de l'offre



Suivi et analyse de l'activité

Connaissance de la clientèle



BUDGET PRÉVISIONNEL

- 22 400 €.
- Temps agent.



PARTENAIRES

- L'Observatoire Économique travaille en réseau avec le CRTL Occitanie et les observatoires des CDTs/ADTs de la Région Occitanie, au sein duquel différents outils ont été mutualisés.
- Il analyse et diffuse les données de Flux Vision Tourisme Orange Business, de l'INSEE, de LightHouse, de l'Agence Française des Chemins de Compostelle (AFCC), du Conseil Départemental du Gers (eco-compteurs), de la taxe de séjour....
- Il co-pilote un groupe de travail avec les Offices de Tourisme visant à partager des bonnes pratiques et optimiser l'analyse des données comme par exemple la taxe de séjour.

L'Observatoire Économique publie différents documents tout au long de l'année, afin de valoriser les données recueillies :

1- BILAN SYNTHÉTIQUE / FOCUS THÉMATIQUES

- Contenu : analyse et compilation des données de l'INSEE, de la répartition de l'offre dans l'hébergement marchand, des flux touristiques, de la fréquentation du patrimoine, des loisirs, du thermalisme ou de l'événementiel....

NOUVEAUTÉ

- Mise à jour du questionnaire Bons Crus d'Artagnan® / Vignobles & Découvertes.

NOUVEAUTÉ

- Intégration des indicateurs issus de l'enquête de clientèle.

2- ENQUÊTES DE CONJONCTURE EN PARTENARIAT AVEC LE CRTL OCCITANIE

- Afin de suivre l'évolution de l'activité touristique «au plus près», l'Observatoire Économique du CDT Destination Gers réalise chaque mois, sur la saison touristique, une enquête de conjoncture.
- Un panel représentatif de professionnels est interrogé via une enquête en ligne, commune au CRTL Occitanie et à l'ensemble des CDTs/ADTs de la Région Occitanie.

• Les résultats de cette enquête sont disponibles soit :

- Sous format de note, avec analyse des réponses, si suffisamment de répondants,
- Sous format brut permettant d'avoir des tendances mensuelles.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- 1 bilan synthétique.
 - 18 focus thématiques.
- en mai 2026



PLANNING PRÉVISIONNEL NOMBRE DE PUBLICATIONS PAR AN

- 1 bilan en octobre.





3- SUIVI MENSUEL DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

- Comparaison des flux touristiques de mois à mois et cumul annuel des nuitées touristes (analyse complète lors du bilan).
- Analyse de l'ensemble des données des flux de l'année 2025.
- Analyse des territoires ayant souhaité observer leur zone avec Flux Vision Tourisme.
- Suivi des réservations avec la Centrale Départementale de Réservation (AGTG).

4- TABLEAUX DE BORD ANNUELS DES TERRITOIRES

- Ces documents recensent les données disponibles par territoire.
- On y retrouve les capacités d'accueil, les fréquentations et l'emploi par EPCI.

5- TAXE DE SÉJOUR

- En 2024, un groupe de travail Offices de Tourisme / CDT sur la taxe de séjour a été mis en place.
Après une première année d'harmonisation des tableaux d'analyse, un premier indicateur peut être utilisé : le nombre de nuitées.

NOUVEAUTÉ

- Un atelier à destination des personnes en charge de la collecte de la taxe de séjour sera mis en place pour une sensibilisation sur l'importance des informations, le travail de vérification et de collecte, et les indicateurs à prendre en compte.

6- PERFORMANCES NUMÉRIQUES

Performances mensuelles des réseaux sociaux du CDT Destination Gers.



PLANNING PRÉVISIONNEL NOMBRE DE PUBLICATIONS PAR AN

- 9 de mai à janvier.
- 1 analyse complète lors du bilan.



PLANNING PRÉVISIONNEL NOMBRE DE PUBLICATIONS PAR AN

- 1 sur chaque EPCI en septembre.



PLANNING PRÉVISIONNEL NOMBRE DE PUBLICATIONS PAR AN

- 1 publication en octobre.



PLANNING PRÉVISIONNEL NOMBRE DE PUBLICATIONS PAR AN

- 12 publications mensuelles.



OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE

L'OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE, C'EST ÉGALEMENT :

OUTIL COMPTAGE DESTINATION GERS

Outil développé par le CDT et utilisé par la quasi-totalité des Offices de Tourisme et quelques prestataires du tourisme ; il compte et qualifie les contacts.

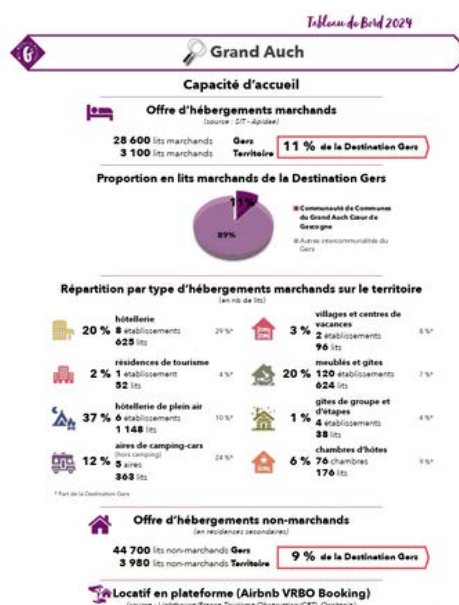
NOUVEAUTÉ

RÉFLEXION SUR LA DISPONIBILITÉ DE LA DONNÉE

Avec le développement de l'Intelligence Artificielle, il est nécessaire de réfléchir à ce que l'ensemble des données de l'observation économique soit bien identifié par l'IA et que les informations sur l'accès pro deviennent sa "référence".

DOCUMENTS INTERNES

- Cartographie.
 - Notes Contrat de territoire...
- Autant que de besoins.



CONTACT

Aurélien VILLAIN
Responsable de l'Observatoire Économique
+33 (0)5 32 66 05 91
obseco1@tourisme-gers.com





ENQUÊTE MUTUALISÉE DE CLIENTÈLE : SUITE ET FIN - ANALYSE DES DONNÉES

ANALYSE DES DONNÉES TRAITÉES AU NIVEAU DÉPARTEMENTAL.

Le CDT analysera en 2026 les données issue de l'enquête de clientèle mutualisée réalisée avec le CRTL Occitanie et les autres départements d'Occitanie et menée par la société IPSOS (BVA Xsight).



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- **Remise à jour des indicateurs départementaux :**
 - Dépenses moyennes,
 - Durée de séjours,
 - Budget global de séjour.
- **Analyse des résultats au niveau des territoires.**
- **Analyse des données départementales concernant :**
 - L'œnotourisme,
 - L'agritourisme,
 - Le thermalisme,
 - Les activités de pleine nature,
 - La mobilité,
 - Les résidences secondaires...

(sous couvert de données représentatives sur l'ensemble de l'année et la validation d'IPSOS).



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.
- 170 000 € HT
dont part CDT 32 : 10 000 € sur 3 ans.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Réalisation et publication de l'enquête en 2026.
- Nombre d'analyse et de focus publiés.



PARTENAIRES

- CRTL Occitanie.
- ADTs/CDTs d'Occitanie.
- Bureau d'études IPSOS (BVA Xsight).



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

Aide à la connaissance des clientèles :

- CDT Destination Gers.
- Ensemble des professionnels du tourisme.
- Porteurs de projets.
- Élus locaux,
- Chambres consulaires...



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Mars 2025 à mars 2026 : déroulement de l'enquête 2025.
- Été 2026 : publication des résultats par IPSOS (BVA Xsight).
- 2ème semestre 2026 : analyse et publication des données traitées départementalement.

CONTACT



Aurélie VILLAIN

Responsable de l'Observatoire
Économique

+33 (0)5 32 66 05 91

obseco1@tourisme-gers.com



SYSTÈME D'INFORMATIONS TOURISTIQUES DÉPARTEMENTAL

QUALIFICATION, DIFFUSION ET PARTAGE DES DONNÉES TOURISTIQUES

Optimiser et animer le Système d'Informations Touristiques Départemental afin de garantir une donnée fiable, partagée au service de l'Observatoire Economique et de la promotion de la Destination.

LE CDT EST L'ANIMATEUR DÉPARTEMENTAL DU SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUES APIDAE



- Suivi des fonctionnalités du SIT.
- Interlocuteur privilégié entre les animateurs Apidae locaux et Apidae.
- Animation de la « Team Apidae Gers » destinée aux utilisateurs Apidae des Offices de Tourisme du Gers :
 - 12 rencontres mensuelles (en visio),
 - 2 rencontres annuelles (présentiel).
- Relais avec le Pôle Développement du CDT pour la gestion des hébergements, les besoins de l'Observatoire Économique.
- Suivi des process de réception de données :
 - Passerelle Gîtes de France,
 - Passerelle Office de Tourisme Coeur Sud-Ouest via la CRTL Occitanie.
- Suivi des process de diffusion de données :
 - Passerelles SIT / Sites web,
 - Passerelle Datatourisme,
 - Passerelle Cirkwi.
- Suivi des rencontres Data avec le CRTL Occitanie.
- Participation aux rencontres nationales des animateurs départementaux Apidae :
 - 1 mensuelle en visio,
 - 1 séminaire annuel.
- Participation aux commissions nationales spécifiques de classification de la donnée.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Favoriser le travail collectif avec les Offices de Tourisme, les labels et les filières
- Renforcer l'efficacité collective et mutualiser les ressources
- Avoir une donnée touristique qualifiée et fiable.
- Diffuser en temps réel sur les bases de données des partenaires et des outils numériques.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.
- 25 000 € d'abonnement annuel (CDT+Offices de Tourisme)
dont part CDT : 14 280 €.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Statistiques de connexion.
- Statistiques de mises à jour.
- Tableau de bord.



PARTENAIRES

- Offices de Tourisme.
- Labels d'hébergements.
- Filières.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Toute l'année.

CONTACT



Céline BAX

Responsable de la donnée & outils numériques

+33 (0)5 32 66 20 07

centredoc@tourisme-gers.com



INFORMATHÈQUE DÉPARTEMENTALE AJARIS

WWW.PHOTO.TOURISME-GER.S.COM

Enrichir, organiser et valoriser l'informathèque départementale afin de soutenir la promotion de la destination et les besoins des partenaires.

1- GESTION DE L'OUTIL

- Gestion des demandes d'ouverture de comptes et de mises à disposition du fonds photographique pour les professionnels du tourisme, la presse, les agences de voyages et tours opérateurs....
- Gestion des enregistrements, indexation et droits de diffusion des nouveaux objets multimédias (photos, vidéos, affiches, logos, documents divers, articles de presse et PQR...).
- Gestion rigoureuse des droits d'auteur et des droits à l'image.

NOUVEAUTÉ

2- OPTIMISATION DE L'OUTIL AJARIS

Réalisation d'un travail de fond sur l'Informathèque départementale, jamais entrepris depuis sa création : tri, classement et suppression des images obsolètes, redondantes ou de faible qualité, afin de ne conserver qu'un fonds photographique cohérent, valorisant et représentatif de la Destination Gers.

Ce travail permettra d'optimiser l'outil, d'en faciliter l'usage au quotidien et d'améliorer la qualité globale des visuels diffusés.

NOUVEAUTÉ

3- ENRICHISSEMENT DE NOUVEAUX MÉDIAS

Lancement d'un projet collectif de collections de rushs vidéo organisé par le CDT en partenariat avec les Offices de Tourisme, les filières...



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

Collecter et organiser collectivement des visuels de qualité pour illustrer, promouvoir, et séduire par l'image ; tout en veillant aux droits d'auteur.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.
- Budget Ajaris : 7 900 €.
- Budget collection Rushs : 2 500 €.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Statistiques de connexion à Ajaris.



PARTENAIRES

- Offices de Tourisme.
- Communautés de Communes.
- Filières...



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Gestion de l'outil : toute l'année.
- Projet collectif rushs vidéos : lancement au second semestre.



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

- Acteurs du tourisme gersois.
- Médias.
- Tours Opérateurs.
- Agences de Voyages

CONTACT



Sylvie DAUDIRAC

Responsable de la photothèque

+33 (0)5 62 05 87 43

phototheque@tourisme-gers.com



GESTION DE LA RELATION CLIENT : LES LEVIERS D'ACQUISITION ET D'ACTUALISATION DE LA DONNÉE

Dans le cadre de sa stratégie de GRC départementale et régionale, le CDT, en collaboration avec Gers Réservation, travaille en permanence sur sa base de données contacts. Pour cela, il met en place des actions de collecte et d'analyse de la donnée pour optimiser les actions d'animation auprès de ses prospects et clients.

1- COLLECTE DE LA DONNÉE

- Sources de collectes existantes :
 - Site internet : téléchargement du Passeport Privilège et des éditions, abonnement aux newsletters,
 - Salons : jeux concours,
 - Outil comptage.
- Actions départementales :
 - Animation du groupe de travail CDT / Gers Réservation / Offices de Tourisme,
 - 2 jeux concours Facebook leads en partenariat avec Gers Réservation.
- Actions régionales avec le CRTL Occitanie :
 - Réunions trimestrielles de coordination des actions,
 - 2 jeux concours avec la participation de Gers Réservation.

NOUVEAUTÉ

2- QUALIFICATION DE LA DONNÉE

Mise en place d'une stratégie de nettoyage de la base de données Contacts, avant le changement de l'outil d'e-mailing, pour gagner en efficacité.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Accroître le nombre de nouveaux contacts.
- Avoir une base de données contacts saine et actualisée.
- Améliorer la délivrabilité des campagnes de newsletters.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.
- Actions départementales : 2 200 € (1 600 € de sponsoring Réseaux Sociaux par le CDT + 600 € de dotations en séjour de Gers Réservation).
- Actions régionales avec le CRTL Occitanie : 600 € de dotation en séjour de Gers Réservation.



PARTENAIRES

- Gers Réservation.
- CRTL Occitanie.
- Offices de Tourisme du Gers.



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

- Cibles : le Grand Public (prospects et clients).
- Bénéficiaires : les partenaires.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Tout au long de l'année.
- Mise place du nouvel outil : avril.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Augmentation du nombre de contacts qualifiés sur l'année.
- Amélioration des indicateurs de performance.

CONTACT



Fiona NISOLI

Responsable Gestion Relation Clients
& Événementiel

+33 (0)5 62 05 95 95

promotion@tourisme-gers.com



II - ANIMATION / ACCOMPAGNEMENT DES TERRITOIRES ET DES SOCIO-PROFESSIONNELS



ACCOMPAGNEMENT DES OFFICES DE TOURISME

- Dynamique collective CDT / Offices de Tourisme
- Accompagnement Qualité des Offices de Tourisme - Destination Excellence

FICHE

6



DÉVELOPPEMENT DES RÉSEAUX PROS

- Les Rencontres du tourisme gersois

FICHE

7



JOURNÉES "DANS LES COULISSES DU TOURISME GERSOIS"

- Les Éductours

FICHE

8



ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

- Accompagnement des porteurs de projets touristiques
- Déploiement du guide d'accompagnement des porteurs de projets

FICHE

9



SUIVI ET ACCOMPAGNEMENT DE L'USAGE DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE DANS LES MÉTIERS DU TOURISME GERSOIS

FICHE

9



ACCOMPAGNEMENT DES OFFICES DE TOURISME

Au sein du CDT, le Relais Territorial chargé de l'animation des Offices de Tourisme est le partenaire pour échanger, partager et agir en créant des services adaptés et des outils en phase avec les besoins et évolutions du secteur touristique.

1- DYNAMIQUE COLLECTIVE CDT / OFFICES DE TOURISME



- **Co-organisation du 2ème RDV de réseau annuel "le Gers en Mêlée" des équipes CDT / Offices de Tourisme :**
 - 1 journée de rencontre technique entre tous les agents pour créer du lien, dynamiser nos partenariats et être plus efficace dans nos missions partagées.
- **Suivi des groupes de travail collectif CDT / Offices de Tourisme sur divers thèmes communs pré-identifiés :**
 - Gagner en technicité, efficacité et aller dans le même sens (base de données touristiques départementale, observation économique, site internet collectif mutualisé, éditions touristiques départementales, réseaux sociaux, accompagnement des porteurs de projets...).
 - Bilan des actions réalisées, nouvelles orientations identifiées en fonction des besoins.



PARTENAIRES

- Équipes salariées des Offices de Tourisme et du CDT.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Le Gers en Mêlée : 3 février 2026.
- RDV groupes de travaux collectifs : toute l'année.

2- ACCOMPAGNEMENT QUALITÉ DES OFFICES DE TOURISME DESTINATION EXCELLENCE

L'évolution de Qualité Tourisme vers le label Destination d'Excellence répond aujourd'hui à des enjeux majeurs en faveur d'un accueil et d'un tourisme plus responsable.

- **Appui à la mise en application du référentiel DEX avant leur audit national pour :**
 - Office de Tourisme Grand Auch Coeur de Gascogne,
 - Office de Tourisme Armagnac & d'Artagnan,
 - Office de Tourisme municipal Cazaubon / Barbotan-les-Thermes.



PLANNING PRÉVISIONNEL

3 sessions :

- Février - avril - décembre 2026.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.
- Facturation par niveau d'assistance.

3-MONTÉE EN COMPÉTENCES DES OFFICES DE TOURISME

- Accompagnement aux stratégies de territoires et plans d'actions locaux des Offices de Tourisme.
- Appui au montage de dossier de classement en Catégorie et plan de formations des Offices de Tourisme.
- Accompagnement aux stratégies d'accueil sur les territoires (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information -SADI-, Espaces d'accueil Offices de Tourisme, réseaux de pros...).



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Mutualiser les expertises au service des acteurs du tourisme et de la Destination Gers.
- Accompagner les Offices de Tourisme dans leur organisation qualité pour qualifier leur montée en compétence.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Questionnaire de satisfaction,
- Nombre de participants.

CONTACT



Emmanuelle BOYÉ-CAPDET

Responsable Mise en Réseau des Territoires & des Activités de Pleine Nature

+33 (0)5 62 05 87 39

territoires@tourisme-gers.com



7

DÉVELOPPEMENT DES RÉSEAUX PROS : LES RENCONTRES DU TOURISME GERSOIS

Les Rencontres du Tourisme Gersois sont le rendez-vous annuel incontournable des acteurs du tourisme, des filières et des partenaires du territoire. Elles marquent officiellement le lancement de la saison touristique et offrent à chacun l'occasion de renforcer et structurer ses réseaux.

Cet événement combine ateliers pratiques, conférences inspirantes et temps d'échanges conviviaux autour d'un objectif partagé : accompagner concrètement les professionnels dans l'évolution de leurs activités. Véritable laboratoire collectif, les Rencontres du Tourisme Gersois invitent à s'engager, à partager des idées et à construire ensemble un modèle soutenable, désirable et profondément ancré dans l'esprit gersois.

• Une journée est organisée en divers temps :

Un temps d'échanges, de réseautage et de synergies professionnelles : un temps de conférences, de partages d'expériences autour d'une thématique, de témoignages d'experts, de débats.... :

- Un temps de déjeuner convivial,
- Un workshop / temps de partenariat entre professionnels et forum d'échanges,
- Un temps de visite / découverte et immersion du site qui nous accueille cette année

• Un moment unique pour :

- Créer du lien entre acteurs du tourisme,
- (Re)découvrir le dynamisme des réseaux gersois,
- Engager des réflexions collectives avec les prestataires pour la Destination Gers.

RDV 2026 :
La Tour de Termes
d'Armagnac

Soutenir ensemble le tourisme gersois, être acteur de sa Destination !



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Un moment de rencontre, d'échange, de convivialité, de mise en réseau, de créativité, d'ambition pour les entreprises et les territoires.
- Un territoire mis en avant chaque année, valorisant une thématique forte inscrite dans la stratégie Destination Gers.
- Booster la création de partenariats.
- Dynamiser la commercialisation de la Destination.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agents.
- Rencontres du tourisme 3000 €.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Questionnaire de satisfaction.
- Nombre de participants.



PARTENAIRES

- Acteurs du tourisme.
- Élus.
- Offices de Tourisme.
- Associations.
- Festivals.
- Filières.
- Chambres consulaires.
- CRTL Occitanie.
- Gers Réservation.
- Conseil Départemental du Gers.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- 1^{ère} semaine de Juin 2026

CONTACT

Fiona NISOLI
Responsable Gestion Relation Clients
& Évènementiel
☎ +33 (0)5 62 05 95 95
✉ promotion@tourisme-gers.com



&

CONTACT

Emmanuelle BOYÉ-CAPDET
Responsable Mise en Réseau des
Territoires & des Activités de Pleine
Nature
☎ +33 (0)5 62 05 87 39
✉ territoires@tourisme-gers.com



JOURNÉES "DANS LES COULISSES DU TOURISME GERSOIS" : LES ÉDUCTEURS

En 2026, le CDT poursuivra la dynamique d'animation du réseau professionnel à travers les Journées "Dans les coulisses du tourisme gersois".

Cette action constitue un levier stratégique de mise en réseau, de cohésion, de formation et de valorisation du territoire.

Au-delà de simples visites, ces journées participent à la construction d'une culture commune entre acteurs du tourisme, en favorisant la connaissance partagée du Gers, la coopération et la montée en compétence du réseau. Elles contribuent à faire du réseau professionnel un vecteur actif de l'attractivité du territoire, en cohérence avec les orientations du CDT. L'action soutient également la réflexion sur le futur modèle d'agence d'attractivité, en expérimentant des formes de médiation et de collaboration adaptées aux spécificités rurales du Gers.

Organisation de cinq journées thématiques réparties sur l'année et sur le département, chacune explorant un aspect clé du tourisme gersois :

- Savoir-faire locaux (artisanat, oenotourisme, spiritourisme...),
- Patrimoine,
- Initiatives durables,
- Futur PNR Astarac,
- Culture (en lien avec le service Culture, Tourisme, Patrimoine du Conseil Départemental).

Chaque journée associera visites, rencontres et échanges autour de projets inspirants.

Les prestataires accueillent gracieusement les groupes pour faire connaître leurs activités et valoriser la Destination.

Le CDT prend en charge l'organisation, la coordination, la logistique et la communication en partenariat avec les offices de tourisme locaux.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES DE L'ACTION

- Mieux connaître le territoire pour mieux en parler à ses visiteurs.
- Renforcer le rôle de prescripteur des acteurs touristiques.
- Favoriser le réseautage et la coopération entre professionnels.
- Encourager la création de partenariats locaux durables.
- Contribuer au développement de l'économie touristique gersoise.
- Développer une communication partagée avant et après chaque journée, mettant en lumière les acteurs visités.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent (préparation, coordination, animation).



OUTILS DE CONTRÔLE ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Suivi quantitatif : nombre de participants à chaque journée (objectif : 20 à 40 professionnels par journée).
- Suivi qualitatif : questionnaire de satisfaction envoyé après chaque journée, permettant d'évaluer le niveau de satisfaction, les points forts, les pistes d'amélioration et les retombées éventuelles.



PARTENAIRES

- Offices de Tourisme du Gers.
- Prestataires touristiques.
- Conseil Départemental du Gers.
- Collectivités locales.
- Structures culturelles.
- Associations.
- Partenaires institutionnels.
- Acteurs territoriaux.



CIBLE

- Professionnels du tourisme gersois.
- Élus référents.
- Partenaires.
- Acteurs institutionnels.
- Porteurs de projets touristiques.

CONTACT

Laurie DAL LAGO

Responsable développement, ingénierie et animation des prestataires

+33 (0)5 62 05 87 38

developpement@tourisme-gers.com



ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

Le développement touristique du Gers repose sur la qualité, la durabilité et la cohérence des projets portés par les acteurs locaux. Dans un contexte d'évolution des attentes, de transition écologique et de mutation des modèles économiques, il est essentiel de renforcer l'accompagnement des porteurs de projets. Cette action vise à structurer un accompagnement collectif et lisible en lien étroit avec les Offices de Tourisme, les chambres consulaires, les labels et les acteurs sectoriels.

1- ACCOMPAGNEMENT DES PORTEURS DE PROJETS TOURISTIQUES

Structurer une coordination opérationnelle et une gouvernance partagée entre le CDT, les Chambres Consulaires, les Offices de Tourisme, le CAUE 32, les labels et fédérations, afin d'harmoniser l'accueil et l'information des porteurs de projets et d'assurer un parcours d'accompagnement lisible et cohérent à l'échelle départementale.

2- DÉPLOIEMENT DU GUIDE D'ACCOMPAGNEMENT DES PORTEURS DE PROJETS

- Finalisation du guide avec le groupe de travail des Offices de Tourisme,
- Organisation d'une réunion de présentation réunissant le groupe "accompagnement porteurs de projet", les collaborateurs et les partenaires ainsi que les chargés économique des communautés de communes, pour faire connaître l'outil, valider les derniers ajustements et définir les modalités de diffusion et d'appropriation.

NOUVEAUTÉ

3- VALORISATION DES PORTEURS DE PROJETS ET DE L'ANCRAGE TERRITORIAL

Réalisation de portraits valorisant des porteurs et repreneurs dont les projets illustrent l'ancrage territorial, l'innovation... afin de renforcer l'attractivité du territoire et de mettre en lumière les réussites locales.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Structurer une approche collective et claire de l'accompagnement des projets touristiques.
- Favoriser la transversalité entre les acteurs économiques, touristiques et institutionnels.
- Outiller les porteurs de projets pour développer leur projet d'hébergement dans le Gers.
- Renforcer la qualité, la viabilité et l'ancrage territorial des hébergements touristiques.



PARTENAIRES

- Offices de Tourisme.
- Chambres Consulaires.
- Fédérations-Syndicats (UMIH, HPA).
- Réseaux et labels.
- Conseil Départemental du Gers.
- EPCI, PETR.
- CAUE 32, A&P32, ADDA 32...



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.
- 100 €.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Tout au long de l'année.



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

- **Actions 1-2** : porteurs de projets touristiques (créateurs ou repreneurs) et professionnels souhaitant diversifier ou améliorer leur offre.
- **Action 2** : accompagnateurs de projets touristiques dans le Gers.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Nombre de porteurs de projets accompagnés.
- Nombre de partenaires impliqués.
- Taux d'utilisation et de téléchargement du guide.
- Nombre de projets accompagnés en transversalité inter-acteurs.

CONTACT



Laurie DAL LAGO

Responsable développement, ingénierie et animation des prestataires

+33 (0)5 62 05 87 38

developpement@tourisme-gers.com



SUIVI ET ACCOMPAGNEMENT DE L'USAGE DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE DANS LES MÉTIERS DU TOURISME GERSOIS

Au premier trimestre 2025, le Comité Départemental du Tourisme du Gers et les Offices de Tourisme de la Destination ont participé à une formation animée par Pierre Eloy (SO Touristic), consacrée aux usages de l'Intelligence Artificielle dans les métiers du tourisme.

En 2026, il s'agit désormais d'assurer le suivi opérationnel de cette dynamique : mesurer l'appropriation de ces outils par les équipes, identifier les usages concrets par métier, et relancer une animation collective autour de la thématique, dans une logique d'échange de bonnes pratiques.

NOUVEAUTÉ

- Faire un état des lieux de l'appropriation de l'IA au sein des Offices de Tourisme et du CDT (outils utilisés, pratiques intégrées, besoins identifiés).
- Identifier les freins et leviers à l'usage de l'IA dans les missions quotidiennes.
- Organiser une réunion d'animation et de partage entre le CDT et les Offices de Tourisme pour présenter les résultats de l'état des lieux, valoriser les initiatives locales, échanger sur les bonnes pratiques et les outils utiles, identifier les besoins en accompagnement ou en formation complémentaire.
- Proposer un plan d'actions 2026-2027 pour accompagner la montée en compétence numérique des acteurs touristiques gersois (charte collective CDT/OTs sur nos différents usages de l'IA dans nos métiers du tourisme).



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Évaluer l'impact de la formation IA 2025 sur les pratiques professionnelles.
- Favoriser le partage d'expériences et de bonnes pratiques entre les Offices de Tourisme et le CDT.
- Encourager l'innovation dans les missions quotidiennes liées aux métiers du tourisme.
- Développer une culture commune du numérique responsable et efficace.
- Identifier les besoins futurs en formation ou accompagnement autour de l'IA et des outils émergents.



PARTENAIRES

- Offices de Tourisme du Gers.



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

- Équipe du CDT.
- Équipes des Offices de Tourisme du Gers.
- Acteurs touristiques.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Année 2026.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Nombre d'outils partagés par et avec le réseau des Offices de Tourisme du Gers.
- Suivi et évaluation du plan d'actions.

CONTACT

Rémi DEHAN-SANTRÉ

Responsable Communication Digitale & Réseaux Sociaux

+33 (0)5 62 05 87 42

promotion1@tourisme-gers.com





III - PROMOTION DE LA DESTINATION GERS



CRÉATION D'UN SITE INTERNET COLLECTIF & MUTUALISÉ DE DESTINATION

- Coordination des partenaires
- Suivi technique
- Groupe de travail éditorial (rédaction, photos...)

FICHE

11



DÉVELOPPEMENT DE LA NOTORIÉTÉ DE LA DESTINATION GERS GRÂCE AUX RÉSEAUX SOCIAUX

- Animation des réseaux sociaux du CDT
- Animation du groupe de travail avec les Offices de Tourisme
- Lancement de campagnes digitales

FICHE

12



GESTION DE LA RELATION CLIENT : ANIMATION DES DONNÉES CLIENTS & PROSPECTS

- Newsletters
- Stratégie de marketing automatisé

FICHE

13



III - PROMOTION DE LA DESTINATION GERS



MISE EN AVANT DE L'OFFRE TOURISTIQUE DANS LES ÉDITIONS DÉPARTEMENTALES

- Renouvellement des éditions départementales
- Mise à jour et enrichissement des éditions
- Diffusion des éditions départementales

FICHE

14



CONSOLIDATION DE LA NOTORIÉTÉ DE LA DESTINATION SUR LES MARCHÉS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX

- Auprès de la Presse et des influenceurs (dossiers de Presse, workshop, accompagnements, accueils presse, insertions...)
- Auprès des tour-opérateurs et agences de voyage (newsletters, web, pré-tours)

FICHE

15



PARTENARIATS INTERDÉPARTEMENTAUX

- Sud-Ouest Authentique
- Sud-Ouest Occitanie
- Airbus

FICHE

16



CRÉATION D'UN SITE INTERNET COLLECTIF & MUTUALISÉ DE DESTINATION

Après un accompagnement sur l'image de marque et le cahier des charges en 2025 par l'agence Les Conteurs, le collectif a choisi l'agence web Iris Interactive pour la création du site web collectif, nouvelle vitrine moderne, performante, durable et inclusive de la Destination.

NOUVEAUTÉ

D'octobre 2025 à mars 2026, le collectif travaille en groupe sur :

- Le graphisme,
- Les contenus,
- Le développement des outils,
- La connexion avec le SIT, avec Cirkwi,
- Les redirections des URL.

Le site sera mis en ligne en avril 2026.

Le comité éditorial déjà en place va fournir les contenus éditoriaux et visuels pour la mise en ligne et va continuer tout au long de l'année à définir les pages du site. Un travail sur le suivi des performances sera également engagé.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Référencement (SEO) optimisé pour une présence renforcée sur le web et les moteurs de recherche.
- Amélioration et simplification du parcours client, de l'inspiration à la réservation.
- Harmonisation graphique et éditoriale pour plus d'impact, tout en garantissant le respect des spécificités locales et la visibilité de chaque territoire.
- Mutualisation efficace des moyens humains et financiers.



BUDGET SUR 2 ANS POUR LE COLLECTIF

- Temps agents.
- Création : 30 000 €*.
- Accompagnement : 10 320 €*
* soit 50 % à la charge du CDT.
- Hébergement, maintenance : 5 000 € annuel.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- 1er trimestre 2026 : développement et préparation du site.
- Avril 2026 : mise en ligne du site.
- Suivi et animation du site.



OUTILS DE CONTRÔLE ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Outils d'analyse web (nombre de visiteurs...)



PARTENAIRES

- **Offices de Tourisme :**
 - Grand Auch Coeur de Gascogne,
 - Bastides de Lomagne,
 - Val de Gers,
 - Savès,
 - Coteaux Arrats Gimone,
 - Gascogne Toulousaine,
 - Coeur Sud-Ouest,
 - Coeur d'Astarac,
 - Gascogne Lomagne,
 - Ténarèze,
 - Communauté de Communes - service tourisme Astarac Arros.
- **Partenaires groupe de travail :**
 - Tous les Offices de Tourisme,
 - Gers Réservation.



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

- Grand Public

CONTACT

Céline BAX

Responsable de la donnée & outils numériques

☎ +33 (0)5 32 66 20 07

✉ centredoc@tourisme-gers.com



CONTACT

Rémi DEHAN-SANTRÉ

Responsable Communication Digitale & Réseaux Sociaux

☎ +33 (0)5 62 05 87 42

✉ promotion1@tourisme-gers.com





DÉVELOPPEMENT DE LA NOTORIÉTÉ DE LA DESTINATION GERS GRÂCE AUX RÉSEAUX SOCIAUX

Le CDT est actif sur Facebook, Instagram, YouTube, Pinterest et LinkedIn, avec un double objectif : valoriser une image dynamique du Gers (événements, initiatives) et informer les pros du tourisme.

1- ANIMATION DES RÉSEAUX SOCIAUX DU CDT

- Animation des comptes Facebook, Instagram, LinkedIn... :
 - Création de publications sponsorisées et de stories,
 - Publication de Jeux concours en partenariat avec les prestataires touristiques.
- Publication de posts co-sponsorisées :
 - pour faire la promotion d'un événement, d'une saison culturelle, pour mettre en avant une thématique...).
- Modération / réponses aux commentaires et messages.

2- ANIMATION D'UN GROUPE DE TRAVAIL AVEC LES OFFICES DE TOURISME

- Travail collaboratif avec les Offices de Tourisme gersois pour élaborer un planning éditorial partagé autour des photos de la Banque Images.
- Objectif : cohérence éditoriale à l'échelle de la Destination sur les réseaux sociaux.

3- LANCEMENT DE CAMPAGNES DIGITALES

- Déploiement de campagnes de communication digitales visant à renforcer la notoriété de la Destination Gers auprès de nouveaux publics et à générer du trafic qualifié vers nos supports (site internet, contenus éditoriaux)



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Travailler la notoriété de la Destination, fidéliser les communautés et séduire de nouveaux prospects par des communications ciblées, segmentées.
- Augmenter le trafic vers le site internet.



PARTENAIRES

- Offices de Tourisme.
- Prestataires touristiques.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.
- Budget : 13 700 €.



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

- Grand public.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Performances numériques mesurées chaque mois par l'Observatoire Économique du CDT.
- Gestionnaire de publicités.
- Meta Business Suite.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Tout au long de l'année.

CONTACT

Rémi DEHAN-SANTRÉ

Responsable Communication Digitale & Réseaux Sociaux

+33 (0)5 62 05 87 42

promotion1@tourisme-gers.com





GESTION DE LA RELATION CLIENT : ANIMATION DES DONNÉES CLIENTS & PROSPECTS

Un des principaux objectifs de la GRC est de maximiser la durée de vie des clients et de transformer les prospects en clients. Pour cela, le CDT, en collaboration avec Gers Réservation et le CRTLO, met en place et développe des actions pour entretenir et optimiser les relations avec ses clients et ses prospects.

• Déploiement de campagnes de communication via les newsletters :

- Animation segmentée et ciblée de la Destination Gers via nos différentes newsletters (voir annexe ci-dessous),
- Changement de l'outil d'emailing dans le but d'optimiser la délivrabilité et l'efficacité des newsletters.

• Insertions dans les e-mailings régionaux du CRTLO Occitanie :

- 4 e-mailings partagés dans l'année.

NOUVEAUTÉ

• Nouvel outil d'emailing et mise en place d'une stratégie de marketing automation

(Processus d'automatisation des communications marketing destinées aux clients et prospects).

NEWSLETTERS DÉPARTEMENTALES 2026

News	Type	Cibles	Partenaires	Nombre de contacts
Que Faire ce Week-end dans le Gers ?	Informative Hebdomadaire	Marché interne PROXIMITÉ	Acteurs du tourisme gersois	6 300
ActuGers	Informative - actualités du CDT & du tourisme gersois	Professionnels du tourisme gersois	Acteurs du tourisme gersois	2 280
Pour les Gourmands de Liberté	Commerciale mensuelle	Marché isochrone3 & NATIONAL	AGTG, CRTLO, OT	46 000
Service + Newsletter Partenaires	Informative ou commerciale	Marché isochrone3 & NATIONAL	Acteurs du Tourisme gersois	En fonction des bassins ciblés
Newsletter Salons	Informative En amont des salons	En fonction des bassins ciblés	-	En fonction des bassins ciblés



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Envoyer le bon message, au bon moment, à la bonne personne, et ce tout au long du parcours visiteur.
- Donner envie de venir dans le Gers et augmenter la consommation touristique.
- Adapter les communications et leurs contenus pour fidéliser les contacts.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Suivi et analyse des indicateurs clés de performance.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.
- Abonnement annuel outil d'E-mailing : 180 €.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Tout au long de l'année.

CONTACT

Fiona NISOLI

Responsable Gestion Relation Clients & Évènementiel

+33 (0)5 62 05 95 95

promotion@tourisme-gers.com





MISE EN AVANT DE L'OFFRE TOURISTIQUE DANS LES ÉDITIONS DÉPARTEMENTALES

Concevoir et diffuser des éditions départementales cohérentes et attractives afin de renforcer la visibilité de l'offre touristique et d'accompagner les acteurs du territoire.

1- MISE À JOUR ET ENRICHISSEMENT DES ÉDITIONS DÉPARTEMENTALES

- Travail effectué en collaboration avec les Offices de Tourisme et autres partenaires (Conseil Départemental, filières...).
- Gestion des insertions publicitaires.
- Notre collection :
 - Mon carnet de Campagne (7000 ex).
 - Carte Découverte (30 000 ex).
 - Carte Le Gers à vélo (8000 ex).
 - Passeport Privilège - Livret commercial de reconnaissance client (9000 ex).

NOUVEAUTÉ

2- RENOUVELLEMENT DES ÉDITIONS DÉPARTEMENTALES

- Création de nouvelles éditions en adéquation avec la nouvelle image de marque et le nouveau site internet.
- Nouveau document œnotouristique avec les partenaires du label Vignobles & Découvertes.
(Cf fiche action Vignobles & Découvertes N°17).

3- DIFFUSION ET GESTION DES ÉDITIONS DÉPARTEMENTALES

- Àuprès des acteurs touristiques gersois (Offices de Tourisme, professionnels du tourisme...).
- Envoi aux particuliers sur demande.
- Gestion des stocks de documentation.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Proposer des outils de séduction pour faire connaître l'ADN du Gers et donner envie de venir dans le Gers.
- Mettre à disposition des supports pratiques, avec de l'information fiable, répondant aux attentes des visiteurs, pour faciliter leur expérience de séjour.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.
- 30 000 €.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Nombre de documents diffusés.



PARTENAIRES

- Offices de Tourisme.
- Conseil Départemental du Gers.
- Filières.
- Professionnels du tourisme.



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

- Grand public.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Toute l'année.

CONTACT



Raphaëlle LEQUAI

Responsable communication&presse

+33 (0)5 62 05 87 37

communication@tourisme-gers.com

CONSOLIDATION DE LA NOTORIÉTÉ DE LA DESTINATION SUR LES MARCHÉS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX

> AUPRÈS DE LA PRESSE & DES INFLUENCEURS

Renforcer la notoriété de la destination en intensifiant les relations avec la presse et les influenceurs sur les marchés nationaux et internationaux.

1- RENCONTRES AVEC LES MÉDIAS

- Workshop Presse "Partir en France", organisé par ADN Tourisme (Paris, 26 & 27 janvier 2026, budget - 1 140€).

2- CRÉATION ET DIFFUSION DE SUPPORTS DE COMMUNICATION

- Dossiers de Presse Nouveautés GERS et CRTL Occitanie,
- Communiqués de Presse.

3- ACCOMPAGNEMENTS PRESSE

- Envoi d'informations, visuels....

4- ACCUEILS DE PRESSE ET INFLUENCE

- Organisation d'une quinzaine d'accueils sur l'année.
- Développer un partenariat avec l'émission TV Météo à la Carte pour pousser nos suggestions de sujets.
- Suite à la transmission d'idées de sujets pour une émission Des racines et des ailes "spéciale Gascogne", volonté d'apporter une aide technique aux équipes lors du tournage qui se déroulera au printemps.

5- VEILLE PRESSE

- Réalisation de revues de presse mensuelles et annuelles.

6- INSERTIONS / PUBLI-RÉDACTIONNELS ET CAMPAGNES MÉDIA

- Les 2 Guides du Marcheurs des Offices de Tourisme gersois.

NOUVEAUTÉ

Campagne Le Parisien en G3 (ADT82 - CDT47 / coût : 16 200€ TTC, dont 5 400 € pour le CDT) :

- 1 pleine page Publi-communicé et 1 actu commerciale dans Le Parisien Week-end, dossier Tourisme (223 610 ex).
- 1 article brand content sur LeParisien.fr (+ formats display et Darkpost Facebook : 2 500 visites et 150 000 impressions garanties).



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Acquérir de la visibilité dans les médias (presse, web, radio, télévision) sur nos bassins prioritaires (Isochrone 3, métropoles et marchés internationaux européens). Asseoir la notoriété du Gers et séduire de potentiels futurs visiteurs grâce aux médias.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Tout au long de l'année.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.
- 10 000 €.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Nombre de médias accompagnés.
- Audiences.



PARTENAIRES

- CRTL Occitanie.
- ADTs/CDTs.
- Offices de Tourisme.
- Filières.
- Acteurs privés...



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

- Médias.
- Professionnels du voyage.

CONTACT

Raphaëlle LEQUAI

Responsable communication&presse

+33 (0)5 62 05 87 37

communication@tourisme-gers.com





CONSOLIDATION DE LA NOTORIÉTÉ DE LA DESTINATION SUR LES MARCHÉS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX

> AUPRÈS DES TOUR-OPÉRATEURS & DES AGENCES DE VOYAGE

Afin de renforcer la présence du Gers sur les marchés nationaux et internationaux, le CDT coordonne différentes actions auprès des tour-opérateurs et des agences de voyage, tout en s'inscrivant dans une démarche collective qui valorise les atouts de la destination.

1 - VALORISATION DE L'OFFRE DANS DES NEWSLETTERS

Remontée des nouveautés Groupe par les Offices de Tourisme du Gers pour alimenter les newsletters du CRTL Occitanie : "Lettre Destination Occitanie Pro".

Ces nouveautés sont envoyées à la base BtoB du CRTL Occitanie 2 fois par an (juin et décembre).

2 - VALORISATION DES OPÉRATEURS SPÉCIALISÉS DANS L'ACCUEIL DE GROUPES SUR LE WEB

Actualisation des brochures Groupe et du listing de professionnels habilités à la création de séjours ou excursions, sur le site Groupe du CDT : www.groupes-tourisme-gers.com.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Promouvoir l'offre gersoise auprès des professionnels du voyage.
- Booster la création de partenariats.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Tout au long de l'année.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Nombre de contrats engagés pour vendre le Gers.



PARTENAIRES

- CRTL Occitanie.
- Offices de Tourisme.
- Acteurs du tourisme.
- Gers Réservation.



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

- Médias.
- Professionnels du voyage.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.

CONTACT



Fiona NISOLI

Responsable Gestion Relation Clients
& Événementiel

+33 (0)5 62 05 95 95

promotion@tourisme-gers.com



PARTENARIATS INTERDÉPARTEMENTAUX

Outre les actions interdépartementales menées dans le cadre du label Vignobles & Découvertes (cf. fiche 17) et de la Véloroute Vallée de la Baïse (cf. fiche 18), les partenariats interdépartementaux sont poursuivis et renforcés.

SUD-OUEST AUTHENTIQUE

MARCHÉS INTERNATIONAUX

Projet collaboratif sur les marchés britannique et espagnol en cours d'élaboration.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Réaliser des campagnes d'envergure afin d'accroître notre notoriété sur 2 de nos bassins émetteurs internationaux prioritaires, en s'appuyant sur l'identité Sud-Ouest Authentique.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- 37 500€
dont 7 500 € pour le CDT.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- À déterminer.



PARTENAIRES

- ADTs / CDTs 32 - 47 - 82.
- CRTL Occitanie et Nouvelle-Aquitaine.



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

- Grand Public.

MARCHÉ FRANÇAIS (ÎLE-DE-FRANCE)

- Salon Rando Nature, Paris (Cf fiche action N°18).
- Campagne de communication avec Le Parisien (Cf fiche action N°14).



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Accroître notre notoriété sur un bassin émetteur national prioritaire, en s'appuyant sur l'identité Sud-Ouest Authentique.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- 30 000 €
dont 10 000 € pour le CDT.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- 1er trimestre 2026.



PARTENAIRES

- ADTs / CDTs 32 - 47 - 82.



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

- Grand Public.

OCCITANIE & AIRBUS

Promotion de l'offre gersoise dans les restaurants d'Airbus



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Faire la promotion du Gers auprès de clients et prospects de proximité, mais aussi étrangers.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Espace gratuit.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Juin.



PARTENAIRES

- ADTs / CDTs d'Occitanie, CRTL Occitanie, Offices de Tourisme, Gers Réservation.



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

- Grand Public : personnel de l'entreprise.

CONTACT



Raphaëlle LEQUAI

Responsable communication&presse

+33 (0)5 62 05 87 37

communication@tourisme-gers.com





IV - LES FOCUS 2026



TOURISME GOURMAND

- La valorisation de la viticulture - Les Bons Crus d'Artagnan®/ Label Vignobles & Découvertes
- La valorisation de la restauration - Les Tables du Gers®
- La valorisation des producteurs locaux Bienvenue à la Ferme®

FICHE

17



ACTIVITÉ DE PLEINE NATURE ET MOBILITÉ DOUCE

- Structuration de l'offre d'itinérance et activités de pleine nature
- Qualification & promotion de l'offre
- Mobilité alternative avec la Région Occitanie

FICHE

18



PAYSAGES DU GERS : SENSIBILISATION ET VALORISATION

- Formations et sensibilisation aux paysages du Gers
- Inventaire et valorisation des points de vue du Gers
- Développement de Gers'ponsible

FICHE

19



IV - LES FOCUS 2026



VERS UN TOURISME PLUS DURABLE & RESPONSABLE

- Nouvelle dynamique du réseau Terra Gers®
- Poursuite du déploiement d'actions concrètes incarnant les valeurs de la marque départementale du tourisme durable

FICHES

20
&21



BIEN-ÊTRE & THERMALISME

- Développement de la filière "Bien-être"
- Promotion de l'offre "Bien-être" et thermalisme
- Pact thermalisme CRTL Occitanie

FICHE

22



MONTÉE EN COMPÉTENCE DE L'ÉQUIPE AU SERVICE DE NOS MISSIONS

- Faire évoluer les pratiques d'accompagnement vers des modes plus participatifs et collaboratifs

FICHE

23



EN ROUTE VERS L'AGENCE D'ATTRACTIVITÉ

- Enclenchement d'une démarche collective afin de partager une vision, une démarche et d'une identité territoriale partagée en vue de renforcer l'attractivité de notre département

FICHE

24

TOURISME GOURMAND

La gastronomie constitue un pilier de l'identité du département du Gers. Pour les touristes et visiteurs, elle représente un motif d'attractivité important et renforce la perception d'un territoire authentique et accueillant. Sa reconnaissance, régulièrement exprimée dans les retours d'expérience, en fait un levier essentiel pour valoriser l'offre touristique. En 2026, elle demeure un axe prioritaire pour renforcer la notoriété et la différenciation de la destination Gers. La viticulture est avec la restauration (cf fiche la valorisation de la restauration et produits locaux) deux piliers incontournables à la mise en avant des produits locaux.

> LA VALORISATION DE LA VITICULTURE LES BONS CRUS D'ARTAGNAN® LABEL VIGNOBLES & DÉCOUVERTES



Créé par l'État et Atout France en 2009, le label Vignobles & Découvertes distingue les destinations viticoles qui proposent une offre touristique de qualité, structurée autour de la vigne et du vin.

Attribué pour une durée de 3 ans à 74 destinations, il permet au client de faciliter l'organisation de son séjour pour lui faire vivre des expériences authentiques et explorer le vignoble autrement, toute l'année. Cette action vise à renforcer la dynamique collective autour du label Vignobles & Découvertes en mettant en œuvre le plan d'actions coconstruit avec les partenaires du réseau.

La renouvellement du label a été obtenu le 17 novembre 2025 pour une durée de 3 ans.

1- MISE EN ŒUVRE DU PLAN D' ACTIONS CO-CONSTRUIT AVEC LES PARTENAIRES DU LABEL

- Communication : création de nouveaux outils.
- Professionnalisation des acteurs : accompagnement des partenaires labellisés pour la qualification de leur offre.
- Animation du label et mise en réseau : organisation de la rencontre annuelle des partenaires labellisés et des éducteurs.
- Événementiel : organisation de l'événement Armagnac en Scène dans le cadre de Vignobles en Scène / Réflexion sur l'organisation d'un événement collectif.

2- POURSUITE DES ACTIONS RELATIVES À LA VIE DU LABEL

- Sensibilisation des acteurs.
- Montage des dossiers de candidature des partenaires souhaitant rejoindre le label.
- Relais avec les organismes de gestion au niveau national.
- Organisation du Comité de Pilotage, participation au Conseil d'Administration et au Bureau de la Fédération Nationale.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES DES ACTIONS

- Augmenter la visibilité de la Destination Bons Crus d'Artagnan® et des appellations Armagnac / Côtes de Gascogne / Floc de Gascogne / Madiran / Pacherenc du Vic-Bilh / Saint Mont parmi les destinations œnotouristiques françaises.
- Adapter le plan d'actions aux attentes spécifiques des clientèles en le scindant en 2 volets : œnotourisme pour les vins et apéritif, spiritourisme pour l'armagnac.
- Mutualiser des moyens humains et financiers entre partenaires pour renforcer les actions.
- Professionnaliser les acteurs du tourisme et de la viticulture pour répondre aux attentes de la clientèle et du label.
- Renforcer la cohérence et la lisibilité de l'offre.



PARTENAIRES

- Maîtrise d'ouvrage : CDT Destination Gers.
- Landes Attractivité.
- Filières viticoles.
- Offices de Tourisme.
- CRTL Occitanie / CRT Nouvelle-Aquitaine.
- Chambres Consulaires.
- Atout France / Fédération Nationale des Vignobles & Découvertes.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agents.
- 20 000 €.



CIBLES

- Acteurs touristiques et viticoles labellisés et candidats au label.
- Filières.
- Presse/Médias.
- Grand Public



PLANNING PRÉVISIONNEL

- 2026



TOURISME GOURMAND

> LA VALORISATION DE LA RESTAURATION LES TABLES DU GERS®



La CCI du Gers a créé le label Les tables du Gers® en 2010 pour structurer une offre de restauration de qualité à base de produits locaux et offrir une réelle lisibilité aux consommateurs, habitants et visiteurs.

Le CDT est le partenaire départemental de la CCI pour la valorisation du label :

- En participant à l'audit de contrôle des candidats au label,
- En privilégiant les membres du label pour l'organisation d'événements incluant une partie restauration,
- en effectuant la promotion du label et des partenaires labellisés sur ses supports de communication.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Valorisation et soutien de la restauration gersoise.
- Mise en avant des produits locaux d'exception.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- 2026



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Nombre de partenaires labellisés.

> LA VALORISATION DES PRODUCTEURS LOCAUX BIENVENUE À LA FERME®



Le CDT s'appuiera sur le label pour mettre en avant la qualité des produits locaux du Gers :

- En l'associant aux actions de qualification des acteurs,
- En effectuant la promotion des labellisés sur les supports de promotion/communication.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Valorisation et soutien de la production.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.



PARTENAIRES

- Chambre d'Agriculture du Gers.
- Producteurs labellisés.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Nombre de labellisés.
- Nombre d'actions réalisées.
- Nombre de participants aux actions.
- Retombées presse et visibilité sur les réseaux.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- 2026

CONTACT



Isabelle CARDOUAT

Responsable Démarches Qualité -
Pros et territoires

+33 (0)5 62 05 87 36

amenagement@tourisme-gers.com



ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE ET MOBILITÉ DOUCE

> STRUCTURATION DE L'OFFRE D'ITINÉRANCE ET ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

Le CDT contribue au développement et à la structuration des itinérances et activités de pleine nature, un axe fort de la politique départementale en matière de mobilités douces.

1- VÉLO

- V82 - Véloroute Vallée de la Baïse : animation du Comité d'Itinéraire et coordination de la promotion (éditions, presse, réseaux sociaux) à l'interdépartemental (ADTs-CDTs 47, 32, 65).
- Grand Tour de l'Astarac à Vélo : appui à la promotion de l'événementiel organisé par le PETR Pays d'Auch au printemps 2026.
- Itinéraires artistiques : appui au PETR Pays Portes de Gascogne pour la qualification et valorisation des parcours.
- Le Tour du Gers à Vélo : en partenariat avec le CODEP 32, mise en tourisme et promotion digitale de l'itinéraire.
- Piste cyclable Auch - Aubiet : valorisation du tronçon.

2- LES GRANDS ITINÉRAIRES GERSOIS MULTIPRATIQUES

- Route Européenne d'Artagnan (REA) : mise en tourisme et promotion de cet itinéraire culturel européen (équestre, rando, vélo) - valorisation des boucles et séjours équestres des territoires.
- GR65®- tronçon UNESCO : valorisation des actions issues de l'accompagnement des Territoires sur l'axe Lectoure / La Romieu.
- GR®653 : renouvellement du topo guide par le CDRP32 : appui technique et promotion du guide.
- Suivi et valorisation des itinéraires structurants : la Voie Verte de l'Armagnac, l'offre PR, le GR®101, les GR de Pays, le sentier de l'Adour...
- Organisation d'une Rencontre "RANDO 2026" CDRP32 / Offices de Tourisme / CDT : harmonisation visuelle des fiches-rando, fiabilité de la donnée, "qui fait quoi" en rando ?.

3- NAVIGATION BAÏSE

- Animation du Club Baïse avec le Conseil Départemental du Gers et nos partenaires du Lot-et-Garonne suite à l'étude de stage 2025 - piste d'actions fluvestres et de communication à éventuellement engager avec le Comité d'Itinéraire de la V82...

4- AUTRES ACTIVITÉS DE LOISIRS

- Pêche, golf, baignade et activités nautiques : valorisation de cette offre via nos outils de communication.

NOUVEAUTÉ

- Action pêche et chasse : renforcer le partenariat avec les Fédérations départementales du Gers pour valoriser et structurer cette offre de pleine nature pour le grand public.



PARTENAIRES

- CODEP32 FF Vélo.
- Conseil Départemental du Gers Service des Sports de Nature, et Service des Mobilités.
- Offices de Tourisme, PETR Pays d'Auch et Pays Portes de Gascogne.
- ADT47, HPTE65.



PARTENAIRES

- CDRP32 FFRandonnée.
- Conseil Départemental du Gers Service des Sports de Nature et Service des Mobilités.
- CDE32, AREA.
- Offices de Tourisme, PETR Pays d'Armagnac



PLANNING PRÉVISIONNEL

- RDV "RANDO 2026 des Territoires (Offices de Tourisme / CDRP / CDT) : second semestre.



PARTENAIRES

- Conseil départemental du Gers Pôle Baïse Service des Mobilités.
- DDT, SAGE, ADT47, CD 47, VNF.
- Offices de Tourisme.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Toute l'année 2026.



ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE ET MOBILITÉ DOUCE

> QUALIFICATION & PROMOTION DE L'OFFRE

1- QUALIFICATION

- Développement du label Accueil Vélo sur la V82 et les itinéraires cyclables structurants du Schéma départemental cyclables et des mobilités du Conseil Départemental du Gers.
- Qualification et visibilité de l'offre adaptée à l'accueil de la clientèle à vélo, à pied, à cheval.



2- GESTION DE LA DONNÉE

- Mode opératoire : organiser la gestion, la saisie et la communication de l'information touristique des APN (contenus touristiques, pas à pas, trace GPX).
- Optimisation de l'affichage de l'offre APN avec le widget CIRKIWI sur le Site Web.

3- PROMOTION - COMMUNICATION

- Éditions départementales thématiques (carte Gers à Vélo, carte V82, carte Découverte - loisirs).
- Réseaux Sociaux et newsletters dédiées.
- Salon Occ'ygène à Toulouse - du 27 au 29 mars 2026 (avec les Offices de Tourisme / 7 500€ dont 4 500€ pour le CDT).

NOUVEAUTÉ

- Salon Paris Randos Nature - du 30 janvier au 1er février 2026 (CDT 47-ADT 82 / 12 720€ dont 4 200 € pour le CDT).



OBJECTIFS STRATÉGIQUES DES ACTIONS

- Développer l'offre d'activités de pleine nature et la valoriser à travers une communication coordonnée.
- Créer des synergies entre les acteurs de terrain pour une gestion cohérente et durable du tourisme de pleine nature.



CIBLES

- Acteurs du tourisme pour la structuration de l'offre clientèle à vélo et équestre, randonneurs.
- Grand Public amateurs de vélo, cyclotouristes



PLANNING PRÉVISIONNEL

- 2026



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Nombre de labellisés Accueil Vélo.
- Nombre d'actions d'animations et nombre de participants aux actions et animations.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.
- Coût du label Accueil Vélo : 200 € pour le prestataire.
- Carte V82 : 1 100 €
- Adhésion annuelle France Vélo Tourisme : 4 330 €.
- Abonnement annuel Cirkiwi : 1 950 €.
- Salons : 20 220 €
* dont part du CDT : 8 700 €.

CONTACT



Emmanuelle BOYÉ-CAPDET

Responsable Mise en Réseau des Territoires & des Activités de Pleine Nature

+33 (0)5 62 05 87 39

territoires@tourisme-gers.com



CONTACT



Isabelle CARDOUAT

Responsable Démarches Qualité - Pros et territoires

+33 (0)5 62 05 87 36

amenagement@tourisme-gers.com



ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE ET MOBILITÉ DOUCE

> MOBILITÉ ALTERNATIVE

Aujourd'hui les mobilités douces constituent une motivation pour les visiteurs, et l'offre de mobilité durable disponible sur le territoire est de plus en plus prise en compte au moment du choix de la destination.

1-DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE DE MOBILITÉ ALTERNATIVE AVEC LA REGION OCCITANIE



En partenariat avec le Service Mobilité Bus liO de la Région Occitanie - Auch :

- Sensibiliser les Offices de tourisme aux outils liO :
 - Organiser une réunion avec les Offices de Tourisme de porter à connaissance des dispositifs.
- Valorisation de l'accès à l'offre touristique avec les transports en commun sur nos supports de communication :
 - Améliorer les connexions entre les sites touristiques et les lignes de bus liO existantes - (prioriser 2 ou 3 sites majeurs).
- Mettre en visibilité l'offre des loueurs de vélo et l'offre « Accueil Vélo » Gers sur la plateforme web liO.
- Accompagner les acteurs touristiques / sites :
 - Diffuser le kit de communication liO,
 - Sensibiliser les sites touristiques à l'accueil des clientèles à vélo (label Accueil vélo).
- Problématique de transport de la clientèle Pèlerins identifiée :
 - Cerner les besoins en amont pour cibler la solution la plus ajustée à proposer - travail à faire avec les Offices de Tourisme.

2-VALORISATION ET PROMOTION DE L'OFFRE DE MOBILITÉ ALTERNATIVE

- Visibilité et promotion de cette offre de mobilité via nos outils de communication et presse.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES DES ACTIONS

- Optimiser la mobilité douce et renforcer le maillage des transports de bus liO et des sites touristiques majeurs du Département (gestion du dernier km, connexion avec les transports liO & gare SNCF, proposition de solutions alternatives).
- Accompagner l'économie du tourisme en proposant des alternatives de déplacements doux.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- 1er semestre 2026.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Nombre de liaisons travaillées.
- Nombre d'acteurs sensibilisés.



PARTENAIRES

- Service des Mobilités Région Occitanie-Auch.
- Offices de Tourisme du Gers.
- Conseil Départemental du Gers, Service des Mobilités.



CIBLES

- Sites de visites et acteurs du tourisme pour la structuration de l'offre.
- Clientèles de proximité, gersois, excursionnistes, pèlerins pour les liaisons douces.

CONTACT



Emmanuelle BOYÉ-CAPDET

Responsable Mise en Réseau des Territoires & des Activités de Pleine Nature

+33 (0)5 62 05 87 39

territoires@tourisme-gers.com



PAYSAGES DU GERS : SENSIBILISATION & VALORISATION

Les paysages constituent une composante essentielle de l'identité et de l'attractivité du Gers, reflets d'une culture rurale vivante.

Cette action vise à ancrer durablement le "paysage gersois" dans la communication touristique, à renforcer la culture paysagère des acteurs locaux et à valoriser les lieux emblématiques auprès du grand public.

1- FORMATIONS ET SENSIBILISATION AUX PAYSAGES DU GERS



32 Gers
c.a.u.e

- Organisation de sessions de formation à destination du CDT, des Offices de Tourisme volontaires et des professionnels du tourisme.
- Animation assurée par le CAUE 32 et Arbre & Paysage 32, en partenariat avec le CDT.
- Objectifs : comprendre les identités paysagères du Gers, adopter un vocabulaire commun et intégrer la dimension paysagère dans les discours, l'accueil et la promotion touristique.

2- INVENTAIRE ET VALORISATION DES POINTS DE VUE DU GERS

- Travail collaboratif avec les Offices de Tourisme, le CAUE 32, Arbre & Paysage 32 et collectivités pour identifier les points de vue remarquables du département.
- Sélection de sites adaptés à un accueil grand public, avec valorisation via la communication départementale et les outils de médiation.

3- DÉVELOPPEMENT DE GERS'PONSABLE

- Assurer le suivi et l'essor de Gers'pensible en partenariat avec Arbre et Paysage 32, en le déployant avec les Offices de Tourisme du Gers, prestataires et partenaires.
- Valorisation des nouveaux sites de plantation et parcours/ panneau de sensibilisation.
- Identifier de nouveaux projets de plantations ouverts au public présentant un intérêt touristique.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Renforcer la culture paysagère des acteurs touristiques et institutionnels.
- Positionner le Gers comme territoire à paysages différenciants, reflets d'un art de vivre rural et durable.
- Créer un langage commun et cohérent autour des paysages et savoir-faire gersois.
- Identifier et valoriser des lieux emblématiques permettant de faire découvrir la diversité des paysages du Gers.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.
- 200 €.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Tout au long de l'année.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Nombre de participants formés (Offices de Tourisme, pros, élus).
- Nombre de sessions et de territoires couverts.
- Nombre de points de vue identifiés et valorisés.



PARTENAIRES

- CAUE 32, Arbre & Paysage 32.
- Offices de Tourisme.
- Chambres consulaires.
- Gers Réservation.
- Conseil Départemental du Gers.



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

- Offices de Tourisme, professionnels du tourisme, chambres consulaires, labels, partenaires touristiques et de loisirs, acteurs du patrimoine, de la culture et de l'environnement... (Formation).
- Grand public (valorisation des points de vue + Gers'pensible).
- Locaux, touristes et professionnels du tourisme (Gers'pensible).

CONTACT



Laurie DAL LAGO

Responsable développement, ingénierie
et animation des prestataires

+33 (0)5 62 05 87 38

developpement@tourisme-gers.com



VERS UN TOURISME PLUS DURABLE & RESPONSABLE

> LANCEMENT D'UNE NOUVELLE DYNAMIQUE DU RÉSEAU TERRA GERS®



En 2026, le réseau Terra Gers® entre dans une nouvelle phase stratégique. Né pour valoriser les démarches responsables sur le territoire, il évolue vers un réseau structuré de professionnels du tourisme durable, fédérant les acteurs réellement investis dans la transition écologique, sociale et économique du Gers.

NOUVEAUTÉ

Repositionner Terra Gers® comme un réseau sélectif et animé de professionnels engagés à travers :

- Un travail préparatoire de définition de critères d'engagement et de mise à jour de la base existante (suppression des entrées non humaines),
- Une réunion participative (Session1 en 2026) réunissant Offices de Tourisme, professionnels Terra Gers® et partenaires du développement durable pour valider collectivement les nouveaux critères et la gouvernance,
- La mise en place d'un programme annuel d'animation : rencontres, échanges de pratiques, valorisation des initiatives exemplaires,
- Valorisation des initiatives durables via une communication multicanal : Campagne Terra Gers®.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Clarifier et repositionner l'identité du réseau Terra Gers® autour de l'engagement durable.
- Renforcer le sentiment d'appartenance et la valeur ajoutée du collectif Terra Gers®.
- Structurer une communauté identifiable et reconnue d'acteurs responsables.
- Faire de Terra Gers® un levier de communication et d'exemplarité pour le tourisme gersois.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.
- 100 €.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Nombre de participants à la réunion de repositionnement.
- Nombre d'acteurs répondant aux nouveaux critères.
- Taux de renouvellement et d'adhésion au réseau.
- Visibilité accrue du réseau (web, presse, communication institutionnelle).



PARTENAIRES

- Offices de Tourisme volontaires.
- Professionnels Terra Gers®.
- Chambres consulaires.
- Partenaires du développement durable (labels, marques, réseaux régionaux et nationaux).



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

- Professionnels du tourisme gersois : hébergeurs, restaurateurs, sites de visite, producteurs, prestataires d'activités.
- Structures d'accompagnement et partenaires de la transition durable du territoire.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Tout au long de l'année.

CONTACT



Laurie DAL LAGO

Responsable développement, ingénierie et animation des prestataires

☎ +33 (0)5 62 05 87 38

✉ developpement@tourisme-gers.com



CONTACT



Raphaëlle LEQUAI

Responsable communication&presse

☎ +33 (0)5 62 05 87 37

✉ communication@tourisme-gers.com



VERS UN TOURISME PLUS DURABLE & RESPONSABLE

> ACTIONS INCARNANT LES VALEURS DE LA MARQUE DÉPARTEMENTALE DU TOURISME DURABLE

1- COMMISSION DES VILLES SLOW ET ENGAGÉES

Animation d'un groupe de travail réunissant les Offices de Tourisme et les communes labellisées autour des enjeux de durabilité et d'attractivité.

2 - EAU & TOURISME



En lien avec les Séminaires territoriaux de 2024 et les Rencontres du tourisme de Castéra-Verduzan, sensibilisation des acteurs du tourisme gersois aux bonnes pratiques, afin de réduire notre empreinte écologique et renforcer notre engagement collectif en faveur d'un tourisme plus responsable en collaboration avec nos partenaires.

Projet de mise en partage des initiatives inspirantes des territoires, valorisant les démarches concrètes et locales.

3 - PROJET PNR ASTARAC



- Accompagnement et appui technique du CDT auprès du PNR pour le déploiement de la mesure 22 de la Charte PNR Astarac : renforcer la dynamique touristique et structurer une offre d'écotourisme au sein de la Destination Gers.
- Éductour durable : journée d'étude pour prestataires, partenaires et élus, favorisant la connaissance des offres touristiques durables du territoire, le réseautage, le développement de partenariats et de l'économie locale.

4- DÉMARCHE RSE

Poursuite du diagnostic et intégration d'engagements concrets au sein du CDT et des Offices de Tourisme.

5- SENSIBILISATION AU LABEL TOURISME & HANDICAP



Accompagnement des prestataires vers la labellisation et promotion d'une offre inclusive.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Maintenir la dynamique Terra Gers®.
- Valoriser les actions existantes de tourisme durable et les acteurs impliqués.
- Renforcer les compétences et l'engagement des acteurs locaux.
- Donner de la visibilité aux offres responsables dans la communication départementale.
- Favoriser la cohérence territoriale entre les démarches Gers'ponsible, Itinérance douce et RSE.



PARTENAIRES

- Offices de Tourisme.
- Professionnels du tourisme.
- Acteurs de l'environnement dans le Gers.
- Conseil Départemental du Gers.
- Arbre&Paysage 32.
- CAUE 32.
- ADDA 32.
- Chambres consulaires.
- Réseaux et labels, communes...



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agents.
- 400 €.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- Tout au long de l'année.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Nombre d'acteurs impliqués lors des réunions / événements (prestataires, communes, Offices de Tourisme).
- Nombre d'actions réalisées.
- Nombre de nouveaux prestataires engagés.



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

- Offices de Tourisme.
- Professionnels du tourisme.
- Acteurs de l'environnement dans le Gers.
- Communes labellisées.
- Département.
- Arbre&Paysage 32, CAUE 32, ADDA 32.
- Chambres consulaires.
- Réseaux et labels (Tourisme & Handicap, Cittaslow, Stations Vertes, Petites Cités de Caractère, Plus Beaux Villages, Villes et villages fleuris, Événements détonants).

CONTACT



Isabelle CARDOUAT

Responsable Démarches Qualité - Pros et territoires

+33 (0)5 62 05 87 36

amenagement@tourisme-gers.com



CONTACT



Laurie DAL LAGO

Responsable développement, ingénierie et animation des prestataires

+33 (0)5 62 05 87 38

developpement@tourisme-gers.com



BIEN-ÊTRE & THERMALISME

Le Gers compte 3 stations thermales (Castera-Verduzan, Lectoure, Cazaubon - Barbotan-les-Thermes) dont la 3ème d'Occitanie en terme de fréquentation de curistes.

Ces trois stations accueillent annuellement plus de 13 000 curistes et 4 000 accompagnants et totalisent 20 % de la capacité d'accueil en hébergement marchand du département. Les incertitudes qui pèsent sur ce secteur nécessitent une attention particulière.

NOUVEAUTÉ

1- DÉVELOPPEMENT DE LA FILIÈRE BIEN-ÊTRE

Appuyer le développement de la filière "bien-être" dans un contexte de menace de dé-remboursement des cures thermales.

2- PROMOTION DE L'OFFRE BIEN-ÊTRE ET THERMALISME

Appuyer la promotion de l'offre thermique et bien-être sur l'ensemble de nos outils (site, réseaux sociaux, éditions, newsletters, presse;..)

3- PARTICIPATION AU PACT THERMALISME DU CRTLO

Co-financement et participation au plan d'actions porté par le CRTLO pour promouvoir la destination thermique et de la diversité de son offre de soins :

- Salon Les Thermalies (22 - 25 janvier, à Paris): stand Occitanie partagé avec les stations co-exposantes volontaires.
- Actions de marketing et de communication digitales pour stimuler la réservation de cures conventionnées et des mini-cures.
- Emailings et newsletter dédiés.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Sécuriser la fréquentation des stations thermales en développant une clientèle bien-être / prévention.
- Structurer des courts séjours (2-5 jours) combinant soins thermaux, hébergement et activités douces à l'image des week-ends rando santé.
- Monter en gamme l'image des stations (bien-être, slow tourisme, santé durable).

La diversification des activités passe par :

- La mise en réseau de différents acteurs œuvrant dans le domaine du bien-être : randonnées vélo, pédestre, golf, cuisine santé, méditation, sophrologie...
- La réflexion et la conception de nouvelles offres combinées.
- Leur promotion et leur commercialisation.

Il est visé un élargissement des clientèles cibles autour de séjours et week-ends thématiques cures et bien-être.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- 2ème semestre 2026



BUDGET PRÉVISIONNEL

- Temps agent.
- 2 600 € pour le CDT.



PARTENAIRES

- CRTLO Occitanie.
- Association thermique et climatique du Gers.
- Filières Sports et santé.
- Centrale de réservation.

CONTACT



Emmanuelle BOYÉ-CAPDET

Responsable Mise en Réseau des Territoires & des Activités de Pleine Nature

+33 (0)5 62 05 87 39

territoires@tourisme-gers.com



CONTACT



Raphaëlle LEQUAI

Responsable communication&presse

+33 (0)5 62 05 87 37

communication@tourisme-gers.com



MONTÉE EN COMPÉTENCE DE L'ÉQUIPE AU SERVICE DE NOS MISSIONS

Au sein du CDT, la montée en compétence et la formation continue des équipes constituent un levier stratégique majeur pour renforcer la qualité de l'accompagnement des partenaires, anticiper les mutations du tourisme et porter avec crédibilité les ambitions de la Destination Gers.

5 axes de travail ont été priorisés pour accompagner les salariés en 2026 :

1 L'INTELLIGENCE COLLECTIVE POUR LA CONDUITE DE RÉUNIONS

Poursuite de la formation de membres de l'équipe en intelligence collective afin de renforcer leurs compétences en facilitation, écoute et co-construction.

Objectifs : faire évoluer les pratiques d'accompagnement vers des modes plus participatifs et collaboratifs en interne ainsi que lors des animations menées auprès de nos partenaires (ateliers, éductours, réunions...) pour améliorer la qualité et leur efficacité.

Capitaliser sur les méthodes (outils, retours d'expérience) et création d'une boîte à outils commune interne et diffusion de la culture collaborative au sein du CDT.

2 PAYSAGES

Dans le cadre de son accompagnement des acteurs touristiques gersois et de la promotion, communication de la Destination Gers, le CDT du Gers souhaite renforcer la compréhension et la valorisation des paysages au sein des pratiques professionnelles.

Cette formation s'inscrit dans une démarche de montée en compétence collective visant à consolider une culture commune du paysage, à la fois scientifique, sensible au service d'un tourisme durable et identitaire. Cf. fiche-action n° 19.

3 QUALITÉ DESTINATION EXCELLENCE - VOLET DURABLE

- Renforcer notre expertise pour accompagner les offices de tourisme sur le pilier écoresponsable du référentiel Destination Excellence.
- Clarifier les attendus du volet écoresponsable du label, sécuriser les OT dans la constitution de leur dossier de candidature et les accompagner efficacement dans la mise en oeuvre de leurs engagements. Cf. fiche-action n° 6.

4 RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES (RSE)

Organiser, structurer et professionnaliser la démarche au sein du CDT. Cf. fiche-action n° 21.

5 ACCOMPAGNEMENT AGENCE ATTRACTIVITÉ

Accompagner collectivement l'équipe du CDT dans la transition vers l'Agence départementale de l'attractivité et du tourisme du Gers, afin de clarifier le nouveau cadre d'action, sécuriser les évolutions de missions et renforcer la capacité de chacun à contribuer, de manière sereine et efficace, au projet global d'attractivité du territoire. Cf. fiche-action n° 24.



EN ROUTE VERS L'AGENCE D'ATTRACTIVITÉ

24

Au 1^{er} septembre 2026, le Comité Départemental du Tourisme deviendra l'Agence départementale de l'attractivité et du tourisme du Gers, une évolution naturelle et ambitieuse.

Cette évolution viendra conforter le rôle d'ingénierie, de coordination et de rayonnement du CDT, au service d'un tourisme gersois toujours plus durable, responsable et fédérateur.

Mais elle permettra aussi d'élargir les missions du CDT à d'autres cibles (étudiants, professionnels...) pour faire en sorte que notre territoire reste vivant, dynamique, attractif pour tous.

NOUVEAUTÉ

Préparer la transformation du CDT en Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme du Gers :

- Recenser les stratégies actuelles visant l'attractivité du territoire déployées par les différents acteurs gersois et en identifier les points de convergence.
- Créer un groupe de travail réunissant l'ensemble des opérateurs marketing pour construire une stratégie coordonnée.
- Sur le modèle du groupe de travail "accompagnement des porteurs de projet d'hébergement touristique", créer un groupe de travail dévolu à l'accompagnement de l'installation des cibles visées par l'Agence.
- Organiser une session de sensibilisation à l'attractivité résidentielle pour les élus, décideurs, partenaires et prévoir l'accompagnement des équipes du CDT.
- Prévoir la rédaction collective d'une feuille de route de l'Agence.



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

Enclencher une démarche collective afin de partager une vision, une démarche et une identité territoriale partagée en vue de renforcer l'attractivité de notre département.



BUDGET PRÉVISIONNEL

- 10 000 €.
- Temps agents.



OUTILS DE CONTRÔLE & DE SUIVI ET INDICATEURS DE RÉSULTATS

- Adoption des nouveaux statuts.
- Mise en place d'une méthode du "faire ensemble".



PARTENAIRES

- Conseil Départemental du Gers.
- Chambres consulaires.
- EPCI.



CIBLES / BÉNÉFICIAIRES

Touristes, étudiants, professions de santé en tension, actifs en recherche d'emploi / de mobilité, investisseurs.



PLANNING PRÉVISIONNEL

- 2^{ème} semestre 2026.

CONTACT

Olivier AURIOL

Directeur

+33 (0)5 62 05 87 35

direction@tourisme-gers.com







COMITÉ DÉPARTEMENTAL DU TOURISME DESTINATION GERS

3, Boulevard de Roquelaure

32000 AUCH

Tél. +33 (0)5 62 05 95 95

info@tourisme-gers.com

www.tourisme-gers.com

 @gersgascognetourisme

 @TourismeGers

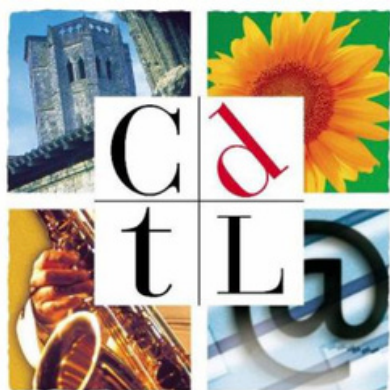
 @TourismeGers

 @Comité Départemental du Tourisme
Destination Gers

 @TourismeGers



Partagez le Gers
avec #Tourismegers
et #Exploremongers



DESTINATION GERS