



Rapport d'activités 2025

Comité
Départemental
du Tourisme
Destination Gers



LE CDT

Les missions du CDT Destination Gers	03
Édito de la Présidente	04-07
L'organigramme du CDT	08-09
Les chiffres clés de la Destination Gers	10-11

LES ACTIONS PHARES / NOUVEAUTÉS 2025

	Pôle développement, ingénierie & observatoire économique	14
	Pôle Marketing / Promotion & Communication	26

POURSUITE DES ACTIONS 2025

	Pôle développement, ingénierie & observatoire économique	36
	Pôle Marketing / Promotion & Communication	58

LES MISSIONS DU CDT DESTINATION GERS

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 :

- l'observation économique,
- la formation et l'accompagnement des acteurs touristiques,
- la structuration et la qualification de l'offre touristique gersoise,
- la promotion, la communication, la commercialisation de la Destination.



Un pôle d'ingénierie, développement & observatoire économique au service de tous les acteurs du tourisme, professionnels, collectivités, porteurs de projets, offices de tourisme pour :

-  **Suivre** l'évolution de l'activité touristique de la Destination Gers, **analyser** l'activité touristique, mieux **connaître** la clientèle.
-  **Structurer et développer** une offre de tourisme durable en cohérence avec le positionnement marketing de la Destination Gers, professionnels du tourisme, depuis la création de leur entreprise jusqu'à leur mise en marché.
-  **Qualifier l'offre** : intégrer une marque ou un label est un moyen de définir clairement le positionnement de son établissement, c'est 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 en adéquation avec les valeurs d'un tourisme durable et responsable.



Un pôle marketing/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 (SIT).
-  **Gérer** des contenus multimédias (informatique).
-  **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, Tours Opérateurs / Agences de voyages).
-  **Connaître, fidéliser, séduire** les cibles de clientèle (Gestion Relation Client - GRC) avec Gers Réservation.



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.

- Informer les visiteurs, promouvoir la destination, former les acteurs, 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 Offices de Tourisme et le Comité Départemental du Tourisme, dans le cadre de véritables missions d'intérêt général.
- 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 de randonnées, 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, j'y reviendrai.
- Former et accompagner les acteurs du tourisme, c'est professionnaliser une activité, élever ses standards de qualité et investir dans l'emploi local.
- 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 patrimoniales touristiques, culturelles, de mobilités, c'est contribuer à l'attractivité globale d'un territoire.
- 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 de l'offre, plus de cohérence territoriale. Le financement de ces missions et leur reconnaissance sont donc un investissement collectif au service du bien commun et de l'avenir de nos territoires.

Le périmètre géographique de notre département est l'échelle pertinente pour agir.

A l'échelle de la France, ce n'est pas toujours le cas ! L'imaginaire d'une destination touristique est, en effet, à géométrie variable !

Cela peut-être :

des régions : je pars en vacances en Bretagne, en Alsace...,

des départements : je vais dans le Lot, le Jura, dans les Landes, en Ardèche...,

des intercommunalités : je vais au Pays Basque,

des stations balnéaires ou de montagne : j'ai passé mes vacances au Cap d'Agde, à Saint Lary...

Pour nous, le Gers est bien l'échelle pertinente pour communiquer ! Et cette affirmation est largement partagée : j'ai le plaisir de vous annoncer le lancement, le 14 avril prochain, d'un site internet de destination commun avec 11 territoires gersois : Coeur Sud-Ouest, Grand Auch Coeur de Gascogne, Cœur d'Astarac en Gascogne, Savès, Bastide de Lomagne, Gascogne toulousaine, Coteaux Arrats Gimone, Val de Gers, Astarac Arros en Gascogne, Ténarèze et Gascogne Lomagne.

Ce projet démontre une belle dynamique collective, unissant nos forces vives au service d'un territoire.

Depuis 2 ans, nous avons enclenché un mouvement, nous avons transformé nos méthodes, modernisé nos pratiques, décroisé nos approches, ouvert la porte aux innovations.

Je crois profondément à la force du collectif, mais aussi à la puissance des territoires qui anticipent, qui innovent, qui assument leur différence.

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

En septembre 2026, le Comité Départemental du Tourisme deviendra l'Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme du Gers, une évolution naturelle et ambitieuse.

Ce qui change ? On passe d'un CDT centré sur les touristes à une Agence d'attractivité multicible : nouveaux habitants, nouveaux talents, étudiants, entrepreneurs, actifs en recherche de mobilité, métiers de la santé en tension... pour faire en sorte que notre territoire reste vivant, dynamique, attractif pour tous. Sans attractivité résidentielle, les politiques d'habitat, de solidarité, de développement économique... n'atteindront pas leur objectif.

Ce qui ne change pas ? Il s'agit toujours de promouvoir l'image du Gers, de travailler sa notoriété, de renforcer son sex-appeal, DE DONNER ENVIE DE GERS... pour un séjour ou pour toujours !

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. Nous souhaitons entraîner avec nous la Chambre de Commerce et d'Industrie, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, la Chambre d'Agriculture, les intercommunalités...

Nous ne créons pas un acteur de plus : nous souhaitons organiser ce qui existe déjà, sous une bannière, dans une maison commune.

Ensemble, nous poursuivrons notre objectif de toujours : faire du Gers une destination d'excellence, vivante, accueillante et dynamique.

Le Pôle marketing, promotion & communication •

Fiona NISOLI

Responsable Gestion
Relation Clients &
Événementiel

promotion@tourisme-gers.com

Newsletters / GRC / Salons

Céline BAX

Responsable de la donnée
& outils numériques

centredoc@tourisme-gers.com

Système d'Informations
Touristiques
Visibilité web

Base de données Clients (GRC)

Rémi DEHAN-SANTRÉ

Responsable communication
digitale & réseaux sociaux
promotion@tourisme-gers.com

Réseaux sociaux
Campagnes digitales
/ Jeux-Concours

Sylvie DAUDIRAC

Responsable
Informatique
photoheque@tourisme-gers.com

Multimédias
Centre de ressources

Raphaëlle LEQUAI

Responsable Presse & Communication
Responsable Pôle Marketing
communication@tourisme-gers.com

Presse / Editions
Campagnes de communication

Le Pôle développement, qualification, ingénierie & Observatoire économique •



Isabelle CARDOUAT

Responsable Démarches
Qualité - Pros et territoires

amenagement@tourisme-gers.com

Démarches Qualité Pros &
Territoires / Passeport Privilege



Laurie DAL LAGO

Responsable
développement de
l'ingénierie & animation des
prestataires

developpement@tourisme-gers.com

Accompagnement projets
touristiques / actions
développement durable



Emmanuelle BOYÉ-CAPDET

Responsable Mise en Réseau des
Territoires & des Loisirs Nature
territoires@tourisme-gers.com

Relais Territorial / Activités de pleine nature



Aurélie VILLAIN

Responsable de l'Observatoire
Économique

obsec@tourisme-gers.com

Analyse / Chiffres clés / Bilan

La Présidence •



Élodie LANAVE
Présidente

La Direction •



Olivier AURIOL

Directeur

direction@tourisme-gers.com

Le Pôle administratif & comptabilité •



Cathy PISTRE

Assistante de Direction

direction@tourisme-gers.com

Gestion administrative,
sociale & financière



L'organigramme •

CDT Destination Gers

Les chiffres clés 2025

LES ARRIVÉES TOURISTES 2025



2,0

millions d'arrivées
de touristes



- 5 %

par rapport à
2024



71 %

nuitées
françaises

LES NUITÉES 2025



5,7

millions de nuitées
touristes



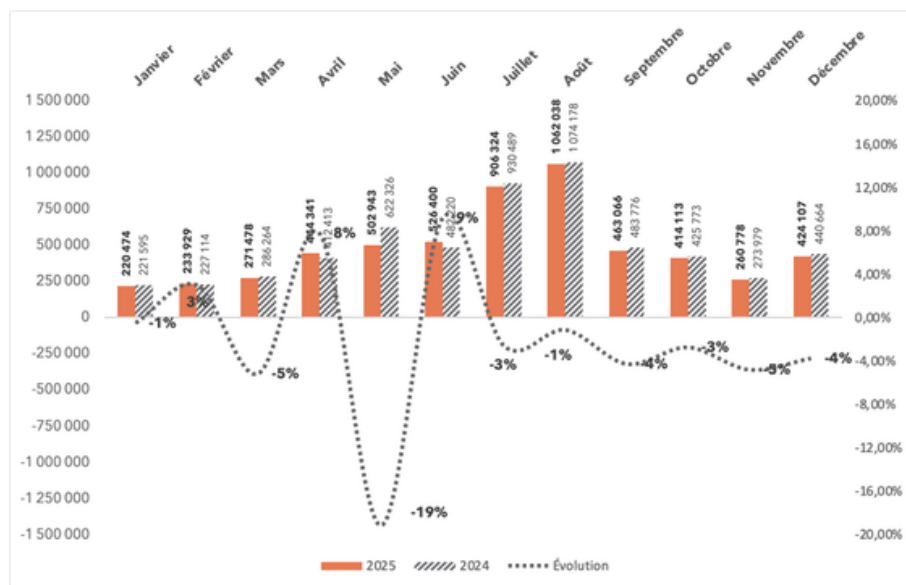
- 3 %

par rapport à 2024
(- 150 800 nuitées)



29 %

nuitées étrangères



Le week-end de Pentecôte en juin en 2025 a eu un impact négatif sur le mois de mai.
De plus en 2024, le week-end regroupant le 8 mai et l'ascension avait été très intéressant.
La météo a été défavorable sur la saison. Entre les vigilances orange voire rouge canicule en juin et août et la fraîcheur des autres mois, difficile de séduire les touristes dans ce contexte.
Enfin une baisse de la consommation et des dépenses a été constatée sur l'ensemble de la France.

LES EXCURSIONS 2025



8,4

millions d'excursions



± 0 %

d'excursions par rapport à
2024
(- 19 300 excursions)



87 %

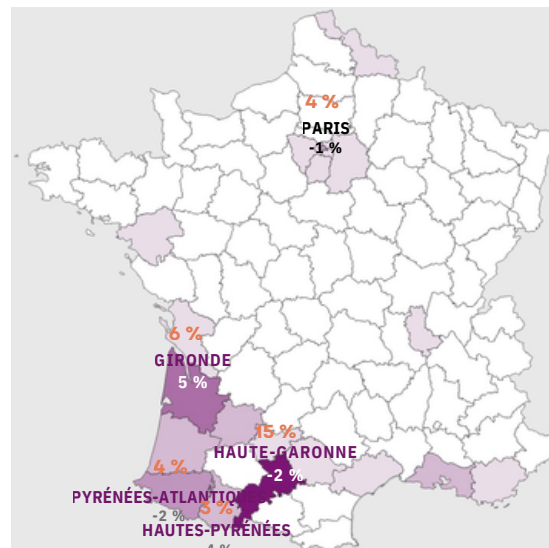
excursions françaises



13 %

excursions étrangères

TOP 5 DES ORIGINES TOURISTES FRANCE

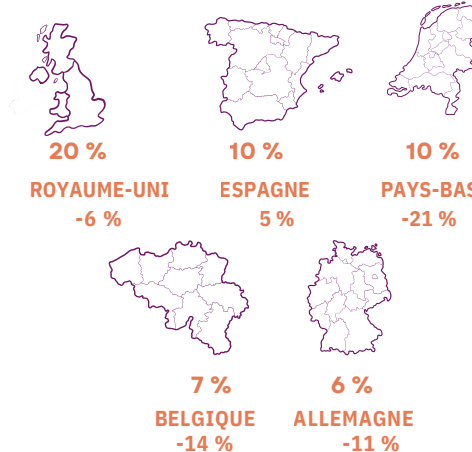


À noter : la part prépondérante des Haut-Garonnais dans les origines France, et celles des Britanniques qui sont 2 fois plus nombreux que les origines suivantes. Les Néerlandais en baisse conséquente.

Près de 90 % des excursions sont effectuées par des Français, le top 5 est constitué de :

1. Haute-Garonne 35 %
2. Hautes-Pyrénées 9 %
3. Lot-et-Garonne 9 %
4. Landes 8 %
5. Pyrénées-Atlantiques 7 %

TOP 5 DES ORIGINES TOURISTES ÉTRANGÈRES



- 5,7 millions de nuitées touristes.
- 313 millions d'euros de dépenses totales* faites par nos visiteurs.
- 1 625 € par an et par habitant* (dépenses touristiques rapportées à la population gersoise).
- 920 000 € de taxes de séjour perçues par les collectivités locales (2023).

* Enquête de clientèle 2014/2015

PLAN D' ACTIONS 2025



PÔLE D'INGÉNIERIE, DÉVELOPPEMENT OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE

Fiche N° 1

Mise en place d'une dynamique de travail collectif CDT/ Offices de Tourisme

Fiche N° 2

Structuration départementale d'un réseau d'accompagnateurs "accueil des porteurs de projet"

Fiche N° 3

Réalisation d'une enquête mutualisée de clientèle

Fiche N° 4

Étude sur la taxe de séjour

Fiche N° 5

Déploiement du label Accueil Compostelle

Fiche N° 6

Développement du label Accueil Vélo

Fiche N° 7

Évolution de la Destination Vignobles & Découvertes - Renouvellement du label

Fiche N° 8

Suivi du Schéma Départemental des Aménagements Cyclables

Fiche N° 9

Création de l'itinéraire cyclable "Le Tour du Gers à Vélo"

Fiche N° 10

Développement de la navigation sur la Baïse - itinérance douce

Fiche N° 11

Création d'un événement pour les habitants, ambassadeurs de la Destination



PÔLE MARKETING / PROMOTION & COMMUNICATION

Fiche N° 12

Création d'un site internet commun et mutualisé de Destination

Fiche N° 13

Accueil du tournage d'une émission "Échappées Belles" dédiée au Gers

Fiche N° 14

Mise en oeuvre d'actions de séduction "Sud-Ouest authentique"

Fiche N° 15

Mise en place d'actions de promotion de la campagne gasconne conjointe avec Landes Attractivité

Fiche N° 16

Élaboration d'un calendrier éditorial commun avec les Offices de Tourisme

Fiche N° 17

Mise en place d'une campagne digitale famille

Fiche N° 18

Optimisation et valorisation de l'informathèque départementale partagée (Ajaris) www.photo.tourisme-gers.com

Fiche N° 19

Partage et diffusion de l'offre sur l'appli Intramuros

1

MISE EN PLACE D'UNE DYNAMIQUE DE TRAVAIL COLLECTIF CDT / OFFICES DE TOURISME (1/2)

Le CDT Destination Gers a proposé au réseau des Offices de Tourisme de travailler collectivement sur des sujets stratégiques communs afin de mutualiser les compétences et les outils existants au sein de nos structures. Cette dynamique est au service des acteurs touristiques et de la Destination GERS.

En 2025, cela s'est traduit par 2 actions :

- le 1er Séminaire annuel départemental des équipes CDT/Offices de Tourisme,
- la mise en place de groupes de travail CDT/Offices de Tourisme.

Organisation du 1er Séminaire annuel départemental des équipes CDT/Offices de Tourisme le 23 janvier 2025 à Durban.

- 1 journée de rencontre professionnelle entre les équipes salariés Offices de Tourisme et CDT qui a permis de créer du lien, dynamiser nos partenariats et être plus efficace pour le Tourisme Départemental.

1 sujet plénière « l'Intelligence Artificielle », des ateliers thématiques ont été travaillés en commun.



Bilan

- 76 participants des équipes CDT / Offices de Tourisme.

Cette rencontre a été un véritable succès, tant par la qualité du cadre que par l'esprit de réseau et de coopération généré. Les pistes d'amélioration identifiées permettront d'enrichir les prochaines éditions, en donnant davantage de temps et de profondeur aux échanges, et en renforçant les outils pratiques pour la collaboration inter-Offices de Tourisme et CDT.

1

MISE EN PLACE D'UNE DYNAMIQUE DE TRAVAIL COLLECTIF CDT / OFFICES DE TOURISME (2/2)

Mise en place de groupes de travail CDT/Offices de Tourisme sur divers thèmes pré-identifiés, pour gagner en technicité, efficacité et aller dans le même sens :

- base de données touristique départementale,
- observation économique,
- site internet,
- éditions touristiques départementales,
- réseaux sociaux,
- accompagnement des porteurs de projet.

Ces réunions ont permis d'avancer sur nos actions partagées avec les Offices de Tourisme du Gers.

Bilan	
Thématiques	Nombre de réunions
Observation économique	4 réunions sur la taxe de séjour
Base de données touristique départementale	1 réunion + 11 visios (1/mois)
Site internet	+ de 20 réunions et visio
Accompagnement des porteurs de projet	12 RDV avec le groupe de travail

2 STRUCTURATION DÉPARTEMENTALE D'UN RÉSEAU D'ACCOMPAGNATEURS "ACCUEIL DES PORTEURS DE PROJET"

- Action qui s'inscrit dans la continuité du groupe de travail dédié à l'accompagnement des porteurs de projet touristique composé des chargés d'accompagnement des Offices de Tourisme et du CDT.
- Co-rédaction d'un guide du porteur de projet touristique hébergement.
- Organisation de réunions pour partager les processus d'accompagnement avec des partenaires (chambres consulaires, labels...).
- Mise en place d'un suivi régulier pour accompagner et soutenir de nouveaux porteurs de projet et financeurs.
- État des lieux des projets touristiques développés sur le territoire (labels, chambres consulaires, Offices de Tourisme et CDT).

Bilan

- **12** rendez-vous avec le groupe Accompagnement des Porteurs de Projet (APP), en visioconférence et en présentiel, consacrés au suivi et à l'avancement de la rédaction du guide d'accompagnement des porteurs de projet en hébergement touristique.
- **8** rendez-vous avec les partenaires : point d'information sur les évolutions du guide APP et intégration de nouveaux contenus (Chambre de Commerce et d'Industrie, Chambre d'Agriculture, Gers Réservation, UMIH...).



3 RÉALISATION D'UNE ENQUÊTE MUTUALISÉE DE CLIENTÈLE

Participation à une enquête de clientèle portée par le CRTL Occitanie et menée par la société Ipsos-BVA, avec un zoom sur le département du Gers.

Après une année 2024 marquée par la partie préparation de l'enquête, le 16 mars 2025 le questionnaire en ligne a été lancé auprès des clientèles venues sur l'ensemble de l'Occitanie.

Chaque département a travaillé avec les partenaires de son territoire.

La mutualisation a permis que les emailings de chaque département puisse rejaillir sur les autres.

Ainsi pour le Gers, c'est 34 % des questionnaires terminés qui ont été générés par les autres départements ou le CRTL Occitanie.



Au 06/01/2026 :
31 400 questionnaires terminés en l'Occitanie :
1 760 questionnaires terminés à l'échelle du Gers.

Budget 10 000€

Bilan

- 9 réunions de présentation de l'enquête aux Offices de Tourisme, filières touristiques.
- 30 COTECH Occitanie BVA (au moins tous les 15 jours) en visio.
- 6 COTECH Gers avec les OT de la Destination.
- 7 sorties terrains CDT pour collecter des questionnaires.
- 2 vacations faites par BVA (Base de loisirs de Solomiac et Camping du lac des 3 Vallées).

ÉTUDE SUR LA TAXE DE SÉJOUR

Mise en place d'un groupe de travail Offices de Tourisme/CDT visant à regrouper la donnée disponible, puis à définir des outils d'analyse et des indicateurs homogènes à l'échelle du département.

Cette première année a permis de faire un état des lieux des données disponibles pour chaque Office de Tourisme du groupe de travail.

Pour permettre à chacun de garder ses spécificités, il a été proposé l'ajout de colonnes "obligatoires", pour permettre une harmonisation des analyses.

Lors de l'interrogation pour récupérer les données 2024 de la taxe de séjour, de nouvelles questions en rapport avec les besoins remontés ont été ajoutées.

Cela a permis de voir que la donnée des nuitées est connue par une majorité des Offices de Tourisme ou des intercommunalités.

Concernant les autres indicateurs, un travail d'harmonisation de la collecte de données devra être lancé.

Bilan

- 4 réunions en 2025 sur la taxe de séjour.
- 8 Offices de Tourisme membres du groupe de travail.
- 5 nouveaux indicateurs collectés (nuitées globales, nuitées adultes, nuitées enfants/exonérés, durée de séjour, prix moyen).



DÉPLOIEMENT DU LABEL ACCUEIL CHEMINS DE COMPOSTELLE EN FRANCE

L'Agence Française des Chemins de Compostelle a, depuis 2019, mis en place un label « Accueil Compostelle » qui valorise la qualité d'accueil et de services des hébergeurs situés sur les chemins.



Le CDT Destination Gers, dans son plan d'actions 2025 avait prévu de travailler sur le déploiement du label auprès des hébergeurs situés le long des Chemins de St Jacques de Compostelle.

Le CDT Destination Gers, dans son plan d'actions 2025 avait prévu une co-animation du label avec l'Agence Française des Chemins de Compostelle.

Bilan

Le Département n'a pas souhaité renouveler son adhésion au label « Accueil - Chemins de Compostelle en France » pour des raisons financières.



DÉVELOPPEMENT DU LABEL ACCUEIL VÉLO



Accueil Vélo est une marque nationale développée par France Vélo Tourisme qui garantit un accueil et des services de qualité le long des itinéraires cyclables pour les cyclistes en itinérance.

9 200 établissements sont aujourd'hui labellisés en France.

Afin de développer le label sur l'ensemble des itinéraires structurants gersois, le Conseil Départemental du Gers a voté en 2025 une délibération validant le projet de rédaction d'un schéma départemental des mobilités appuyé par une cartographie situant ces itinéraires.

Sur cette base, France Vélo Tourisme a autorisé le CDT du Gers à démarrer ses actions de sensibilisation et de labellisation sur ces itinéraires.

Cette action débute en 2026.



Bilan

- 10 réponses aux candidatures au label.
- 2 rencontres avec le Pays Portes de Gascogne pour le déploiement du label.
- 1 webinaire de France Vélo Tourisme sur les nouveaux outils et critères.
- 1 webinaire de l'Ademe pour l'opération Vélotourisme en Occitanie.

NOMBRE DE LABELLISÉS EN 2025 : 11



3

Offices de tourisme



6

Hébergements



1

Activité loisirs



1

Réparateur vélo



ÉVOLUTION DE LA DESTINATION VIGNOBLES & DÉCOUVERTES / RENOUVELLEMENT DU LABEL



Créé en 2009, le label Vignobles & Découvertes est attribué pour une durée de 3 ans à une destination à vocation touristique et viticole proposant une offre de produits touristiques multiples et complémentaires (hébergement, restauration, visite de cave et dégustation, musée, événement...). Il permet au client de faciliter l'organisation de son séjour et de l'orienter sur des prestations qualifiées.

Le renouvellement du label a été acté le 29/10/2025 pour une période de 3 ans. L'écriture du dossier de demande de renouvellement du label et le passage devant le jury, ont demandé un temps de travail de 2 semaines temps plein.



Bilan

- Fin 2025, il y a 142 prestations labellisées, dont 26 nouvelles ayant fait l'objet d'une visite par le CDT.
- La réflexion sur l'extension de la destination avec le Tursan n'a pas abouti.
- Une convention de partenariat a cependant été cosignée par le CDT du Gers, Landes Attractivité et le BNIA pour la mise en oeuvre d'un plan d'actions de valorisation de l'Armagnac : 2 rencontres pour la préparation du plan d'actions.
- Organisation du Comité de Pilotage.
- Le CDT est élu au Conseil d'Administration et au bureau de la Fédération V&D : 6 réunions et participation à l'assemblée générale.
- Participation aux Assemblées Générales des filières viticoles : 4 réunions.
- Participation au jury du concours des Vins de Gascogne dans le cadre de la St Vincent.
- Suivi des travaux de la commission oeno-agritourisme du CRTL Occitanie.
- Participation à la rencontre interrégionale du club Oeno Nouvelle-Aquitaine.
- Organisation d'un atelier collaboratif avec les Offices de Tourisme, filières et prestataires labellisés volontaires pour une réflexion sur 3 thématiques Accompagnement/Édition/Événementiel. 18 participants sur une journée.
- Participation au groupe édito "gastronomie" pour le nouveau site internet.

SUIVI DU SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DES AMÉNAGEMENTS CYCLABLES

Le Conseil Départemental du Gers a lancé une étude “Quelles infrastructures pour quelles mobilités demain dans le Gers ?” dont une des actions est de se doter d'un schéma des aménagements cyclables. Ce schéma permettra de déployer le label “Accueil Vélo” sur les itinéraires structurants de l'ensemble des territoires gersois.

- Apport technique et expertise tourisme du CDT auprès du Service des Mobilités du Conseil Départemental pour la mise en œuvre du schéma départemental des aménagements cyclables,
- S'inscrit dans la fiche action 1 de l'Axe 2 «Quelles Infrastructures pour quelles mobilités?» de l'Étude des Mobilités du Conseil Départemental du Gers.

Bilan



- Co-réalisation d'une cartographie des itinéraires structurants cyclables du département pour le déploiement d'Accueil Vélo avec le service des Mobilités du Conseil Départemental du Gers.
- L'objectif est de créer une cohérence et une continuité dans le réseau cyclable gersois, tout en valorisant l'offre touristique et de loisirs. La démarche doit également favoriser la mise en valeur des itinéraires existants et futurs, en renforçant leur attractivité pour les cyclistes et touristes. Cette carte permet d'anticiper le déploiement du label Accueil vélo le temps de la finalisation du Schéma Départemental des aménagements cyclables.
- 3 RDV de travail.



CRÉATION DE L'ITINÉRAIRE CYCLABLE “LE TOUR DU GERS À VÉLO”

Le CDT Destination Gers a proposé aux partenaires cyclo et au service Sports de Nature du Conseil Départemental de travailler ensemble sur un projet de “Tour du Gers à vélo”. Cette proposition a souvent été évoquée lors de diverses rencontres “vélo” et est une demande récurrente de voyageurs à vélo “friands” de ce type de parcours.

- Réaliser une grande boucle cyclo touristique du Gers qui traverse les lieux emblématiques et sites touristiques majeurs du Département.
- S'appuyer sur les itinéraires Cyclo existants des 16 parcours du CODEP 32 qui longent le pourtour du département.
- Organiser plusieurs étapes avec des propositions d'hébergements et des suggestions de sites à visiter aux alentours avec les partenaires.

Bilan

Avec l'expertise du CODEP32, réalisation de la boucle départementale Tour du Gers à Vélo en 7 étapes : sortie en novembre 2025.

- 3 RDV de travail.



10 DÉVELOPPEMENT DE LA NAVIGATION SUR LA BAÏSE - ITINÉRANCE DOUCE

Cette action s'inscrit dans la dynamique du Club Baïse, "comité de réflexion" à l'interdépartemental qui partage des solutions concrètes au bon développement des activités fluviales et fluvestres des départements du Gers et du Lot & Garonne au-delà des périmètres géographiques.

Le Comité Départemental du Tourisme du Gers avait proposé, en collaboration avec les Départements du Gers et du Lot-et-Garonne, le recrutement d'un stagiaire visant à réaliser un diagnostic exhaustif de la navigation de plaisance sur l'ensemble du linéaire Gers/Lot-et-Garonne, et à formuler des recommandations stratégiques pour le développement durable de la navigation sur la Baïse.

Bilan

- Stage réalisé du 17 mars au 15 août 2025.
- Diagnostic de l'organisation de la navigation de la Baïse sur le 32 et 47.
- 18 RDV terrains et entretiens téléphoniques et en visio.
- Réalisation du document d'analyse et présentation au partenaires du Club Baïse le 9 juillet 2025 - 25 participants du Gers et Lot-et-Garonne.
- Des pistes de travail et recommandations ont été présentées pour relancer la navigation côté Gers avec l'ensemble des partenaires sous une approche plus globale de l'itinérance le long de la Baïse.
- Participation aux Rencontres Nationales du Tourisme Fluvial à Agen les 21 et 22 janvier.



11 CRÉATION D'UN ÉVÉNEMENT POUR LES HABITANTS, AMBASSADEURS DE LA DESTINATION

- Organisation d'un événement.
- Découvertes et visites de lieux emblématiques du département permettant aux participants de rencontrer des acteurs locaux et d'apprécier la diversité de l'offre touristique.

Bilan

Cette action n'a pas pu être réalisée faute de temps. Elle a été reportée.

Une réflexion est en cours pour adapter au mieux l'action aux besoins et attentes des habitants.



CRÉATION D'UN SITE INTERNET COMMUN & MUTUALISÉ DE DESTINATION

12

Création d'un site internet commun au CDT et aux Offices de Tourisme autour d'un positionnement Marketing commun, assurant la visibilité et la liberté de création de contenu de chaque territoire gersois.

Après un accompagnement sur l'image de marque et le cahier des charges par l'agence Les Conteurs, le collectif a choisi l'agence web Iris Interactive pour la création du site web collectif. Pour mener ce projet collectif, des réunions, des visios ont eu lieu pour les choix des prestataires, les ateliers de travail, les relectures, les entretiens...



Budget
40 900 €

Bilan

- 2 réunions de lancement et choix du prestataire pour l'accompagnement branding.
- Accompagnement branding avec Les Conteurs jusqu'à la rédaction du cahier des charges : 5 rencontres (présentiel, visio).
- Septembre : 4 entretiens avec les agences web.
- Étude et choix de Iris Interactive fin septembre.
- Constitution des groupes de travail : edito / graphisme / flux SIT.
- Signature de la convention partenariat entre tous.



+ de 135h de travail en collectif : CDT + 10 Offices de Tourisme et 1 Communauté de Communes.



Des visios mensuelles : groupe édito et groupe flux SIT.

ÉMISSION ÉCHAPPÉES BELLES GERS, DE VILLAGE EN VILLAGE : SUCCÈS MÉDIATIQUE & TOURISTIQUE !

13

- Tournage d'une émission de 90 minutes dans le Gers pour faire découvrir la Destination à travers des reportages et des rencontres.
- Ce projet a été réalisé et co-financé avec les Offices de Tourisme gersois, avec la constitution d'un groupe de travail qui a élaboré les propositions de thématiques et personnes Ressource.
- Aide technique (réservation d'hébergements, restauration...).

Janvier 2025 : réalisation des enquêtes terrain par les journalistes de l'émission.

Fin mars 2025 : tournage des différentes séquences par les équipes pendant 2 semaines.

Le 25 mai diffusion sur France Télévisions.

BUDGET
9403 € TTC

Bilan

- Une belle visibilité pour notre Destination avec 1 043 000 téléspectateurs et +10 % de visionnages en replay.
- Fréquentation du site internet du CDT multipliée par 2,5 le jour J, puis doublée dès le lendemain. Un troisième pic a suivi le jeudi de l'Ascension.
- Sur le Facebook de l'émission : plus de 220.000 vues de vidéos cumulées.
- Sur le Facebook Explore Mon Gers : meilleure publication du mois (et même des deux pages Facebook du CDT) !
- Sur le Facebook Gers Gascogne Tourisme : le nombre d'abonnés a triplé le dimanche de la diffusion.



NOS PARTENAIRES

Offices de Tourisme gersois : Gascogne Lomagne, Grand Auch Coeur de Gascogne, Coeur Sud-Ouest, Coeur d'Astarac en Gascogne, Val de Gers, Coteaux Arrats Gimone, Bastides de Lomagne ainsi que le PETR Armagnac (Offices de Tourisme Ténarèze, Armagnac d'Artagnan, Cazaubon-Barbotan),

14 MISE EN OEUVRE D' ACTIONS DE SÉDUCTION "SUD-OUEST AUTHENTIQUE"

Opérations de promotion communes, réunissant nos **3 destinations : le Gers, le Lot-et-Garonne et le Tarn-et-Garonne**, sous la bannière "Sud-Ouest Authentique", en IDF et en Gironde.

En parallèle de ces opérations, campagne de communication sur nos réseaux sociaux respectifs, ciblant les bassins parisiens et bordelais.

Objectifs : asseoir la notoriété de nos 3 destinations, autour de nos atouts communs (campagne slow, patrimoine, gastronomie, grands itinéraires...), sur 2 marchés prioritaires français (Paris et Bordeaux) en complément du plan d'actions Contrat de Territoire Sud-Ouest Authentique qui porte sur les marchés internationaux.

BUDGET GLOBAL
30 000 € TTC
(dont 10 000 € CDT)

SALON MONDIAL DU TOURISME À PARIS, DU 13 AU 16 MARS 2025

Présence : stand "Sud-Ouest Authentique" de 18m2.



Bilan

• En amont du salon :

- Coordination du salon, logistique,
- Création des fonds de stand,
- Transmission d'informations (communiqué de presse, présentation des destinations et partenaires, logos, site web...) déposé dans l'extranet du Salon.

• Pendant le salon :

Tous les jours : dégustation de produits du Sud-Ouest (dont le Floc de Gascogne pour le Gers).

- Samedi 15 mars de 15h à 15h30 : Conférence.

Présentation de 3 thématiques communes : Gastronomie / Itinérance / Bastides,

• Bilan :

- 1 132 documents touristiques distribués, dont 335 cartes touristiques et 231 carnets de campagne.
- Fréquentation aléatoire entre les 4 jours de salon, un public de retraités en majorité.

Nos partenaires : ADT Tarn-et-Garonne et l'Office de Tourisme d'Auvillar, le CDT du Lot-et-Garonne et les Offices de Tourisme Destination Agen et Val de Garonne.

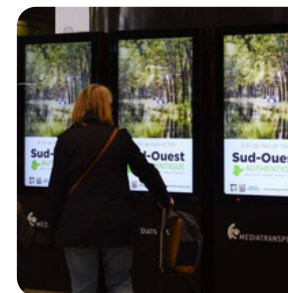
15 MISE EN OEUVRE D' ACTIONS DE SÉDUCTION "SUD-OUEST AUTHENTIQUE"

CAMPAGNE D'AFFICHAGE DIGITAL DOOH PROGRAMMATIC

Diffusion d'un clip Sud-Ouest Authentique dans les gares de Montparnasse et de Bordeaux au printemps, du 17 avril au 5 mai 2025.

Bilan

- Coordination de la campagne et de la création du clip vidéo.
- Près de 87 000 logs (diffusions sur les écrans).



A 1 h de Bordeaux

Sud-Ouest
AUTHENTIQUE
GERS - LOT-ET-GARONNE - TARN-ET-GARONNE

LOT GARONNE Tarn & Garonne www.sudouestauthentique.com



16

ÉLABORATION D'UN CALENDRIER ÉDITORIAL COMMUN AVEC LES OFFICES DE TOURISME

Création d'un calendrier éditorial commun entre les Offices de Tourisme de la Destination et le CDT.

2 types de publications sont concernés :

- la co-publication de photos de la Banque Images sur Instagram,
- la création de vidéos « 3 Secrets de Territoire » pour chacun des Offices de Tourisme, au format REEL, publiées sur Facebook et Instagram.

Bilan

L'action n'a été engagée que partiellement. Une réunion a été menée avec les community managers des Offices de Tourisme pour préciser les objectifs, la collaboration et les premières pistes.

Côté photos, 38 contenus de la Banque Images ont été co-publiés sur Instagram, lançant une dynamique commune et testant une valorisation partagée.

Les vidéos « 3 Secrets de Territoire » n'ont pas abouti en 2025 malgré un début de préparation sur la technique, l'éditorial et les lieux possibles.

Cette mise en œuvre limitée s'explique surtout par l'investissement important dédié au futur site collectif de Destination.



17

MISE EN PLACE D'UNE CAMPAGNE DIGITALE "FAMILLE"

BUDGET
2000 € TTC

Création d'une campagne digitale sur les réseaux sociaux afin de valoriser l'offre « famille » du Gers.

Objectif : faire la promotion de l'offre du Club Marque "Le Petit d'Artagnan®" auprès des familles en utilisant la force des réseaux sociaux et en segmentant les cibles pour un message personnalisé.

Cette campagne de séduction de la clientèle nationale a été lancée sur les réseaux sociaux du CDT en deux temps, au printemps et à l'automne. Un carrousel de 6 visuels a permis de mettre en avant l'intégralité des prestataires touristiques gersois proposant une offre dédiée aux familles, classés par thématique : Hébergement, Patrimoine, Loisirs, Villages, Fermes & Producteurs, Restaurants.

Bilan

- Audience cumulée : 646 000 personnes.
- Impressions cumulées : 1 500 000 vues.
- Clics sur le site : 19 100.
- Coût par clic : 0,10 €.



19

PARTAGE ET DIFFUSION DE L'OFFRE SUR L'APPLI INTRAMUROS

BUDGET

Gratuit

Bilan

- Partenariat mis en place avec Gers Numérique.
- Mise en place des connecteurs entre le Système d'Information touristique (SIT) Gers et Intramuros pour partager les informations de l'offre "Evènementiel" et "Patrimoine".
- Validation du mapping et du process d'échanges.

intramuros.org

+

2

IntraMuros

Accédez à votre commune

Auch, 32000

+

227

-

2

211

557

200

63

121

Leaflet

© les contributeurs d'OpenStreetMap

L'actualité locale

IntraMuros

L'application mobile du

Gers




Fiche N° 22

L'Observatoire Économique - valorisation des données économiques

Fiche N° 23

Accompagnement des porteurs de projets (publics et privés)

Fiche N° 24

Animation des professionnels du tourisme (éductours)

Fiche N° 25

Accompagnement des communes pour les marchés Terra Gers®

Fiche N° 26

Accompagnement des festivals/ événements gersois vers l'éco-responsabilité en partenariat avec l'Adda 32

Fiche N° 27

Développement de Gers'Ponsable en partenariat avec Arbre & Paysage 32

Fiche N° 28

Développement et qualification de l'offre / Démarches Qualité

Fiche N° 29

Contribution à l'évaluation du Schéma Touristique départemental

Fiche N° 30

Mise en place de la Responsabilité Sociétale des Entreprises

Fiche N° 31

Accompagnement des Offices de Tourisme au label Qualité "Destination d'Excellence"

Fiche N° 32

Animation et accompagnement à la professionnalisation du réseau des Offices de Tourisme

Fiche N° 33

Déploiement d'une feuille de route "eau et tourisme"

Fiche N° 34

Organisation des Rencontres du Tourisme / le CDT fête ses 50 ans

Fiche N° 35

Structuration de la mobilité dans le Gers & les activités de pleine nature


Fiche N° 36

Qualification, diffusion et partage de l'offre touristique - SIT Départemental

Fiche N° 37

Optimisation de l'informatique départementale - Ajaris

Fiche N° 38

Mise en avant de l'offre touristique sur www.tourisme-gers.com

Fiche N° 39

Mise en avant de l'offre touristique dans les éditions départementales

Fiche N° 40

Valorisation de la Destination Gers sur des outils de promotion chartés

Fiche N° 41

Accroissement de la visibilité de la Destination Gers sur les réseaux sociaux

Fiche N° 42

Valorisation de la Destination Gers sur les Newsletters

Fiche N° 43

Promotion de la Destination Gers sur les salons et événementiels

Fiche N° 44

Consolidation de la notoriété de la Destination sur les marchés nationaux et internationaux : presse & influence

Fiche N° 45

Conquête et fidélisation de nos prospects : la Gestion de la Relation Client (GRC)

Fiche N° 46

Promotion de la Destination auprès des tours opérateurs & des voyageurs

22 L'OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE
Valorisation des données économiques

BUDGET
22 500 €

L'Observatoire Économique du CDT Destination Gers a pour mission de suivre l'activité touristique de la Destination Gers.
Il publie différents documents tout au long de l'année, afin de valoriser les données recueillies.

DESCRIPTION DES DOCUMENTS

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...

Bilan

- Un bilan synthétique du Tourisme et 18 focus thématiques réalisés et publiés sur les supports d'information du CDT (espace professionnel, @ctuGers, newsletters).

2- ENQUÊTES DE CONJONCTURE

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 CDT/ADT de la Région Occitanie.

- Les résultats de cette enquête sont disponibles :
- sous format de note, avec analyse des réponses,
 - sous format brut permettant d'avoir des tendances mensuelles.

Bilan

- 5 notes de conjonctures mensuelles (de mai à septembre) publiées sur les supports d'information du CDT (espace professionnel, @ctuGers, newsletters).



3- FLUX COMPARATIFS

Comparaison de mois à mois et cumul annuel des nuitées touristes (analyse complète lors du bilan).

Bilan

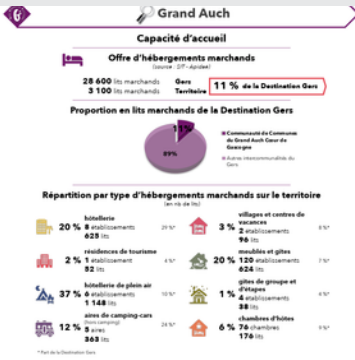
- 9 comparaisons mensuelles (de mai à janvier) des flux touristiques de l'année 2025 avec l'année 2024, publication sur les supports d'information du CDT (espace professionnel, @ctuGers, newsletters).

4- TABLEAUX DE BORD

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

Bilan

- Réalisation de 19 tableaux de bord.



5- PERFORMANCES NUMÉRIQUES

Performances mensuelles des réseaux sociaux du CDT Destination Gers.

Bilan

- 10 publications mensuelles grand public de la performance des outils numériques de la Destination Gers (site internet grand public et espace professionnel, réseaux sociaux, newsletters).

L'OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE, C'EST AUSSI :
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.

Bilan

- L'outil comptage actuel vieillissant et non évolutif, le CDT a entamé une analyse de l'outil Coq-Trotteur avec le réseau des Offices de Tourisme (3 visios).
- Solution non retenue car le coût est élevé. Une étude en cours pour un outil "maison".

DOCUMENTS INTERNES

- Cartographie, notes diverses...
- Autant que de besoins.

23 ACCOMPAGNEMENT DES PORTEURS DE PROJETS PUBLICS ET PRIVÉS

- Préparation des rendez-vous.
- Rendez-vous téléphonique et au CDT.
- Déplacement sur site des porteurs de projet.
- Veille sur les tendances.
- Échanges avec les partenaires pour développer l'accompagnement.
- Déplacement, visites de partenaires inspirants sur le territoire.

Bilan

- Suivi de 13 projet privés.
- Suivi de 2 projets publics (Sainte-Christie d'Armagnac & Lagardère).
- 10 Rendez-vous avec partenaires (CCI, HPA, CMA, CAUE).

RENDEZ-VOUS STRATÉGIQUES DES TERRITOIRES

Participation du CDT aux divers comités de pilotages ou comités techniques de nos partenaires :

- aux journées organisées par le service tourisme et culture du Conseil Départemental (culture, art contemporain, occitan),
- aux réunions thématiques organisées par les communes avec une dimension tourisme (accueil des saisonniers, PLUi, etc.),
- à la réunion ENR photovoltaïque et agrivoltaïsme organisée par la Préfecture,
- aux rendez-vous des partenaires (PNR, Bienvenue à la Ferme, PETR, CAUE, A&P32, Offices de Tourisme, CCI),
- aux assises de l'Agritourisme à Toulouse organisées par le CRTL Occitanie.



24 ANIMATION DES PROFESSIONNELS DU TOURISME (ÉDUCTOURS)

- Préparation de la journée avec les partenaires (Offices de Tourisme, PETR, PNR...).
- Visite des professionnels sélectionnés pour nous accueillir durant la journée.
- Développement des supports de communication et d'inscription.
- Développement, suivi, mise en place du planning de communication de ces journées.

Bilan

- **3 éductours :**
 - Le 27 mars : Quand l'art raconte le territoire : les Itinéraires Artistiques,
 - Le 2 juillet - Auch le sens des lieux !,
 - Le 2 octobre - Astarac, terre d'Audace, patrimoine d'avenir !
- **1 journée Regards Croisés** organisés en collaboration avec :
 - les Offices de Tourisme locaux, PETR, CAUE 32, Arbre & Paysage 32.
- 14 professionnels du tourisme valorisés.
- 4 visites patrimoniales.
- 3 Itinéraires artistiques mis en lumière et valorisation de Mémento, espace départemental d'art contemporain.
- Développement de partenariats (ex. Valoris).
- 122 participants.
- 34 arbres financés (1 arbre = 3€).
- 21 rendez-vous pour l'organisation des Eductours.



25 ACCOMPAGNEMENT DES COMMUNES POUR LES MARCHÉS TERRA GERS®

- Sensibilisation des communes avec la commission des villes Slow.
- Présentation de la démarche aux communes et Offices de Tourisme.
- Suivi du process pour marquer le marché Terra Gers®.
- Inauguration des Marchés Terra Gers®.
- Développement et évolution de la démarche.

Bilan

- Suivi de l'action zéro déchet sur la commune de Condom (Chambre des Métiers et de l'Artisanat du Gers, Chambre d'Agriculture du Gers, Office de Tourisme de la Ténarèze, commune de Condom et le CDT Destination Gers).
- Une réflexion est engagée sur la poursuite de la démarche « Marchés Terra Gers® ». Il est envisagé de recentrer l'action sur la valorisation de l'ensemble des marchés gersois, en intégrant notamment les initiatives zéro déchet dans une démarche plus large de mise en avant des pratiques écoresponsables.



26 ACCOMPAGNEMENT DES FESTIVALS/ ÉVÉNEMENTS GERSOIS VERS L'ÉCO- RESPONSABILITÉ EN PARTENARIAT AVEC L'ADDA 32

EN PARTENARIAT AVEC L'ADDA 32 :

- Développement des programmes des journées.
- Co-animation, suivi et communication des journées.

Bilan

- Participation à l'appel à projet en partenariat avec l'ADDA 32 pour être référent dans le cadre du label "Événements détonnants". Le label pour les événement éco-responsables en Occitanie. Notre candidature n'a pas été retenue.
- Une réflexion est engagée sur la démarche « Festivals Terra Gers® », dont la charte présente aujourd'hui une portée limitée malgré le rôle majeur des festivals dans l'attractivité de la destination. Il est envisagé de recentrer l'action sur la valorisation des grands festivals et la sensibilisation vers des labellisations reconnues, qui accompagnent vers des actions concrètes d'écoresponsabilité (consommer local, toilettes sèches, etc.) en lien étroit avec l'ADDA 32 et les partenaires touristiques.



DÉVELOPPEMENT DE GERS'PONSALE EN PARTENARIAT AVEC ARBRE & PAYSAGE 32



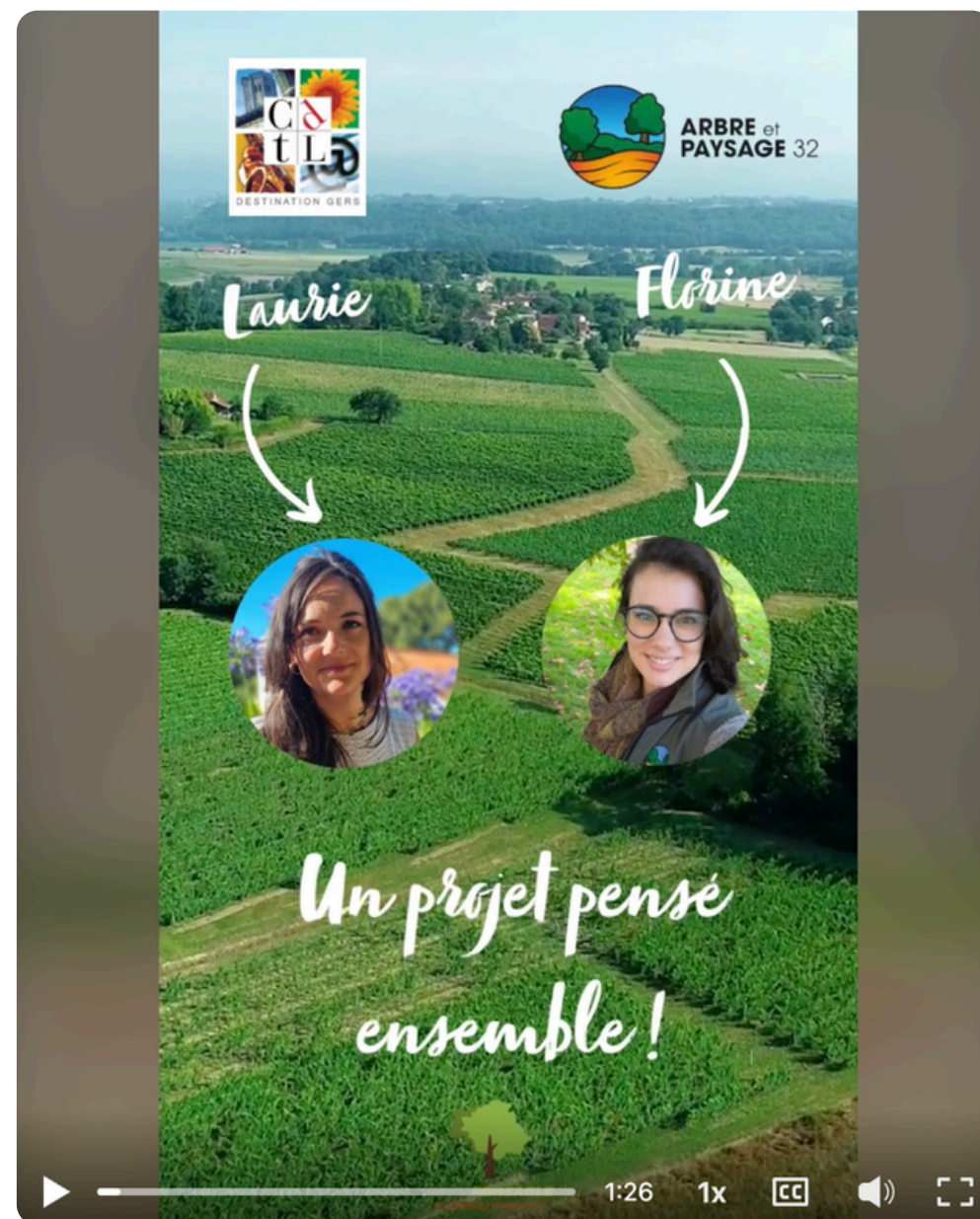
**COMPENSEZ VOTRE TRAJET,
PLANTEZ DES ARBRES !**

- Développement et suivi du planning de communication sur l'action.
- Participation à des concours.
- Développement et déploiement de Gers'ponsable auprès de nos partenaires.
- Présentation de l'action.

Bilan

- Développement du parcours pédagogique Jo la Genette sur la commune de Lagardère. (Communauté de communes de la Ténarèze, Office de tourisme de la Ténarèze, Arbre & Paysage 32, CDT Destination Gers, 4 RDV).
- Suivi du projet Erasmus suivi avec le service jeunesse et sport du Conseil Départemental du Gers (3 RDV).
- Développement du dispositif Gers'ponsable : Gers Réservation, Office de Tourisme de la Lomagne gersoise.
- Présentation du dispositif lors Eductour CCI sur le tourisme Responsable (2 RDV).
- Création et animation atelier pour modifier les éléments de langage Gers'ponsable (A&P32 et CDT32).
- Jury Gers'ponsable pour une présentation de projets potentiels (2 RDV).

Suivi global des actions Gers'ponsable avec Arbre & Paysage 32 : 7 RDV.



28 DÉVELOPPEMENT ET QUALIFICATION DE L'OFFRE & DÉMARCHES QUALITÉ

En s'appuyant sur des démarches qualité reconnues, le CDT soutient la qualification de l'offre touristique gersoise au travers de divers labels. Il en assure l'accompagnement et la sensibilisation.

ANIMATION DES LABELS POUR LES PROFESSIONNELS

1- ANIMATION DU LABEL STATIONS VERTES

Participation au CA de la Fédération.



ANIMATION DES LABELS DE TERRITOIRE

2- ANIMATION D'AUTRES LABELS



Le CDT du Gers facilite le développement de labels nationaux et internationaux portant les valeurs reconnues de la Destination Gers.

- Veille (critères, évolution, labellisations).
- Mise à jour de la base de données départementales.
- Participation au CA du label Stations Vertes.
- Participation au jury qui a réalisé la visite de Cologne pour valider la candidature du village au label Petites Cités de Caractère

COMMISSION DES VILLES SLOW

Le CDT anime la Commission depuis 2023. C'est un lieu de rencontre et d'échanges d'expériences avec les élus et Offices de Tourisme des ayant fait le choix d'intégrer un ou plusieurs labels de territoire.

La commission des Villes Slow s'est réunie le 27/11/2025 autour des thèmes suivants :

- la vie des labels,
- Gers'ponsable,
- l'importance des aménagements dans les villes et villages (exemple du village de Simorre).



NOMBRE DE LABELLISÉS DANS LE GERS EN 2025 : 59

✓ 27 Villages et Villages Fleuris

✓ 6 Plus Beaux Villages

✓ 15 Stations Vertes

✓ 3 Petites Cités de Caractère

✓ 1 Pays d'Art et d'Histoire

✓ 5 Citiaslow

✓ 1 Les Plus Beaux Détours

✓ 1 Pavillon Bleu

28 DÉVELOPPEMENT ET QUALIFICATION DE L'OFFRE / DÉMARCHES QUALITÉ

ANIMATION DES LABELS POUR LES PROFESSIONNELS

1- ANIMATION DU LABEL TOURISME & HANDICAP



- Labellisation de l'offre touristique à destination des personnes en situation de handicap.
- Renouvellement du label pour les établissements déjà labellisés.
- Sensibilisation et accompagnement des professionnels du tourisme.
- Gestion des dossiers dans la plateforme nationale de gestion du label proposée par l'instance nationale.
- Suivi de la commission régionale Tourisme & Handicap du CRTL Occitanie.

Bilan

- Accompagnements d'équipements touristique dont 1 renouvellement du label valable 5 ans.
- Participation aux travaux du club Accessibilité du CRTLO : 2 rencontres.
- Suivi des webinaires proposés par Accesitour (organisme de formation spécialisé dans le domaine de l'accessibilité, la qualité, et la RSE) : 5.
- Sensibilisation au label des associations départementales représentant les personnes en situation de handicap.
- Suivi des visios proposées par l'Association Tourisme et Handicaps (ATH) pour la bonne utilisation de l'application nationale des labels : 2.
- Participation au salon organisé par le réseau Grandir Handi'férences à Condom : 1 journée.
- Suivi de 2 webinaires proposés par Atout France pour l'amélioration de l'accueil.

NOMBRE DE LABELLISÉS DANS LE GERS EN 2025 : 23

✓ 1 Restaurants

✓ 6 Hébergements
Gîtes /
Chambres d'hôtes /
Hôtels

✓ 5 Activités loisirs
Jardins/Musée
Pêche/Randonnée
Boutique
Atelier de fabrication

✓ 6 Offices de tourisme



DÉVELOPPEMENT ET QUALIFICATION DE L'OFFRE / DÉMARCHES QUALITÉ

ANIMATION DES LABELS POUR LES PROFESSIONNELS

2- ANIMATION DU LABEL TABLES DU GERS

- Visite et diagnostic des restaurants candidats avec la CCI.
- Participation au comité de pilotage.

Les tables du gers

Bilan

- Participation à 2 audits.
- Participation au 15ème anniversaire du label.
- Participation au Comité de pilotage.

DANS LE GERS EN 2025
31 LABELLISÉS :



28
Restaurants



3
Traiteurs

3- SUIVI DES DÉMARCHES QUALITÉ NATIONALES

Bilan

- Réponse aux demandes d'information des acteurs du tourisme.
- Veille (critères, évolution...).
- Mise à jour dans la base de données départementale.

4- GESTION DU CLASSEMENT DES MEUBLÉS DE TOURISME

- Gestion de la base départementale des meublés de tourisme.
- Validation des classements dans l'outil national Class.

Bilan

- 405 fiches mises à jour dans Apidae.
- 225 fiches créées pour des nouveaux meublés classés.



CONTRIBUTION À L'ÉVALUATION DU 5ÈME SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DU GERS

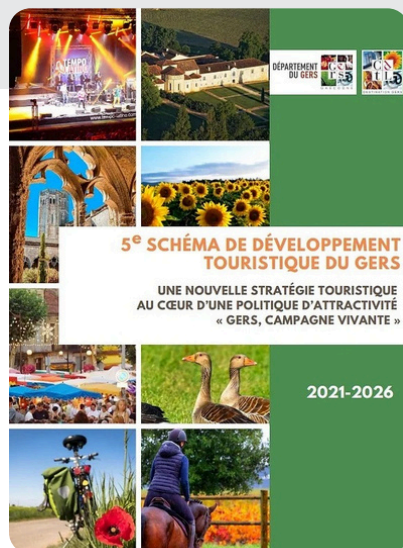
Le 5ème schéma touristique 2021-2026 de la Destination Gers a été adopté par l'Assemblée Départementale le 16 avril 2021.

Le CDT du Gers contribue à l'évaluation du Schéma réalisée par le service tourisme du Conseil Départemental du Gers.

Ce travail de collecte d'informations permet d'évaluer le niveau de réalisation des enjeux définis dans le Schéma.

Bilan

- L'action conjointe des services du Conseil Départemental du Gers et du CDT a permis de réaliser :
 - une présentation commune du bilan 2021/2023 lors du Comité Stratégique du 13 février 2025
 - l'évaluation de l'année 2024.
- Temps de travail pour la préparation et la récolte des données : 6 journées.
- Rencontres CDT/Conseil Départemental pour préparation : 4.



MISE EN PLACE DE LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES (RSE)

La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) est une démarche volontaire visant à intégrer les enjeux du développement durable, à moyen et long-terme, dans la vision et la stratégie de son organisation.

Mise en œuvre de la procédure interne, en complément de l'action collective réalisée avec les Offices de Tourisme dans le cadre de la démarche Terra Gers® (formation/accompagnement, raison d'être, plan d'actions ...).

Bilan

- Rencontre avec les Offices de Tourisme le 6 octobre 2025.
- Envoi du questionnaire en interne, analyse des résultats et début d'application en interne.

ENQUÊTE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Dans le cadre de notre démarche RSE et de la prise en compte de son pilier social, ce questionnaire ANONYME a pour objet de mesurer le bien-être au travail. Il permettra d'engager des actions d'amélioration en tenant compte des possibilités financières, humaines et organisationnelles du CDT.

Nous avons besoin de vos retours À TOUTES ET À TOUS pour le 30 avril 2025 au plus tard.

La démarche se déroule en plusieurs temps :

1. Questionnaire,
2. Traitement des réponses,
3. Présentation des résultats à la direction,
4. Présentation des résultats à l'équipe du CDT,
5. Proposition et mise en œuvre de bonnes pratiques.

Les questions portent sur 4 thématiques : Missions / Organisation et communication interne / Conditions de travail / Climat dans l'entreprise.

Merci pour votre participation.

Isabelle et Cathy

tourismegersdirection@gmail.com [Changer de compte](#)

Non partagé

* Indique une question obligatoire



ACCOMPAGNEMENT DES OFFICES DE TOURISME AU LABEL QUALITÉ "DESTINATION D'EXCELLENCE"



- Le Relais Territorial propose au réseau des Offices de Tourisme une expertise et un accompagnement pour déployer la démarche.
- Ce label renforce le niveau d'exigence en matière d'écoresponsabilité et d'information des publics en situation de handicap, conformément aux objectifs du Plan Destination France.
- Les nouveaux critères éco-responsables comprennent par exemple des critères relatifs aux mobilités durables, à la sobriété numérique et énergétique, aux consommations d'eau, ou à la gestion des déchets.

Bilan

- Accompagnement de l'Office de Tourisme Armagnac d'Artagnan : 5 RDV.
- Accompagnement de l'Office de Tourisme Barbotan : 3 RDV.
- Formation 2,5 jours au nouveau référentiel DEX en déc 2025.
- Réunion collective avec les Offices de Tourisme et ADN Tourisme (Céline Gey) pour décrypter l'évolution du référentiel - 24 avril - interprétation des critères et de la procédure d'accompagnement - 6 OT présents et engagés dans la démarche.
- Suivi de 2 webqual' du CRTL Occitanie.
- Suivi de 4 Cafés RT ADN - animation de réseau des Relais Territoriaux ADN sur la thématique Qualité - partage d'expériences.



ANIMATION ET ACCOMPAGNEMENT À LA PROFESSIONNALISATION DU RÉSEAU DES OFFICES DE TOURISME



- Appui et coordination de remontée des besoins du Plan de formation Régional des Organismes de Gestion des Destinations (OGD).
- Suivi des actions au plan régional et national (CRTL Occitanie & ADN) pour le compte du réseau.
- Accompagnement aux stratégies de territoires et plans d'actions locaux des Offices de Tourisme.
- Appui au montage de dossier de classement des Offices de Tourisme en Catégorie.
- Suivi des actions RSE dans le cadre de la Démarche collective RSE Terra Gers® piloté par le CDT.

Bilan

- Appui à la remontée du plan de formation régional et suivi du plan : 3 RDV en visio et 2 jours en présentiel à Carcassonne → 49 agents des Offices de Tourisme Gersois formés via le plan Régional en 2024.
- Suivi des plans d'actions des Offices de Tourisme : Gascogne Toulousaine : 3 RDV/ Bastides de Lomagne : 2 RDV pour le Schéma de Développement local et feuille de route 2024/2025 des 2 Offices de Tourisme.
- Appui au dossier de Classement - 4 jours de travail : Offices de Tourisme Barbotan-les-Thermes et Armagnac & d'Artagnan.
- Suivi des plans d'actions des Offices de Tourisme Grands Sites Occitanie : 3 RDV.
- Animation de 6 réunions de Directeurs d'Offices de Tourisme pour partage de stratégie et d'actions communes CDT/Offices de Tourisme.
- Organisation de 2 RDV du CRTLO sur le Gers sur le volet Territorial avec l'Office de Tourisme de Barbotan-les-Thermes et l'Office de Tourisme du Grand Auch Cœur de Gascogne.
- Organisation de diffusion de documentation Office de Tourisme : 3 RDV.
- Diffusion de la documentation départementale : fin février début mars - 1 semaine - plus de 12000 exemplaires diffusés pour l'année aux Office de Tourisme :
 - le "Drive Car" entre Offices de Tourisme & filières de réseaux : 30 avril et les Rencontres du Tourisme le 4 juin.

33 DÉPLOIEMENT D'UNE FEUILLE DE ROUTE "EAU ET TOURISME"

Cette feuille de route d'actions est identifiée à l'issue des Rencontres du Tourisme 2024 et des séminaires territoriaux pilotés par le Conseil Départemental du Gers.

Bilan

- Intégration du CDT à la Commission Locale de l'Eau : 4 RDV et participation aux ateliers de définition de la stratégie du SAGE NRG pour le volet tourisme.
- En juin 2025, la Commission Locale de l'Eau (CLE) a adopté sa stratégie qui guidera les actions à venir, fruit d'une large concertation avec plus de 3 000 participations citoyennes et professionnelles dont le tourisme.
- Découvrez l'ensemble de la vidéo sur la chaîne Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=f7KYkaLwG-Q>
- Participation au documentaire "d'Eau et de Terre" témoignage sur le volet tourisme.
- Accompagnement des Porteurs de Projet : message durable du projet systématiquement évoqué lors des entretiens et renvoi vers les filières ressources départementales et accès pro Destination Gers .



34 ORGANISATION DES RENCONTRES DU TOURISME LE CDT FÊTE SES 50 ANS

Cette année, le CDT a fêté les 50 ans d'existence de l'association. L'objectif a été d'associer ces deux événements pour partager un moment festif et convivial avec les acteurs du tourisme en l'honneur du tourisme gersois.

Une journée a été organisée en divers temps: un temps de conférences, de partages d'expériences autour d'une thématique, de témoignages d'experts, de débats..., un workshop / temps de partenariat entre professionnels et forum d'échanges, des animations (visites guidées de l'abbaye, jeux...) et un marché gourmand et festif pour le repas Soirée guinguette.



Bilan

BUDGET 3 179 €

50 ans du Tourisme Gersois le 4 juin : plus de **300** acteurs du tourisme et partenaires réunis à l'Abbaye de Flaran. Une journée sous le signe du partage, de la convivialité et des retrouvailles, dans un cadre exceptionnel et une ambiance festive grâce à **63** exposants en journée et près de **200** participants à la soirée guinguette. Taux de satisfaction global de la journée par les prestataires touristiques : **97 %**

- **PRESSE** : Invitation de la Presse Quotidienne Régionale. Sur place : Radio Cool Direct, Le Journal du Gers, La Dépêche du Midi, Radio DFM 930 (qui a animé l'après-midi avec des interviews en direct).
- **COMMUNICATION** : Conception d'une frise géante, rétrospective des temps forts du CDT depuis sa création (Président-es, Directeurs, actions majeures, évolution de la doc...). Elle était le socle d'une animation : chaque acteur touristique gersois était invité à coller un post it pour sa structure.
- **DOCUMENTATION** : Plus de **3 500 documents touristiques distribués** aux acteurs du tourisme.
 - Préparation de **300 kits d'accueil** avec goodies et documentation de l'Abbaye de Flaran et du CDT.
 - Organisation d'un **marché gourmand Terra Gers®** pour le repas Soirée guinguette : 200 participants / 6 stands de producteurs - participation des filières oeno partenaires.

ORGANISATION DES RENCONTRES DU TOURISME / LE CDT FÊTE SES 50 ANS

Aftermovie 50 ans du Tourisme Gersois

<https://youtu.be/OaTS6PLRJNs?si=CifsVZ-8s53q1WG->



UN GRAND MERCI À NOS PARTENAIRES

Apéritifs & Pop Corn

- Bureau National Interprofessionnel de l'Armagnac,
- Vins côtes de Gascogne,
- Floc de Gascogne,
- Madiran & Pacherenc du Vic-Bilh,
- Nataïs (Pop Corn).

Animations & Jeux

- Les Foyers Ruraux du Gers,
- A Ti Te Toca,
- Quad Concept.

Ambiance musicale

- Aquò Que Sona,
- Banda Los Valencianos.

Espace saveurs

- La Brasserie du Goutté,
- Aco Que Bio,
- Maison Fourcade,
- Lanusse Foie Gras,
- Past'Aqui.

Les Bons Crus Miladys®

- Château de Viella,
- Domaine d'Embidoure,
- Domaine de Herrebouc,
- Domaine de Bilé.





STRUCTURATION DE LA MOBILITÉ DANS LE GERS & LES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

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

- Optimiser la mobilité douce vers les sites touristiques des territoires et intégrer l'action régionale de l'Occitanie Rail Tour :
 - Renforcer le maillage des Transports à la demande, gestion du dernier km, connexion avec les transports Lio & gare SNCF.
- Suivre les Actions APN des territoires :
 - Équestre: suivre les actions du Conseil Départemental du Gers sur la REA, valoriser les boucles et séjours équestres des territoires.
- Vélo :
 - structurer la V82 via le Comité d'Itinéraire et les groupes de travail thématiques (Accueil Vélo, aménagements et infrastructures, promotion et communication),
 - valoriser les boucles locales en VAE, Itinéraires et parcours Artistiques en PPG, Grand Tour de l'Astarac, structurer l'offre VTT...
- Randonnée : optimiser l'offre PR, GRP, structurer et qualifier l'offre GR le long des Chemins de Compostelle GR65 et GR653 avec les Offices de Tourisme, le Conseil Départemental du Gers et l'Agence Française des Chemins de Compostelle.
- Suivre le Plan Départemental des Sports de Nature (PDESI CDESI).



Bilan

MOBILITÉ LIO

Prise de contact avec le service Ma Région Auch et le service Mobilité Conseil Départemental du Gers pour partager nos plan d'actions sur les mobilités et enjeux touristiques sur les itinérances douces. 3 RDV ont permis de déployer des actions communes pour 2026.

REA

5 RDV et échanges de travail avec le Service tourisme du Conseil Départemental et les OT - mise à jour de l'offre équestre potentielle le long de la Boucle Gers - réunion de bilan de mise en tourisme de la REA sur le Gers avec l'association AREA - création d'une fiche de sensibilisation pour les prestataires.

VÉLO

- V82 : participation à l'Eductour du 47 sur le lancement du tronçon Voie verte Feugarolles/Moncrabeau. Participation aux actions de promotion et presse de France Vélo Tourisme. Suivi des RDV du Club National Vélo & Marche et Club des Itinéraires Vélo - 4 RDV.
- 16 parcours cyclotouristiques : Mise à jour des traces GPX des 16 boucles cyclo du CODEP32.
- Grand Tour de l'Astarac à Vélo : 3 RDV de préparation pour l'événement la Grande Tournée de l'Astarac à Vélo prévue en mai 2026.

RANDONNÉE

Ateliers Tronçon T6 Unesco/ DDT : participation aux 3 ateliers de valorisation du tronçon T6 par un Cabinet d'étude pour la mise en œuvre d'une stratégie d'actions pour le bien en série UNESCO "Chemins de Saint-Jacques de Compostelle" en Lomagne Gersoise et en Ténarèze.

PARTENARIAT ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

- Participation aux Comités de Gestion des Espaces Naturels Sensibles (ENS) pour leur valorisation et mise en Tourisme.
- Échanges réguliers des actus APN, CDESI, Service Sports de Nature, Service Tourisme et Mobilité - Conseil Départemental du Gers.



QUALIFICATION, DIFFUSION ET PARTAGE DE L'OFFRE TOURISTIQUE - SIT DÉPARTEMENTAL



1- QUALIFICATION DE L'OFFRE AVEC LES MEMBRES DU RIT

- 1 visio mensuelle.
- Échanges de bons procédés.
- Harmonisation des règles de saisie.
- Suivi de l'offre dans son ensemble.
- Qualification des contenus selon les thématiques du plan d'actions.

2- ENRICHISSEMENT DE L'OFFRE AVEC LA MISE EN PLACE DE FLUX DE DONNÉES

- Avec l'Office de Tourisme Cœur Sud-Ouest via le Hub du CRTL Occitanie.
- Avec Gîtes de France.
- Avec Gers Numérique pour alimenter l'appli Intramuros dédiées aux habitants gersois.

3- DIFFUSION ET PARTAGE DE L'OFFRE TOURISTIQUE

- Au niveau régional avec le CRTL Occitanie.
- Au niveau national avec Datatourisme.
- Échange dédié à l'offre itinérance douce avec Cirkwi.
- Appli Intramuros avec Gers Numérique pour alimenter l'appli Intramuros dédié aux habitants gersois.

4- RÔLE D'ANIMATEUR TERRITORIAL APIDAÉ

- Suivi des fonctionnalités du SIT.
- Suivi des rencontres RIT.
- Relais avec le pôle Développement pour la gestion des hébergements, les besoins de l'observatoire économique.
- Suivi des rencontres Data avec le CRTL Occitanie.
- Suivi de la mise en place des passerelles SIT / sites web.



BUDGET

25 000 € dont 14 280€ part CDT

Bilan

- 12 visios avec les utilisateurs départementaux.
- 12 visios et 1 séminaire avec les animateurs Apidaé nationaux.
- 4 visios : qualification des données via les commissions nationales.
- 9 000 fiches objets traitées.
- 3 formations à de nouveaux utilisateurs Apidaé : Bienvenue à la Ferme, Office de Tourisme Savès, Office de Tourisme de Barbotan-les-Thermes, Office de Tourisme Gascogne Toulousaine.



37 GESTION DE L'INFORMATHÈQUE DÉPARTEMENTALE - AJARIS WWW.PHOTO.TOURISME-GERS.COM

Ajaris est un logiciel utilisé par le CDT depuis 2008, dédié à la gestion et au partage de contenus multimédias. Cette infromathèque permet de centraliser, classer et organiser une grande variété de fichiers (photos, vidéos et divers documents). Ces contenus sont répartis selon des thématiques pour une utilisation intuitive et efficace. Les photos sont en partage au travers d'une gestion rigoureuse et respectueuse des droits d'auteur et des droits à l'image.

En 2025, Ajaris était gracieusement mis à disposition des offices de tourisme, qui pouvaient y accéder en tant qu'administrateurs. En outre, la plateforme est partagée avec de nombreux acteurs du secteur touristique. Ajaris est ainsi devenu un outil clé pour la diffusion de multimédias et de ressources documentaires dans le domaine du tourisme.

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...). Veiller au partage des visuels au travers d'une gestion rigoureuse et respectueuse des droits d'auteur et des droits à l'image.

Bilan

EN 2025, AJARIS C'EST :

BUDGET
8 500 €

Comptes
1 113

Connexions
15 117

**Documents /
médias
enregistrés**
3 729

dont **12 636**
consultations en accès libre depuis la page
d'accueil

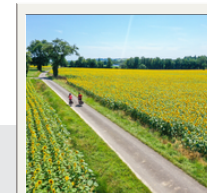
dont **2 254** photos,
625 documents,
850 articles de presse (régionaux,
nationaux et internationaux).

DEMANDES D'ÉLÉMENTS DE COMMUNICATION

Bilan

72 envois de visuels et éléments de communication pour des publications promotionnelles du département du Gers dont :

- 35** Demandes de visuels pour la Presse,
- 6** Demandes de visuels pour les Agences de Voyage / Tours Opérateurs / CE,
- 24** Demandes de visuels pour des acteurs du tourisme gersois et autres professionnels (principalement gersois),
- 4** Demandes d'envoi de nos outils de communication (charte graphique, logos d'usage...),
- 3** Demandes de vidéos (influenceurs, professionnels gersois et/ou organismes souhaitant faire la promotion du Gers lors d'événements en France et à l'international).



Participation à 2 webinaires Ajaris Web Club, organisé par la société Orkis, le 7 février et le 16 mai 2025, pour la présentation des nouveautés de l'outil.



CHIFFRES CLÉS

**✓ 180 153 supports
enregistrés et indexés
dont 102 931 photos.**



GESTION DE L'INFORMATIÈQUE DÉPARTEMENTALE - AJARIS WWW.PHOTO.TOURISME-GERS.COM (SUITE)

2- OPTIMISATION DE L'UTILISATION DE L'OUTIL AJARIS

Bilan

Mise en place d'un groupe de travail avec les Offices de Tourisme pour lancer une réflexion sur l'outil collectif "informatièque" CDT/Offices de Tourisme.

Objectif : mutualisation des moyens. Suite à un temps de travail en visio et à l'envoi d'un questionnaire, les Offices de Tourisme n'ont pas exprimés de besoins de maintenir un outil partagé, co-financé.

Il a été acté la fin de l'accès Administrateur des Offices de Tourisme en 2026, qui engendrait des coûts pour le CDT. Ils conservent toutefois l'accès Visiteur et la possibilité de commander des visuels.

3- ENRICHISSEMENT DE NOUVEAUX MÉDIAS

- La Banque Images Destination Gers : le projet lancé début 2022 en partenariat avec l'ensemble des Offices de Tourisme du Gers et les Communautés de Communes Astarac, Arros en Gascogne et Gascogne Lomagne, a pris fin en octobre 2025.
- La Banque Images Destination Gers compte aujourd'hui près de 7 000 photos.

Budget
Banque images
9 000 €
dont 3 000 € CDT

Bilan

- En 2025, plus de 2 000 photos ont été réalisées par le photographe Arnaud Späni et indexées dans Ajaris.
- 2 shootings ont été coordonnés par le CDT :
 - le 19 septembre 2025, au Domaine de Baulieu (thématique Bien-être, Hébergement, Restauration),
 - le 3 octobre 2025, à la Ferme du Choucou (thématique Gastronomie / produits du terroir).



MISE EN AVANT DE L'OFFRE TOURISTIQUE SUR WWW.TOURISME-GERS.COM

1- PLATEFORME WWW.TOURISME-GERS.COM

Mise en place de widgets du SIT Apidaé dans les pages listing du site actuel pour afficher l'offre touristique.

2- ACTUALISATION ET ENRICHISSEMENT DU CONTENU ÉDITORIAL

Création de pages éditoriales, mise à jour de visuels... : page "La Route Européenne d'Artagnan", page "Vignobles en Scène", page "Sports de nature", page "Notre documentation"...

3- DÉPLOIEMENT D'UN SITE INTERNET DE LA DESTINATION GERS COMMUN AU CDT ET AUX OFFICES DE TOURISME

(Cf fiche action phare N° 12 "Site internet commun").



Bilan

- **273 000 visites** ont été enregistrées sur le site du CDT tourisme-gers.com. C'est stable par rapport à 2024 (+1 %).
- **Création de widgets selon les besoins de contenus réseaux sociaux et newsletters.**



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

LES ÉDITIONS DÉPARTEMENTALES

BUDGET
35 000 €

Bilan

Un catalogue de Destination et d'inspiration
6 000 exemplaires



Des documents thématiques et pratiques pour les visiteurs en séjour



36 000 exemplaires



10 000 exemplaires



10 000 exemplaires

A noter, volonté de créer un nouveau document oenotouristique avec les partenaires du label Vignobles & Découvertes (Cf *fiche action phare N° 7 "Vignobles & Découvertes"*).

MISE À JOUR ET ENRICHISSEMENT DES ÉDITIONS DÉPARTEMENTALES

- Travail effectué avec le groupe de travail CDT / Offices de Tourisme et autres partenaires (Conseil Départemental, filières...).
- Gestion des insertions publicitaires sur la carte Découverte et la carte Le Gers à vélo.

LES FLYERS THÉMATIQUES

Créés et édités par le CDT

Bilan

**Les marchés du Gers
(avec les marchés à la ferme)**



1 500 exemplaires

Les Rendez-Vous du Gers



1 000 exemplaires

Tourisme & Handicap



100 exemplaires

UNE ÉDITION INTERDÉPARTEMENTALE

Bilan

Une carte cycliste Véloroute Vallée de la Baïse - V82

- 4 500 exemplaires, (dont 1500 exemplaires pour le Gers - partenariat ADT65 / CDT47).
- Lancement de la mise à jour fin 2025 avec intégration du nouvel itinéraire en voie verte (47) et des visuels d'Arnaud Späni.



DIFFUSION ET GESTION DE LA DOCUMENTATION DÉPARTEMENTALE

- Auprès des acteurs touristiques gersois.
- Envoi aux particuliers sur demande.
- Kit d'accueil aux nouveaux habitants.
- Lors de salons du tourisme et opérations événementielles.

Distribution :
60 000 éditions
départementales

En 2025, le CDT a répondu à 140 demandes de documentation touristique.

BUDGET 900 €

40 VALORISATION DE LA DESTINATION GERS SUR DES OUTILS DE PROMOTION CHARTÉS

MISE À DISPOSITION D'OUTILS DE PROMOTION

BUDGET
100 €

Mise à disposition, à la demande, de la collection départementale de roll-up et de bâches, mais aussi de la documentation départementale, pour les événements des acteurs touristiques.

Bilan

- Prêt de kakemonos Destination Gers, aux producteurs du label Bienvenue à la Ferme ainsi qu'au CD pour une opération de séduction des futurs médecins (#Dites 32 !).
- Poursuite de la diffusion des cartes postale collection 2024/2025 aux associations et notamment lors de l'opération Tour de France à Auch.
- Vente de 35 Tote Bags au Comité de Jumelage de Mirande.



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

1- ANIMATION DES RÉSEAUX SOCIAUX DU CDT

BUDGET
9200 €

Animation des comptes Facebook, Instagram, LinkedIn... :

- Création de publications sponsorisées et de stories,
- Modération / réponse aux commentaires et messages.

Bilan

Facebook « Gers Gascogne Tourisme »

→ 46 000 fans (+ 2 % par rapport à 2024)
→ 5,9 millions d'impressions
→ 105 publications

Facebook « Explore Mon Gers »

→ 14 000 fans (+ 11 % par rapport à 2024)
→ 4 millions d'impressions
→ 288 publications

Instagram « TourismeGers »

→ 21 800 abonnés (+ 6 % par rapport à 2024)
→ 1,4 millions de comptes touchés
→ 222 000 comptes ayant interagi avec le contenu
→ 133 publications

YouTube « Gers Gascogne Tourisme »

→ 515 abonnés
→ 23 200 vues générées (- 6 % par rapport à 2024)
→ 163 heures de vidéos visionnées, soit 7 jours (- 57 % par rapport à 2024)

Pinterest « Tourisme Gers »

→ 656 600 impressions (- 9 % par rapport à 2024)
→ 419 700 lecteurs (+ 8 % par rapport à 2024)

LinkedIn « Comité Départemental du Tourisme Destination Gers »

→ 1 580 abonnés
→ 79 400 impressions
→ 1 260 visiteurs
→ 89 publications



Axe Schéma : Enjeu 4- Axe 4.1.2 : mettre en œuvre de nouveaux outils de communication (réinventer les outils de séduction, tendre vers une harmonisation des outils de communication du CDT et des Offices de Tourisme).



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

2- CAMPAGNES SOCIAL MEDIA

BUDGET 920 €

• BOOSTS FACEBOOK (54 PUBLICATIONS EN 2025).

Le CDT a travaillé avec six partenaires (Office de tourisme Armagnac & d'Artagnan, L'Astrada Marciac, Gers Réservation, Pass'en'Gers, Les Tables du Gers, Domaine Rey) pour créer des plans de communication sur la page Facebook Explore Mon Gers. Chaque publication met en avant l'activité du partenaire et renvoie vers son site Internet, dans le but d'améliorer sa visibilité et ses résultats.

Bilan

- Audience cumulée : près de 500 000 personnes.
- Impressions cumulées : 1 641 000 vues.
- Clics sur les sites partenaires : 19 540.
- Coût par clic : 0,04€.

• JEUX-CONCOURS INSTAGRAM (8 PUBLIÉS EN 2025).

Le CDT met son expertise en création de contenu au service de la conception d'une publication percutante sur Instagram. En 2025, 8 concours ont été publiés sur différentes thématiques (Saint-Valentin, Escape Game, Nuits Impériales, Dégustation de vins, Armagnac en Scène, Halloween) en copublication avec différents partenaires (Le Domaine de Baulieu, Chateau Montus & Bouscassé, l'ADT des Landes, le BNIA, la Tour de Termes d'Armagnac). L'objectif est d'offrir à la structure partenaire une visibilité renforcée tout en l'aidant à attirer de nouveaux abonnés.

Bilan

- 225 000 vues cumulées.
- 5060 interactions.
- 2145 participants.
- 700 abonnés gagnés.

Explore Mon Gers et Les Tables du Gers — rav(e), à Gers. 11 juillet 2025 · 48

Les Tables du Gers : un label, un réseau, un gage de qualité ! Depuis 15 ans, Les Tables du Gers rassemblent un réseau unique de restaurateurs, traiteurs, producteurs, vigneron, brasseurs et éleveurs qui partagent les mêmes valeurs : circuits courts, produits frais & de saison, engagement local et solidaire.

Ce sont aujourd'hui + de 120 membres, dont 33 restaurateurs/traiteurs et 90 producteurs, qui unissent leurs savoir-faire pour vous offrir une cuisine authentique, maison, locale et engagée, dans vos assiettes comme dans vos verres.

Du champ à l'assiette, chaque acteur du réseau contribue à valoriser le patrimoine gastronomique du Gers, à faire vivre son économie locale et à cultiver la convivialité !

Découvrez ces femmes et hommes passionnés : <https://www.les-tables-du-gers.fr/>

#GastronomieGersoise #LesTablesduGers #LabelQualité #restaurants #produitslocaux



Explore Mon Gers se sent festif à l'Elevage de Porc Noir de Bigorre - Marie & Nicolas REY. 31 juillet 2025 · Loubersan · 48

FÊTE À LA FERME à l'Elevage de Porc Noir de Bigorre - Marie & Nicolas REY Mercredi 6 août dès 16h ! Venez vivre une soirée gourmande, festive et familiale autour de Le Noir de Bigorre - AOP !

NOUVEAUTÉS 2025 Un burger 100 % Porc Noir de Bigorre au menu ! Un marché de producteurs version nocturne pour flâner à la fraîche !

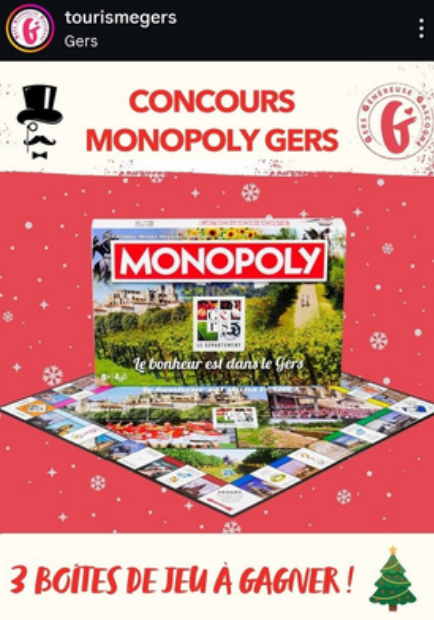
Ambiance assurée avec la banda "Bandalida" ! Visite de la ferme, masterclass de découpe, château gonflable, jeux & plus encore !

MENU ADULTE : Melon & jambon de Porc Noir de Bigorre affiné 24 mois, Burger de Porc Noir de Bigorre avec frites à la graisse de canard, croustade à l'Armagnac, glace, pain & café

MENU ENFANT (-12 ans) : Melon, saucisson, frites/saucisse, glace

28 € adulte | 13 € enfant - Tout compris (repas, animations, musique) - RÉSERVATION OBLIGATOIRE : 06 27 04 24 01 ou cocktail ou soft offert pour toute réservation en ligne ! <https://reservation.eloha.com/SearchGetDetail...>

Un moment à ne pas manquer, en famille ou entre amis !



Axe Schéma : Axe 4.2 : cibler et segmenter la communication autour de 4 cercles de clientèle (améliorer la notoriété, générer du trafic sur le site internet, recruter des abonnés) et Axe 4.4 : commercialiser la Destination Gers : de nouvelles approches, repenser les outils de commercialisation et place de marché



42 PROMOTION SEGMENTÉE ET CIBLÉE DE LA DESTINATION GERS DANS NOS NEWSLETTERS



BUDGET

- Temps agent.
- 1200 € par an (conception et envois).



PROXIMITÉ

LES CHIFFRES CLÉS

Taux d'ouverture 17% **Taux de réactivité** 12%

NEWSLETTER HEBDOMADAIRE « QUE FAIRE CE WEEK-END DANS LE GERS ? »

Bilan

- Partage et promotion des événements gersois auprès d'une clientèle de proximité.
- 3 300 contacts de décembre à juillet, puis 6 300 à partir d'août.

> 45 newsletters envoyées



NEWSLETTER D'INFORMATION “@CTUGERS”

Bilan

- Partage des actualités du CDT aux professionnels du tourisme gersois.
- 3 600 contacts.

> 23 newsletters envoyées



NATIONAL

LES CHIFFRES CLÉS

Taux d'ouverture 12% **Taux de réactivité** 12%

NEWSLETTER COMMERCIALE MENSUELLE « POUR LES GOURMANDS DE LIBERTÉ ».

Bilan

> 18 newsletters envoyées

- Co-construite avec la Centrale de Réservation du Gers.
- 35 000 contacts en début d'année, puis 46 000 en fin d'année.
- Mise en avant de séjours ou produits, afin de déclencher l'acte d'achat.
- Séduction des clients et promotion de la Destination Gers.

NEWSLETTER D'INVITATION AUX SALONS

Bilan

> 1 newsletter envoyée

- Newsletter d'invitation au salon Occ'ygène.
- Environ 7 000 contacts, national.

Service +

199€

NEWSLETTER DÉDIÉE « PARTENAIRE »

Newsletters réalisées, à la demande, pour les prestataires touristiques souhaitant mettre en avant leurs offres (contenus et bassins ciblés définis en fonction de leur stratégie marketing).

Bilan

> 6 newsletters envoyées

Mise en avant de :

- Bienvenue à la Ferme,
- Le Château Montus Bouscassé,
- CIRCA,
- Le Vélorail de l'Armagnac,
- Elusa Capitale Antique,
- Le CFPPA du Gers.

Axe Schéma : Axe 4.3.3 : Amplifier et diversifier la stratégie selon les orientations de la stratégie marketing (conforter le Gers comme destination Slow Tourisme sur nos différents marchés)



PROMOTION DE LA DESTINATION GERS SUR LES SALONS ET ÉVÈNEMENTIELS

1- PRÉSENCE SUR DES SALONS SPÉCIALISÉS “TOURISME” EN FRANCE ET À L'ÉTRANGER

Bilan

LES CHIFFRES CLÉS

- + 12 000 personnes touchées
- 3 600 Documentation Touristique du Gers
- 1 900 Cartes Touristiques

 **BUDGET CDT**
3000 €

SALON B-TRAVEL BARCELONE (Tourisme)

À Barcelone, du 28 au 30 mars.

Présence du CDT sur un stand partagé « Suroeste de Francia » avec Tarn Attractivité, Tarn-et-Garonne Tourisme, Office de Tourisme Castres-Mazamet, Office de Tourisme Toscane Occitane Rabastens, Association Tarnaise de l'Hôtellerie de Plein Air, Office de Tourisme Moissac.

SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE (Tourisme & Gastronomie)

À Paris, du 22 février au 2 mars.

Le CDT a participé à la présentation de l'espace Gers au Salon International de l'Agriculture 2025 le 10 février au Conseil Départemental.

Il a fourni de la documentation départementale pour diffusion sur l'espace Gers, sur le stand de la boutique Excellence Gers.



2- PARTICIPER À DES ÉVÈNEMENTS LOCAUX ET DE PROXIMITÉ



Bilan

CIBLE	Isochrone 3	Isochrone 3
LIEU	Toulouse	Toulouse
DATE	7 - 9 mars	15 mai
PARTENAIRES	7 Offices de Tourisme Et des prestataires : Maison RAMAJO La Ferme du Hitton Domaine d'Embidoure Ethiquable L'Abbaye de Flaran Domaine de Baulieu	Organisé par le CRTLO. Présence du Gers dans 6 restaurants avec : Gers Réservation, Domaine Rey et l'OT Gers Armagnac
BUDGET	4 000€	Espaces gratuits



Bilan

PASSAGE DU TOUR DE FRANCE (Tourisme & Loisirs)

Présence du CDT sur les stands de l'Assemblée des départements de France (ADF) et Amaury sport organisation (ASO), partagés avec le Conseil Départemental, pour faire la promotion du département et accueillir la presse.

À Auch, le 17 juillet, place de la Mairie (village du Tour), parking du tribunal (espace VIP).

HANDI'FÉRENCE (Tourisme & Handicap)

Présence du CDT sur un stand partagé avec le Conseil Départemental.

À Condom, le 10 octobre.

VIGNOBLES EN SCÈNE (Tourisme & Gastronomie)

Dans le vignoble, du 17 au 20 octobre.

En tant que Destination labellisée Vignobles & Découvertes, le CDT a coordonné et promu cet événement oenotouristique au niveau départemental et régional (validation des offres, remontée des offres sur le site du CRTLO, du CDT, envoi d'un communiqué de presse à la PQR, relais sur les réseaux sociaux et dans les newsletters). Au total 14 offres ont été proposées dans le Gers.

ÉVÈNEMENT ARMAGNAC EN SCÈNE Mont-de-Marsan

Bilan

Les vendredi 17 et samedi 18 octobre 2025, Mont-de-Marsan a accueilli la toute première édition d'Armagnac en Scène.

Deux jours d'expériences immersives, festives et gourmandes : ateliers, animations, soirées thématiques... Une invitation à (re)découvrir toute la richesse de l'appellation Armagnac, dans une ambiance conviviale. L'événement a attiré **plus de 400 participants**.

Coordination de l'événement par l'ADT 40 et le BNIA, avec la participation active du CDT.

L'événement sera organisé en alternance dans les Landes et dans le Gers.

Communication :

- Sur le site web du CDT : création d'une page éditio pour présenter l'événement, mise en avant de cette page dans la page d'accueil du CDT.
- Sur les réseaux sociaux et les newsletters : lancement d'une newsletter à une base de contacts à 3h du Gers (17 000). Publications sur la page Facebook ExploreMonGers et Instagram TourismeGers, publication de stories hebdomadaires, repartage des co-publication et stories le jour J.
- Partage en live de la journée sur les réseaux sociaux du CDT, de l'ADT 40 et de @Fonddeterroirs

Presse & influence :

- 1.Participation à l'événement national de lancement à Paris le 7 juillet 2025 organisé par la Fédération Nationale V&D : présentation de certains banquets insolites à la presse nationale, influenceurs et blogueurs, dont Armagnac en Scène. 22 journalistes et 38 influenceurs présents.
- 2.Envoi d'un communiqué de Presse à la PQR et relance.
- 3.Participation à la conférence de presse de lancement à Mont-de-Marsan, le vendredi 17 octobre. Apéritif déjeunatoire avec cocktails à base d'Armagnac.

BUDGET 47 715 €
dont 4 550€ pour le CDT



Organisation de l'accueil de l'influenceur @Fond_de_terroirs (vidéos de teasing en amont de l'événement, communication pendant le week-end, et vidéo de debrief pour annoncer 2026).

Les co-publications de ces différents posts avec Les Landes et le BNIA sur Instagram ont permis de toucher **plus de 80 000 personnes et générer 172.000 vues**.



44 CONSOLIDATION DE LA NOTORIÉTÉ DE LA DESTINATION SUR LES MARCHÉS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX : PRESSE & INFLUENCE

1- RENCONTRES AVEC LES MÉDIAS

BUDGET
9 500 €

+ de 85 médias accompagnés

Bilan

Workshop Presse "Partir en France", organisé par ADN Tourisme, au Novotel Paris Est Centre de Conférence.
Paris, 13 & 14 janvier 2025, budget - 1 140€.



Ce rendez-vous réunit les journalistes et influenceurs spécialisés dans le secteur du tourisme autour des Destinations françaises afin de planifier leurs idées de reportage de l'année.

Plus de 26 journalistes de la presse écrite et influenceurs sont venus (re)découvrir le Gers, nos nouveautés ainsi que nos incontournables :

Wildroad, CO2 Mon amour, Villages & Patrimoine, Randos Balades, Investissements Conseil, Femme actuelle jeux, Grands Reportages, Guide du Routard, Récrémag, Europe1, BFM, Gilles Pudlowsky, Régis, Échappées Belles, Ma famille zen, La Minute M6, Rustica hebdo, Récits d'escapade, Echappée vélo, Wider, Michelin éditions, Esprit d'ici, Sud-Ouest Week-end, Esprit Globe Trotteuses, Les Michmich en Vadrouille, lindigo-mag.com, infotravel.fr, class tourisme, Camping-car magazine, Planet Van, From Yukon.

LES CHIFFRES CLÉS

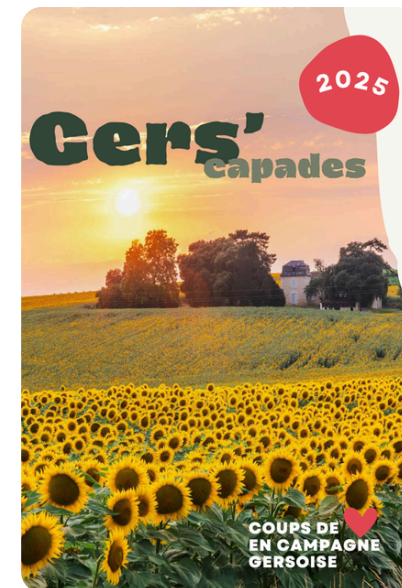
+ de 85 médias accompagnés en 2025

2- CRÉATION ET DIFFUSION DE SUPPORTS DE COMMUNICATION

- Dossiers de Presse Nouveautés GERS et CRTL Occitanie.
- Communiqués de Presse : accueil du J13, 50 ans du CDT, Vignobles en Scène, Armagnac en Scène.

3- ACCOMPAGNEMENTS PRESSE

- **+ de 45 envois d'informations, de visuels...** dont BFM TV, Europe 1, Météo à la Carte, Ici Occitanie, Télématin, Elle, France 3, La Dépêche, Des Racines et des Ailes, Le Figaro, France TV, M6, TF1 Grands Reportages, Esprit d'ici, Femmes Actuelles, Prima...



4 - SÉMINAIRE RÉGIONAL PRESSE & INFLUENCE

- Participation au séminaire Presse et Influence organisé par le CRTL Occitanie, les 6 et 7 novembre 2025, à Albi.
- Les équipes Social Media, Presse & Influence des 13 Comités Départementaux du Tourisme (CDT) et Agences Départementales du Tourisme (ADT) d'Occitanie ainsi que des 2 métropoles étaient réunies pour deux jours dédiés aux bonnes pratiques et aux perspectives de collaboration pour 2026.



CONSOLIDATION DE LA NOTORIÉTÉ DE LA DESTINATION SUR LES MARCHÉS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX : PRESSE & INFLUENCE

5- ACCUEILS DE PRESSE ET INFLUENCE

Bilan

• Organisation de 15 accueils Presse et Influence :

- Boudu Magazine,
- Le Routard, Radio
- Nacional Espanola (émission No es un día cualquiera (CVP : 221550 € et audience: 655 000 UU),
- Fond de Terroir,
- Elle,
- Intramuros,
- DK, Hellolaroux,
- El Periodico / Viajar,
- France Today,
- Sud-Ouest Week-end,
- Mollow, Guide
- Vert Michelin,
- Le Cronica,
- Les Pieds dans le plat (Gilles Pudlowski),
- Echappées Belles (*cf fiche action phare n°13*).

• Passage à la radio Ici Occitanie - émission "Bienvenue chez vous", à l'occasion de la Route d'Occitanie (Pujaudran).



6- VEILLE PRESSE

Bilan

- Réalisation de **revues de presse mensuelles et annuelle**.
- **Plus de 850 articles** issus de médias régionaux, nationaux et internationaux (presse écrite et digitale, blogs, radio, TV...) ont fait la promotion de la Destination Gers en 2025.
- Ces retombées sont le fruit de nos partenariats cités dans ces différents articles départementaux et régionaux (filieres, syndicats, offices de tourisme, CRT... selon le cas) et des initiatives de tous les acteurs du tourisme gersois. Près de 300 prestataires ont été cités dans ces différents articles.



ENTRETIEN. "On ne flâne plus quand il fait 40 °C": la canicule a fait fondre les chiffres du tourisme...

ladepeche.fr

CONSOLIDATION DE LA NOTORIÉTÉ DE LA DESTINATION SUR LES MARCHÉS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX : PRESSE & INFLUENCE

7- INSERTIONS / PUBLI-RÉDACTIONNELS ET CAMPAGNES MÉDIA

Bilan

- les 2 Guides du Marcheurs / Pélerins des Offices de Tourisme gersois.
- Topoguide GR653
- Guide de l'été de La Dépêche (carte touristique)
- Terre de vins (partenariat BNIA)
- France Today (Sud-Ouest Authentique)
- Campagne DOOH Programmatic (cf fiche action phare n°14/ G3)

BUDGET
30 500 €

Focus

Campagne "DESTINOS con Albert Falco" (contrat de territoire S-O Authentique) -

Du 21/04 – 30/06

Campagne 360 ° avec Prensa Iberica : Periodico di Catalunya et la revue voyage Viajar.

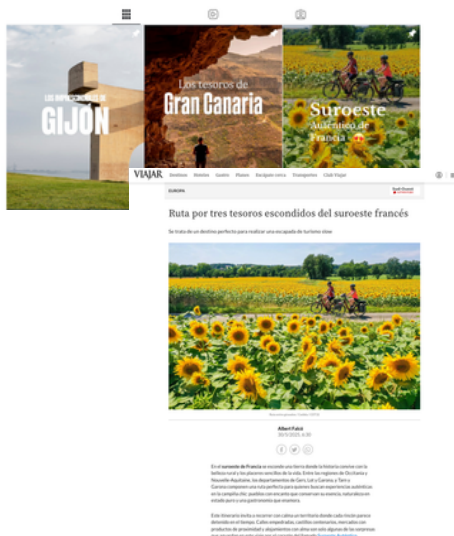
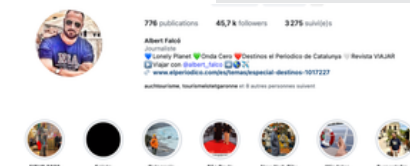
Cette action a permis de créer un contenu audiovisuel de grande qualité qui a généré plus de 370 000 vidéos vues et 21 000 pages vues pour les branded content El Periodico de Catalunya et Viajar avec un très bon temps moyen de lecture de 1'53" et un impact off line de 787 000 entre lecteurs et téléspectateurs.

ARTICLE VIAJAR / ARTICLE EL PERIODICO

Visibilité gratuite de 6 min dans la TV régionale de Castilla – Léon dans la section Voyages du programme « El programa de Cristina »

LIEN EMISSION TV RÉGIONALE CASTILLA - LEÓN 22/04/2025 (1'04''30 - 1'09'00).

- **Du 30/04 – 08/07 : campagne programmatique** (Catalogne, le Pays Basque et Navarre). Les performances sont très bonnes en 2025 avec plus de 87 000 clics, soit un CPC de 0,12€ (vs 0,32€ en 2024 pour l'action Meta), un CP visite à la page de 0,17 € (vs 1 € initialement prévu) et plus de 59 000 visites générées par la campagne programmatique enregistrées par le GA4 du CRT Occitanie, avec un temps moyen de consultation de 39 secondes / visite. La vague 1 en mai a légèrement mieux performé que celle de mi juin/début juillet.
- **Du 21/04 au 27/04 : voyage de production Albert Falco :**
 - Vidéo Albert Falco.
 - Réal
 - Teaser Fb & Twitter
 - Story



Informations sur les supports

	www	f	t	i
Periodico de catalunya Home – native ads	20 000 000 V.U./mois	980 000 fans	726 400 suiveurs	176 000 suiveurs
Revue Viajar Home – native ads	2 000 000 V.U./mois	1 900 000 fans	83 300 suiveurs	178 000 suiveurs
@albert_falco				71 800 suiveurs
Revue VIAJAR version papier	Tirage: 22 000 ex. Lecteurs: 482 000			

Rincones con alma en el Suroeste Auténtico de Francia

Se trata de un destino ideal para aquellas personas que buscan una experiencia chic de turismo slow



El Sur Oeste Auténtico de Francia es una región llena de rincones para explorar | CEDIDA | CRT32

Albert Falco
Actualizado 03 JUN 2025 13:15
Por qué confiar en El Periodico

Entre colinas suaves, pueblos con historia y sabores intensos, el **Suroeste Auténtico de Francia** es un territorio que invita a descubrirlo sin prisas. Repartido entre las regiones de Occitania y Nouvelle-Aquitaine, este rincón del país reúne tres departamentos que brillan por su autenticidad: Gers, Lot y Garona, y Tarn y Garona. Aquí, la vida rural

Racons amb ànima al Sud-oest Autèntic de França

• És una destinació ideal per a aquells que busquen una experiència chic de turisme slow



El Sur Oeste Auténtico de Francia es una región llena de rincones para explorar | CEDIDA | CRT32

Albert Falco
Actualizado 03 JUN 2025 13:15
Por qué confiar en El Periodico

Entre colinas suaves, pueblos con historia y sabores intensos, el **Suroeste Auténtico de Francia** es un territorio que invita a descubrirlo sin prisas. Repartido entre las regiones de Occitania y Nouvelle-Aquitaine, este rincón del país reúne tres departamentos que brillan por su autenticidad: Gers, Lot y Garona, y Tarn y Garona. Aquí, la vida rural

7- INSERTIONS / PUBLI-RÉDACTIONNELS ET CAMPAGNES MÉDIA

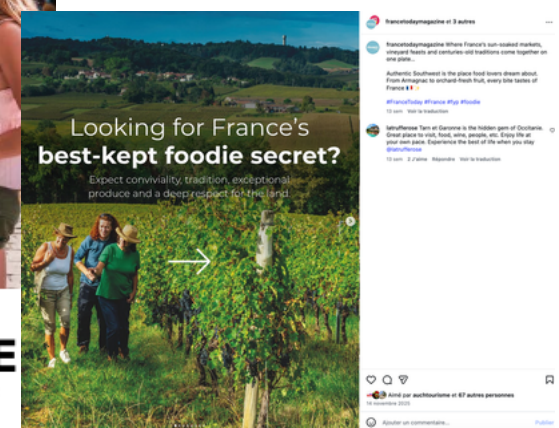
Focus

Campagne France Today (contrat de territoire Sud-Ouest Authentique) :

BUDGET
25 000 €

- **3 éditions France Today** : 2 articles de 6 pages (mars, mai), un dossier de 12 pages (+ 4 pages de publicité - septembre). Lectorat France Today : 174 000.
- **1 édition Taste of France** : 6 pages de publi-redac (juin). Lectorat Taste of France : 77 000.
- **3 newsletters** : 18/06, 09/07 et 23/07 (+ 41 500 destinataires chacune, 36 120 vues et 13 206 clics cumulés).
- **1 Eblast personnalisé** (Destinataires : 1 10 447 / Taux d'ouverture : 33,15 % / Clics : 5 712).
- **6 Articles Online sur France Today** : 12 552 pages vues.

Ces articles ont été partagés dans leurs newsletters (300 000 abonnés) et sur les réseaux sociaux.

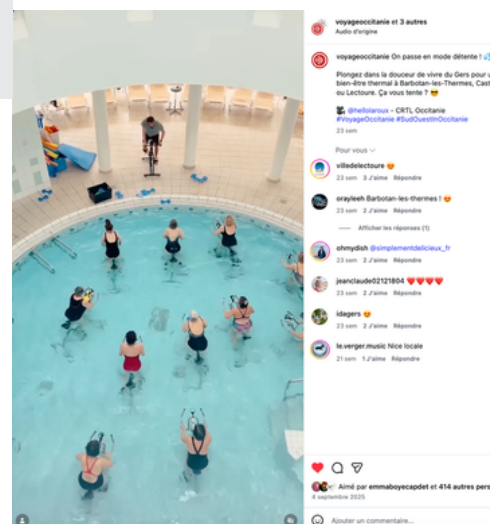
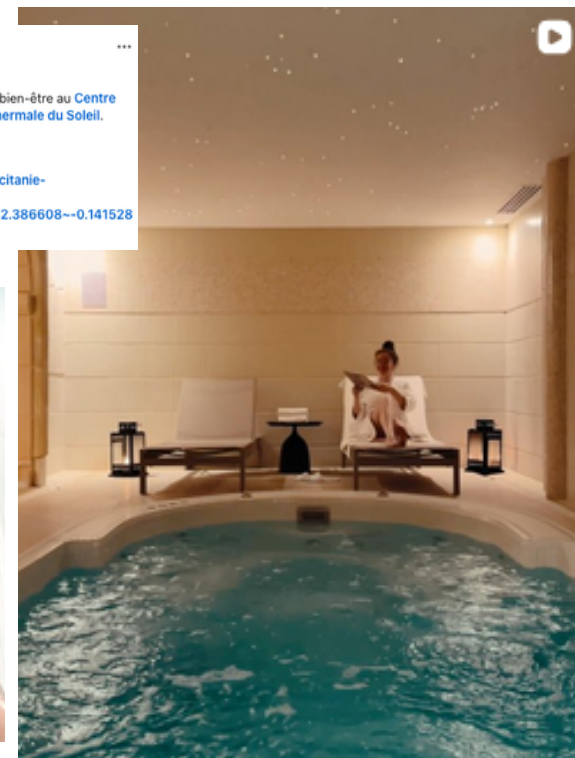


Bilan

- Campagne vidéos “bien-être” sur les réseaux sociaux, avec la participation de 7 ADT/CDT (valorisation de destination Bien-être via des capsules vidéo avec visuels de spas thermaux et de sites nature/patrimoine) : tournage d’une capsule vidéo thermoludisme (format vertical de 30 secondes, idéal pour REELS) avec @Hellolaroux.
- L’accueil des influenceurs dans le Gers a été réalisé en mars 2025. Le tournage a été réalisé dans les thermes de Barbotan-les-Thermes et de Castéra-Verduzan, ainsi que dans la ville de Lectoure.
- Co-publication de la capsule Gers sur les pages Facebook et Instagram du CRTLO et du CDT le 4 septembre.

Bilan

- Relais du jeu concours Occ'tobre bien-être sur les réseaux sociaux et dans les newsletters hebdomadaire "Que Faire ce Week-end dans le Gers ?".
- Relais de la promotion du spa des thermes de Barbotan-les-Thermes sur les réseaux sociaux.
- Mise en avant des thermes du Gers dans la newsletter grand public, mensuelle du mois de mars.



45 CONQUÊTE ET FIDÉLISATION DE NOS PROSPECTS : GESTION DE LA RELATION CLIENT

Dans le cadre de sa collaboration avec la Centrale de Réservation, sur la stratégie de GRC, le CDT organise plusieurs réunions de points d'étapes dans l'année.

1- COLLECTER LA DONNÉE

Mise en œuvre de campagnes Facebook Leads afin de collecter des adresses de prospects, d'augmenter et de mieux connaître les abonnés aux newsletters du CDT et de la Centrale de Réservation.

 35 000 abonnés

Bilan

Actions départementales :

3 jeux-concours

- Jeu de printemps, sur facebook (du 03 au 17 avril),
- Jeu de rentrée, sur facebook (du 21 octobre au 04 novembre),
- Jeu sur le Salon Occ'ygène avec le Domaine de Baulieu (du 7 au 9 mars).

Actions régionales avec le CRTL Occitanie :

2 jeux-concours

- Jeu de printemps - Thématique Bien-être (du 13 janvier au 13 février),
- Jeu automne - Thématique Gastronomie (du 10 septembre au 10 octobre),

Collecte de contacts via l'enquête régionale de clientèle.

LES CHIFFRES CLÉS

8 491 NOUVEAUX CONTACTS

Dotations partenaires

1 713 €

Sponsorisation CDT

1 608 €

2-ANIMER ET QUALIFIER LA DONNÉE

Après les actions de collecte, le CDT travaille son fichier de prospects dans le but de fidéliser ces derniers. Pour cela, des actions d'animations sont mises en place.

ANIMATION DE LA BASE DE DONNÉE

E-mailings de bienvenue envoyés aux nouveaux contacts qui se sont abonnés à nos newsletters lors d'actions de collecte.

Bilan

5 welcome mails

Taux d'ouverture : 18%

Taux de réactivité : 6%

Actions régionales avec le CRTL Occitanie

Le CDT participe aux actions d'animation, organisées par le CRTLO, au niveau régional.

Bilan

4 newsletters partagées

En février (bien-être), en mars (loisirs), en juin (couple/famille), en octobre (Plus Beaux Villages de France) :

Newsletter du CRTLO

Taux d'ouverture : 27,33%

Taux de réactivité : 8,33%

Newsletter du Gers

Taux d'ouverture : 5,27%

Taux de réactivité : 14,95%

QUALIFICATION DE LA DONNÉE

Bilan

Analyse des résultats de l'enquête de qualification sur la base de contacts (via l'outil Sphinx) pour récolter leurs préférences, leurs codes postaux.

Le binôme CDT / Gers Réservation a suivi la formation de 3 demi-journées, proposée par le CRTLO "Optimiser la délivrabilité et l'efficacité des newsletters". Suite à cette formation, plusieurs actions ont été mise en place, en décembre :

- nettoyage de la base de contacts avec l'outil CaptainVerify,
- étude du changement d'outil d'emailing,
- atelier de travail sur une nouvelle stratégie (trame de newsletter, messages, thématiques, mise en place de point hebdomadaires...).



PROMOTION DE LA DESTINATION AUPRÈS DES TOURS OPÉRATEURS & DES VOYAGISTES

Le CDT, avec Gers Réservation, a participé au Comité BtoB organisés par le CRTLO, en juin.

1- ALIMENTER LES NEWSLETTERS BtoB

Bilan

Transmission des nouveautés Groupes du Gers au CRTLO afin que ce dernier compose ses newsletters pros. Les informations sont recensées par les Offices de Tourisme gersois et compilées par le CDT.

> 2 Newsletters par an : juin et décembre



2- VALORISER LES OPÉRATEURS SPÉCIALISÉS DANS L'ACCUEIL DE GROUPES SUR LE WEB

Bilan

Mise à jour du **site Groupe** www.groupes-tourisme-gers.com : actualisation des brochures groupe et du listing de professionnels habilités à la création de séjours ou excursions.

3- ACCUEIL DE TOURS OPÉRATEURS & VOYAGISTES

Le CDT coordonne et participe à des accueils de Tours Opérateurs et agences de voyages nationaux et internationaux. En collaboration avec le CRTL Occitanie, Gers Réservation, les Offices de Tourisme et prestataires touristiques spécialisés dans le groupe.

Bilan

Destination Groupe Occitanie

- Organisation d'un pré-tour dans le Gers, du 22 au 23 mars. Accueil de 8 TO et agences de voyages, sur la thématique "Gastronomie (Armagnac, canards et porcs noirs), patrimoine et culture".
- Coordination du **Workshop BtoB Destination Groupe Occitanie**, et de la page Gers du catalogue exposants. Le 24 mars 2025 à Toulouse.

Présence de 5 exposants pour le Gers :

- Gers Tourisme en Gascogne,
- Château d'Arton Spiritourisme Armagnac,
- Le Solenca,
- Les Hauts de Montrouge,
- Office de Tourisme Armagnac & d'Artagnan



BUDGET PRÉTOUR

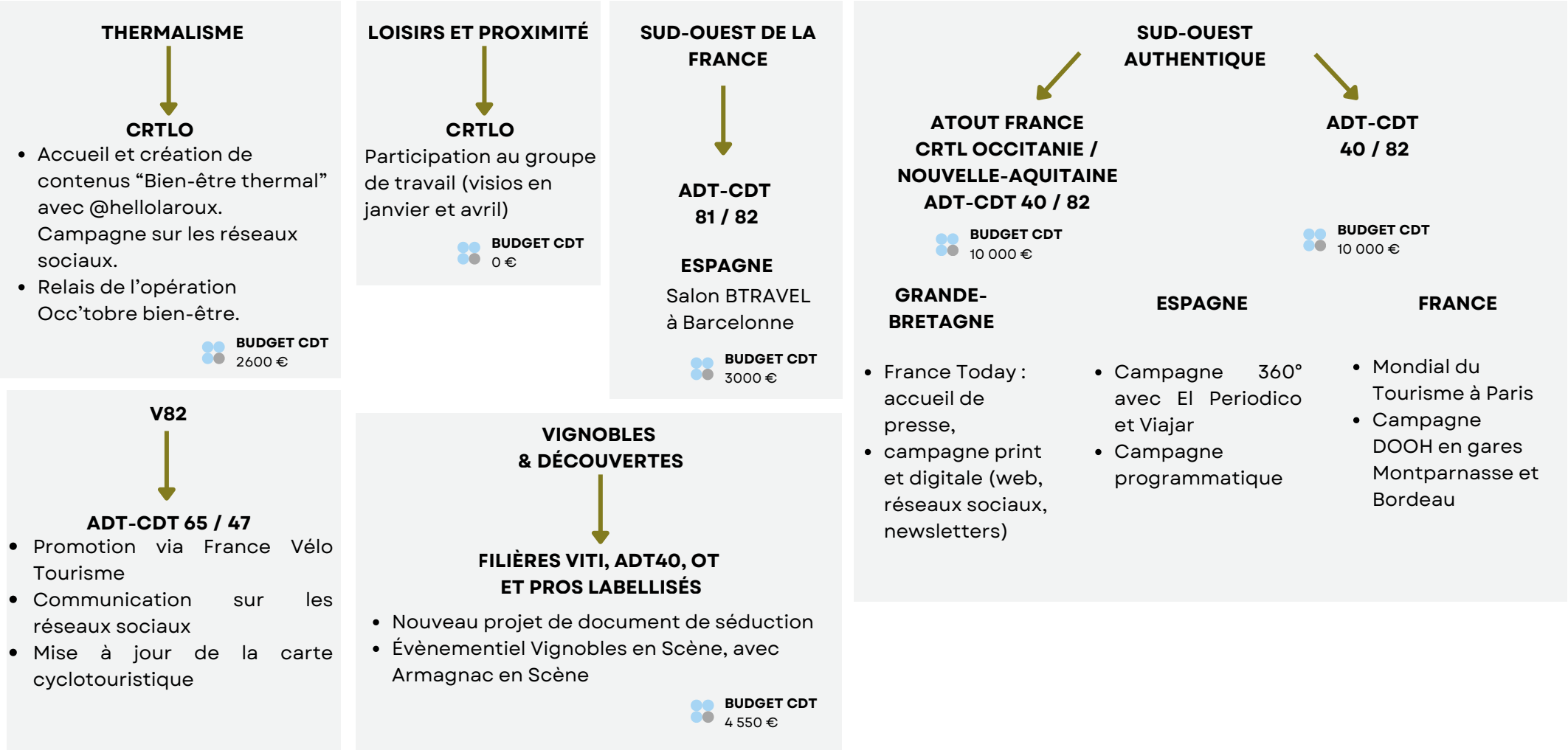
4 800 €

Dont part du CDT 885 €



PARTENARIATS PROMOTION - COMMUNICATION À L'INTERDÉPARTEMENTAL

Résumé des actions menées en 2025.



Les formations suivies par les salariés du CDT pour développer leur compétence au service de la Destination

- Connaissance des paysages du Gers.
- Renforcer son expertise pour accompagner les offices de tourisme sur le pilier écoresponsable.
- Optimiser la délivrabilité et l'efficacité de ses emailings et newsletters.
- Niveau 2 - Animer des collectifs avec des méthodes qui favorisent l'intelligence collective.
- Intelligence artificielle - perfectionnement - Gers - 2 J.

Vie Statutaire

Le CDT s'est réuni 2 fois par an en Conseil d'Administration :

- le 25 mars 2025,
- le 9 décembre 2025.

Le CDT a réuni ses membres en Assemblée Générale :

- le 4 juin 2025.



Des moments de partage, des visites terrain





Rapport d'activités 2025

Comité
Départemental
du Tourisme
Destination Gers



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