



# Plan d'actions



Comité  
Départemental  
du Tourisme  
Destination Gers



2024



## INTRODUCTION



Élodie LANAVE  
Présidente du CDT  
Destination Gers

Depuis plus de 15 ans, le Comité Départemental du Tourisme Destination Gers déploie et organise la visibilité de l'offre du Slow Tourisme avec Terra Gers®, la transition durable du Tourisme Gersois.

La marque Terra Gers® incarne la démarche évolutive départementale du Slow Tourisme. Fondée sur une critérisation de l'offre élaborée avec les acteurs du tourisme gersois, elle s'appuie sur la base de labels nationaux et de démarches éco-responsables.

En accord avec le 5<sup>ème</sup> Schéma de Développement Touristique du 2021/2026 et la stratégie régionale du CRTL Occitanie, nous œuvrons pour la préservation de notre environnement, la valorisation de notre culture et l'élévation d'un tourisme responsable, en harmonie avec notre patrimoine naturel et respectueux de chacun.

L'attractivité et la notoriété de notre Destination reposent sur une image positive de campagne vivante, toute l'année, s'articulant autour des notions de qualité de vie et d'art de vivre.

Une image qui s'enracine dans une identité locale forte et dans un esprit convivial et festif caractéristiques du Sud-Ouest de la France.

Terre d'équilibre entre l'Homme et la Nature. Terre de Rencontres et d'échanges. Les caractéristiques de notre Destination sont en cohérence avec les valeurs et les composantes de l'offre liée au Slow Tourisme : prendre son temps, la recherche d'une expérience authentique, le respect de l'environnement, le choix pour ses vacances de structures à taille humaine, vivre au plus près de la population locale, privilégier les rencontres, un ressourcement...

C'est la promesse d'une expérience vécue, singulière et partagée entre l'hôte et son visiteur (accueil bienveillant, approches sensorielles du territoire, de l'immersion, une prestation "détente / bien-être"), dans le respect de ses différences et diversité, de l'habitant et de l'environnement tout en prenant son temps.

C'est pourquoi, aujourd'hui, nous réaffirmons notre souhait de faire de Terra Gers® une référence nationale en matière de Slow Tourisme à la campagne.

Loin d'être un simple postulat, notre objectif témoigne de notre volonté de poursuivre le développement de notre Destination à travers une stratégie innovante, au service de l'attractivité de nos territoires et en phase avec les aspirations actuelles des touristes nationaux et internationaux.

Notre ambition est d'intensifier la qualification d'une offre durable de proximité (aujourd'hui 200 prestataires et 500 prestations qualifiées) qui permettra à nos visiteurs de vivre une expérience éprouvée et aspirationnelle de qualité.

Cette stratégie de valorisation des territoires, s'appuyant sur la mise en avant de l'excellence touristique slow, répond aux nouvelles tendances de quête de sens et d'équilibre, et permettra de générer un flux de visiteurs avec une consommation plus responsable. Un cercle vertueux !

# Les nouveautés 2024 !

Réaffirmer le Slow  
Tourisme avec

TerraGers®

1	<b>CARTOGRAPHIER L'OFFRE ET LES DONNÉES</b>	Une meilleure représentation des informations pour une aide à la décision
2	<b>LABELS RESPONSABLES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Qualité Tourisme Responsable,</li><li>• Accueil Vélo,</li><li>• Tourisme &amp; Handicap,</li><li>• Label Hébergement Jacquaire</li></ul>
3	<b>PLAN D' ACTIONS DE TERRITOIRES SUD-OUEST</b>	Asseoir l'offre "Campagne Slow" de la Destination Sud-Ouest (ADT-CDT 47-82), sur les marchés britannique, espagnol et belge.
4	<b>CAMPAGNE "GERS, PRENDRE LE TEMPS"</b>	Campagne digitale segmentée (bassin émetteur, thématique, persona) de mise en avant de l'offre Slow.
5	<b>L'EAU</b>	Engager des réflexions avec les acteurs du tourisme sur les enjeux de l'usage de l'Eau lors des Rencontres du Tourisme et Assises Fluvestres.
6	<b>MOBILITÉS &amp; ITINÉRANCES</b>	Structurer l'offre APN, la valoriser et booster l'offre de séjour avec les territoires en s'appuyant sur l'Occitanie Rail Tour et Bus, réseau de cars LIO.
7	<b>ANIMATION DES PROS &amp; GRANDS RDV</b>	Un calendrier de RDV mensuel et par thématique pour les acteurs du tourisme autour des enjeux slow Favoriser le BtoB
8	<b>RSE</b>	S'engager avec un collectif d'Offices de Tourisme dans la démarche RSE en s'appuyant sur le marqueur Terra Gers pour l'étendre aux 7 enjeux de la RSE.

# SOMMAIRE

## Pilier 1 Connaître les clients

Suivre l'activité touristique de la Destination Gers.

Mieux connaître l'offre et sa clientèle en s'appuyant sur divers outils

Pages 7 à 9

- Mieux connaître et mieux valoriser l'offre durable :
  - développement de la cartographie,
  - travail avec l'Observatoire développement durable Occitanie,
  - mieux intégrer l'offre Slow dans le bilan.
- Développer des synergies d'observation :
  - mutualisation d'outils et données,
  - coordination avec les Territoires,
  - enquête de clientèle régionale.

## Pilier 4 S'engager

Booster l'engagement des professionnels vers des actions vertueuses

Pages 35 à 38

- Les grands rendez-vous de l'année & les rencontres terrain :
  - les Rencontres du Tourisme,
  - les Assises Fluvestres,
  - la Commission des Villes Slow,
  - les éducteurs et ateliers,
  - les journées sensibilisation Festivals Terra
- La mise en place de la démarche RSE.

4

## Pilier 2 Déployer l'offre

Appuyer la structuration et le développement de l'offre de tourisme durable

Pages 10 à 17

- Structurer les mobilités douces et les activités de pleine nature :
  - les itinérances douces,
  - les sports de nature et le tourisme.
- Le Gers sans voiture, l'Occitanie et le Gers Rail et Bus Tour, la transition durable du Tourisme Gersois :
  - renforcer et révéler le maillage train-bus Lio - TAD,
  - Gers'ponsible et la décarbonation,
  - monter des produits innovants et décarbonnés,
  - sensibilisation des habitants.
- Accompagner les acteurs dans les Clubs Marque.
- Accompagner les porteurs de projets et les territoires :
  - l'accueil des porteurs de projets,
  - l'appui technique à la structuration des Offices de Tourisme,
  - [www.pro.tourisme-gers.com](http://www.pro.tourisme-gers.com).
- Qualifier l'offre des professionnels du tourisme,
- Qualifier les Territoires.

### La vie de l'Association

Pages 39 à 41

- L'équipe du CDT,
- La Maison Départementale du Tourisme,
- La gestion statutaire, administrative, ressources financières et humaines.

## Pilier 3 Révéler l'offre

Organiser la visibilité des savoir-faire en matière de développement durable sur l'ensemble de nos outils de communication et dynamiser la mise en production d'une offre de séjours Slow

Pages 18 à 34

- Qualifier et diffuser les contenus, éditoriaux et visuels par nos outils :
  - le système d'information Touristique,
  - l'Informathèque.
- Promouvoir l'offre Slow :
  - les éditions départementales,
  - le matériel de promotion,
  - la plateforme : [www.tourisme-gers.com](http://www.tourisme-gers.com),
  - les réseaux sociaux,
  - les newsletters,
  - les salons & opérations,
  - la presse.
- Conquérir et fidéliser avec la Gestion de Relation Client,
- Booster l'offre de séjours Slow,
- Séduire les TO / Voyageurs :
  - les Newsletters,
  - le site groupe,
  - les prêtsours & workshops.

Retrouvez les informations sur le Site Pro



# LES CHIFFRES CLÉS DE LA DESTINATION GERS

## 2,1 MILLIONS DE VISITEURS



### NUITÉES TOURISTES : 6,8 MILLIONS

- 75 % de nuitées touristes français
- 25 % de nuitées touristes étrangers



### EXCURSIONNISME : 11,8 MILLIONS

- 86 % d'excursionnisme français
- 14 % d'excursionnisme étrangers

## € Dépenses

**350 MILLIONS D'€** de dépenses dans le Gers

- 300 millions d'€ de dépenses des touristes
- 50 millions d'€ de dépenses des visiteurs à la journée

## Capacité d'accueil

**74 600 LITS**

- 39 % d'hébergement marchand
- 61 % d'hébergement non marchand



## Emploi salarié

**1 406** emplois touristiques salariés



## Données de fréquentation



Baignade

**424 000** visiteurs



Patrimoine

**553 000** visiteurs



Thermalisme

**16 650** curistes,  
**5 000** accompagnants



Oenotourisme

**93 000** visiteurs



Événementiel

**695 000** visiteurs,  
dont **378 000** payants



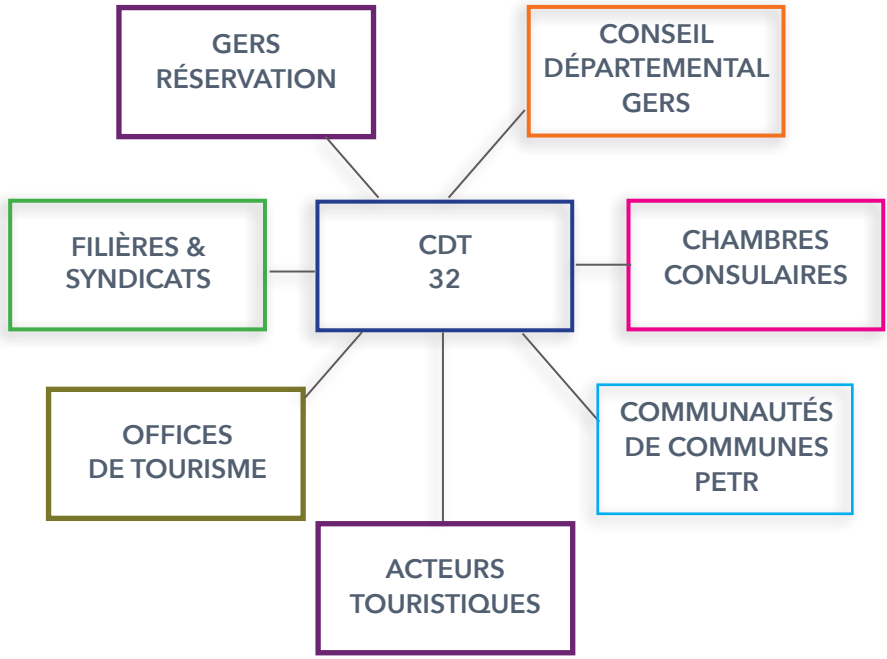
Offices de  
Tourisme

**82 000** demandes  
d'information au comptoir

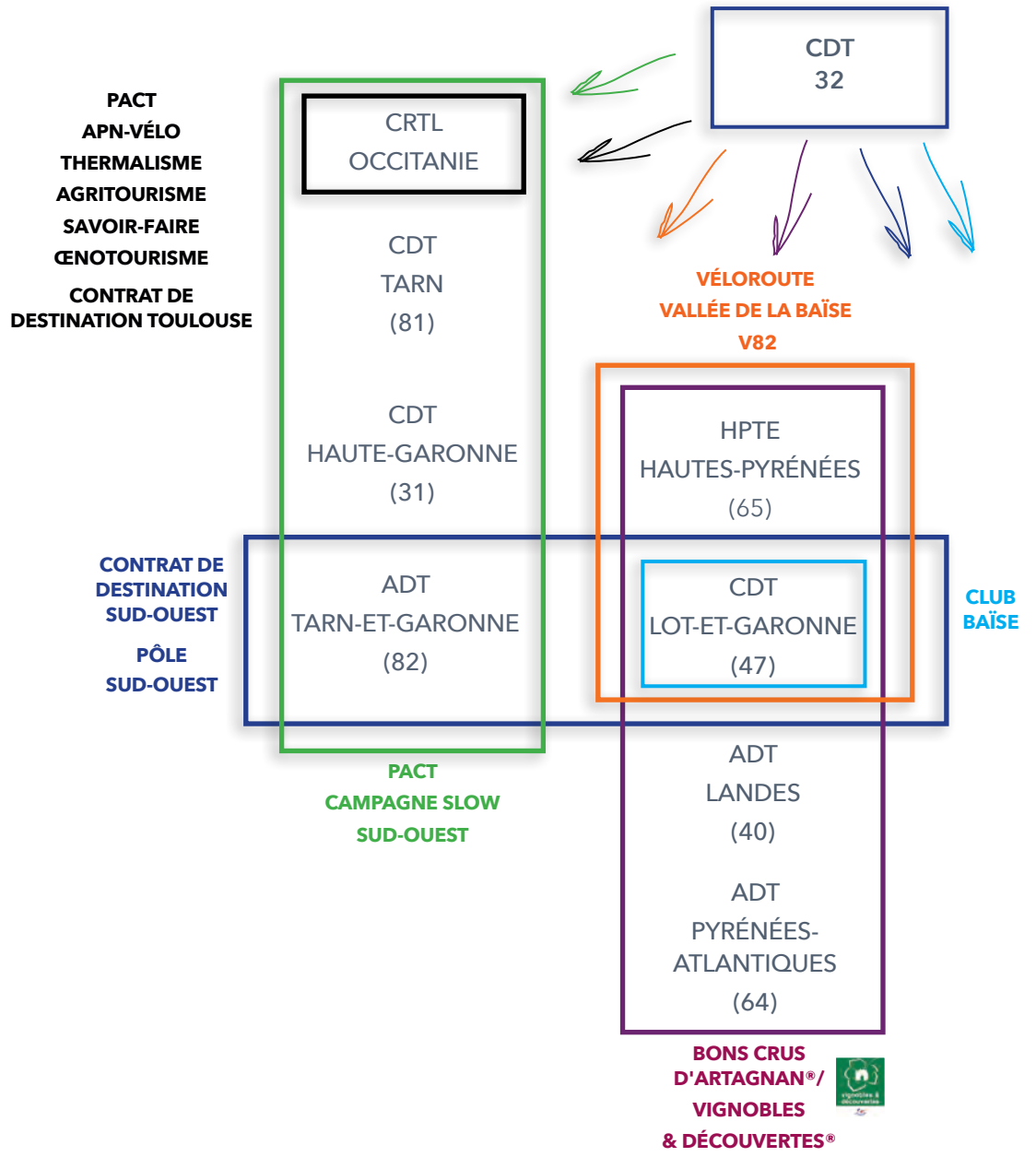


**L'ORGANISATION  
TOURISTIQUE ET LES  
PARTENAIRES DU  
CDT DESTINATION GERS**

**DANS LE GERS**



**À L'INTERDÉPARTEMENTAL ET RÉGIONAL**



# Pilier 1- Connaître ses clients

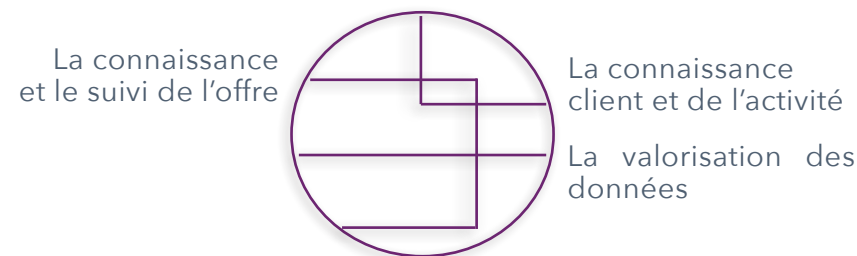
Réorienter les actions de l'Observatoire Économique afin de mieux connaître l'offre durable et sa clientèle...  
... en s'appuyant sur les outils existants et sur de nouveaux outils : bilan, flux, conjoncture, cartographie, et en travaillant de nouveaux indicateurs à l'inter-départemental.

## L'Observatoire Économique : collecter, observer et analyser

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

C'est une ressource pour les Territoires et les acteurs du tourisme pour pouvoir anticiper, se comparer et développer des actions marketing ou pour prendre des décisions : enquêtes de clientèle, satisfaction sur l'évènementiel, fréquentation d'un site....

Il est au service du CDT (la Direction et chacun des 2 pôles), du Conseil Départemental du Gers, des collectivités territoriales, des Offices de Tourisme, des acteurs du tourisme gersois, des porteurs de projets, des associations, des bureaux d'études, des étudiants...



## Pour mener à bien ses missions, l'Observatoire Économique :

- développe ses actions en partenariat avec le CRTL Occitanie et le réseau des observatoires économiques d'Occitanie (*mutualisation de dispositifs et travaux, rencontres du réseau régional d'observation...*),
- met en œuvre différents outils pour mesurer et suivre l'activité, pour connaître la clientèle,
- valorise, par diverses publications, les données ainsi collectées.

## Il travaille tout au long de l'année avec les outils suivants :

- **Flux VisionTourisme Orange Business** : permet de mesurer la fréquentation du territoire grâce à la téléphonie mobile. Mensuellement, un comparatif des nuitées touristes, à l'année n-1 est fait. Une analyse complète est réalisée annuellement,
- **Airdna** : analyse de l'offre, du taux d'occupation sur les sites Airbnb & VRBO du locatif en plateforme. Depuis 2023, le CDT publie mensuellement ces données en plus de l'analyse annuelle,
- **Le Sphinx** : réalisation de questionnaires pour les diverses enquêtes réalisées en interne par le CDT : bilan de fréquentation, enquête conjoncture, enquête de satisfaction...,
- **Outil comptage Destination Gers** : développé par le CDT et utilisé par la quasi totalité des Offices de Tourisme, il compte et qualifie les contacts.

## Il valorise les données au sein :

- **du Bilan Économique et les Focus Thématiques** : ces documents synthétisent les données collectées à fréquence via différents canaux, afin d'évaluer au mieux l'année écoulée,
- **des Notes de Conjoncture** : elles sont publiées lors de la saison touristique (mai à septembre), un panel de prestataires du tourisme est interrogé mensuellement via une enquête mutualisée au sein de l'Occitanie,
- **de diverses publications** : tableaux de bord par territoire, fiches marchés, divers documents internes...

En complément de ces actions, le CDT va orienter ses actions en 2024 pour :

## I MIEUX CONNAÎTRE ET MIEUX VALORISER L'OFFRE DURABLE DE LA DESTINATION

### 1 DÉVELOPPEMENT DE LA CARTOGRAPHIE

Développement de la cartographie, via le Hub d'Information Touristique Occitanie, le logiciel QGIS et les données recueillies par le CDT, pour une meilleure représentation des informations et une adaptation aux évolutions de l'activité touristique.

Cela permettra de travailler sur la qualité de la donnée, la révélation de l'offre, la mise en place de nouveaux labels ou de nouvelles stratégies.

Ceci servira en premier lieu le CDT notamment lors de diverses animations, mais aussi les collectivités et les acteurs du tourisme.

### 2 OBSERVATOIRE DÉVELOPPEMENT DURABLE OCCITANIE

La mise en place de l'Observatoire du Développement Durable Occitanie par le CRTL Occitanie va permettre de mieux prendre en compte les nouveaux indicateurs environnementaux, sociétaux et économiques dans l'économie touristique. Cela contribuera à l'accompagnement des professionnels dans une transition durable du tourisme.

### 3 MIEUX INTÉGRER L'OFFRE SLOW DANS LE BILAN

L'offre slow va être mieux prise en compte et intégrée dans le bilan et les focus thématiques.

Le focus itinérance va, par exemple, évoluer pour mieux rendre compte de la situation dans le département du Gers.







## DÉVELOPPER DES SYNERGIES D'OBSERVATION

Le CDT va aussi travailler avec ses homologues et les Territoires pour mettre en place des synergies à l'extra et interdépartemental.

### 1 FRANCE TOURISME OBSERVATION

Après une première année d'expérimentation, 2024 est l'année du lancement réel de France Tourisme Observation au niveau national. Cette plateforme a pour but de renforcer la connaissance de l'offre touristique dans son ensemble ; développer de nouveaux indicateurs et améliorer la connaissance des tendances dans une vision prospective. Le premier sujet de travail en commun sera l'hébergement en plateforme.

### 2 COORDINATION AVEC LES OBSERVATOIRES ÉCONOMIQUES À L'INTERDÉPARTEMENTAL

Au niveau inter-départemental, un travail de coordination avec les observatoires va être mené afin de trouver des indicateurs communs, notamment sur l'itinérance, les marchés de prospection...

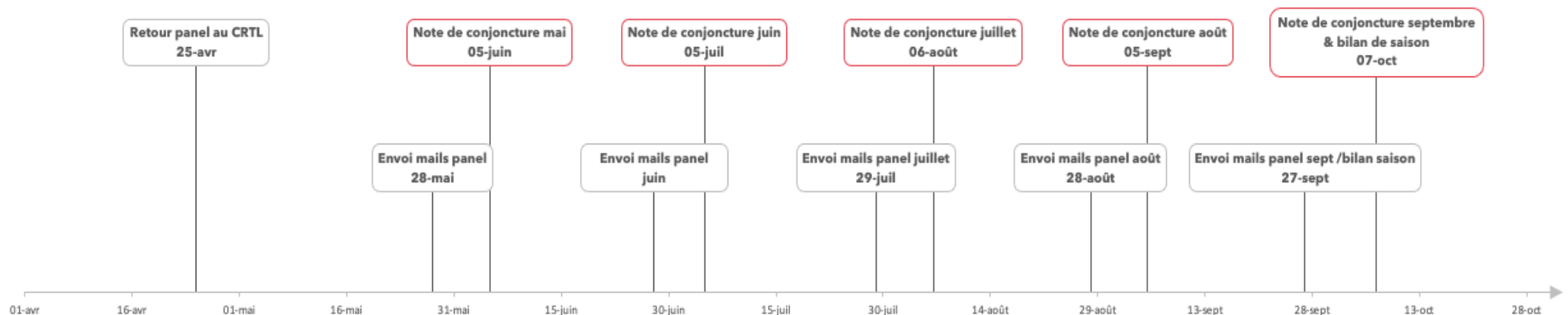
### 3 ENQUÊTE RÉGIONALE DE CLIENTÈLE EN OCCITANIE

Une enquête régionale de clientèle en Occitanie va être lancée sur l'année 2024. Elle permettra de mieux connaître les évolutions des clientèles suite à la crise du Covid. Cela devrait aussi nous permettre de mettre à jour un certain nombre de nos indicateurs. L'année 2024 sera consacrée au travail en amont et à l'animation de l'enquête avant un résultat prévu pour 2025.

### 4 COORDINATION AVEC LES TERRITOIRES

L'Observatoire ne veut pas oublier l'échelon local, le travail avec les Territoires et les Offices de Tourisme. En fonction des besoins et des envies, il mettra en place de l'accompagnement personnalisé.

Calendrier de publication des notes de conjoncture 2024



## Pilier 2 - Déployer l'offre

Appuyer la **STRUCTURATION** de l'offre de tourisme durable (hébergement, restauration, produits locaux, évènementiel, loisirs...)...  
... reflétant les ressources, les valeurs et savoir-faire locaux, avec les acteurs de territoire, porteurs de projets touristiques structurants et organisés autour d'une stratégie partagée. Amplifier la démarche par une augmentation du nombre de prestataires engagés en poursuivant des travaux de mobilisation, de sensibilisation, de mise en réseau et d'animation de l'ensemble des partenaires (publics et privés) et prestataires du territoire.

I

### STRUCTURER LES MOBILITÉS DOUCES ET LES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

Structurer et promouvoir l'itinérance douce et les activités de pleine nature pour déployer une offre durable. Les aménagements réalisés, le positionnement Slow Tourisme et les divers partenariats permettent de proposer à nos clientèles une offre touristique autour de l'itinérance pédestre, équestre, fluvestre, nautique, Véloroute Vallée de la Baïse V82, sport nature...

#### A / LES ITINÉRANCES DOUCES

##### Objectifs

Poursuivre la structuration, qualification et promotion des mobilités douces.

Dans le cadre de la mise œuvre du 5<sup>ème</sup> Schéma Touristique Départemental et en partenariat avec les services du Conseil Départemental du Gers (DDI, Service Tourisme), le CDT mettra en place des actions permettant de favoriser l'attractivité de la Destination Gers pour les mobilités douces notamment par :

- la Véloroute Vallée de la Baïse V82 : véritable colonne vertébrale de l'itinérance qui traverse le Gers du Nord au Sud, de l'Albret dans le 47 au Piémont Pyrénéen dans le 65. Elle se connecte au réseau des grands axes itinéraires cyclables à l'international : au Nord par la Scandibérique (EV3) et par le Canal des deux Mers (V 80), au Sud par la V81 Véloroute du Piémont Pyrénéen. Elle permet également de donner une attractivité aux autres voies vertes et voies cyclables du Gers (16 parcours cyclotouristiques ; les itinéraires artistiques Vélo de Pays Destination Gers...),
- la relance d'une offre fluvestre dans le cadre des Assises du Fluvestre 2024 (47/32) - donner une vision à l'international avec la clientèle Baïse et le potentiel de trafic cyclotouriste (V82-EV3),
- la poursuite de la structuration d'une offre de randonnée pédestre et équestre (autour des grands axes Chemins de Saint-Jacques de Compostelle, Route Européenne d'Artagnan).



## 1 LA VÉLOROUTE V82 ET LE SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DES MOBILITÉS

Accompagner le Conseil Départemental du Gers à la réalisation des actions suivantes :

- accompagner le Conseil Départemental pour l'animation et la valorisation de l'Étude "Quelles infrastructures pour quelles mobilités ?",
- observer la Véloroute Vallée de la Baïse V82 : stabiliser les données de comptage /observation des Flux V82,
- suivre le projet de piste cyclable Auch-Toulouse : opérationnel au printemps 2024,
- structurer l'offre de la Voie Verte de l'Armagnac et le sentier de la Baïse,
- structurer l'offre de la Voie Verte du Marsan sur Cazaubon /Barbotan-les-Thermes pour affirmer la connexion EV3.

## 2 LE TOURISME À VÉLO

Concernant le Tourisme à Vélo :

- accompagner la valorisation du Grand Tour d'Astarac à Vélo avec le PETR du Grand Auch,
- réalisation d'un Tour du Gers à Vélo,
- s'inscrire dans le Plan d'actions du CRTL Occitanie - PACT APN,
- poursuivre l'accompagnement à l'émergence d'une offre de produits slow autour de thématiques : l'itinérance artistique, culturelle et patrimoniale, œnotouristique,
- poursuivre le déploiement de la marque Vélo de Pays Destination Gers sur l'ensemble du Département,
- éditer des supports dédiés : Carte cyclotouristique V82, carte Le Gers à vélo,
- développer la visibilité de l'offre sur nos outils de communication digitale.

Concernant la V82 :

- visibilité sur les plateformes référents vélo (komoot, Outdooractive, France Vélo Tourisme...),
- réaliser un reportage photos,
- booster la notoriété de la V82 sur les Réseaux Sociaux avec le #valléedelabaïse,
- organiser un instameet multimodalité autour de la Baïse avec les Offices de Tourisme de l'Albret de la Ténarèze.



## 3 LA RANDONNÉE PÉDESTRE ET L'OFFRE JACQUAIRE

- Identifier des projets de haies champêtres le long des PR dans le cadre de la compensation carbone...,
- Poursuivre la qualification et la promotion des nouveaux itinéraires PR, GRP Pays d'Armagnac, GR101...,
- Coordination en partenariat avec le Conseil Départemental, le CDRP32 et les Offices de Tourisme pour le renouvellement des éditions collectives : « Le Gers à Pied ».

## 4 L'OFFRE ÉQUESTRE ET LA ROUTE EUROPÉENNE

- Suivre avec le Conseil Départemental du Gers (Service Tourisme) la valorisation de la boucle Gers : montage de produits, qualification des hébergements pour une mise en séjour packagé,
- Poursuivre les actions de développement, de valorisation et de communication des routes traversant le Gers et des séjours packagés,
- Le CDT fera la promotion de cette thématique sur l'ensemble de ses outils (éditions départementales, communication digitale) et sur les événements auxquels il participe.

## 5 L'OFFRE FLUVESTRE LA BAÏSE

- Valorisation de l'offre Baïse : animation conjointe avec le Conseil Départemental du Gers / l'ADT du Lot-et-Garonne dans le cadre du Contrat de Destination et qui sera abordée lors des Assises du Fluvestre - 2<sup>ème</sup> semestre 2024 (étude fluvestre, réseau fluvial Sud-Ouest ; comment se positionner demain ?).



## B/ LES SPORTS DE NATURE ET LE TOURISME

### Objectifs

Le CDT Destination Gers structure et valorise les actions en matière de Sport de Nature déployées par le Conseil Départemental du Gers avec l'ensemble des partenaires départementaux.

Pour cela, il s'appuie sur les 5 axes de la feuille de route du Plan Départemental des Espaces Sites et Itinéraires (PDESI).

### 1 CONFORTER LES PARTENARIATS AVEC LES COMITÉS DÉPARTEMENTAUX ET DIVERS PARTENAIRES

- Développer et coordonner des partenariats entre les différents acteurs des "sports de nature" et les acteurs du tourisme gersois,
- Développer le partenariat entre le Département, les communautés de communes et les communes,
- Suivre les projets, prospective et innovation : suivre et accompagner des concepts, des projets innovants afin d'enrichir l'offre touristique gersois. *Public : filières de l'hébergement, chambres consulaires, CAUE, opérateurs privés,*
- Valoriser les Espaces Sites et Itinéraires (ESI) autour des stations vertes,
- Suivi du Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée (PDIPR).



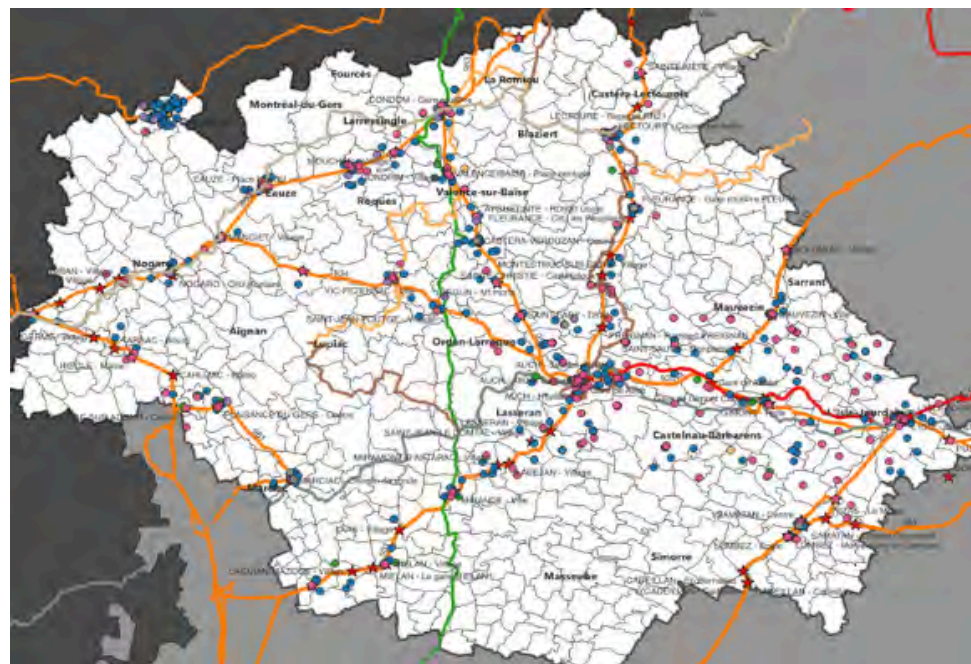
### LE GERS SANS VOITURE : L'OCCITANIE ET LE GERS RAIL ET BUS TOUR, la transition durable du Tourisme Gersois

### 1 RENFORCER ET RÉVÉLER LE MAILLAGE TRAIN-BUS LIO - TAD

L'accessibilité et la connectivité jouent un rôle crucial pour attirer les voyageurs vers des destinations rurales comme le Gers.

La voiture restant aujourd'hui le moyen de locomotion encore favorisé, il est alors important de porter à connaissance des voyageurs mais aussi des habitants, les possibilités alternatives présentes sur notre territoire, afin de prouver que le Gers, Destination Campagne, est accessible sans voiture. Le département du Gers est doté de nombreux réseaux facilitant la réduction carbone : ligne de train, lignes de bus LIO, transports à la demande, location de vélos électriques, vélo route, routes européenne équestres...

En favorisant l'intermodalité et en valorisant les réseaux existants, le CDT s'engage dans la valorisation des mobilités durables et personnalisées. Faisant résonance à cet engagement, les villes slow ont défini la mobilité comme étant un pilier essentiel du plan d'action 2024. Dans ce cadre des actions de valorisation des mobilités alternatives seront développées en 2024.



## 2 SENSIBILISER ET DÉVELOPPER GERS'PONSALE

- Poursuivre l'animation de Gers'pensible en partenariat avec Arbre et Paysage 32,
- Animation du réseau pour développer le dispositif de compensation carbone gersois,
- Présentation du dispositif,
- Porter à connaissance l'action,
- Participation au jury de sélection des projets.

*Public : partenaires, prestataires du tourisme.*



## 3 MONTER DES PRODUITS INNOVANTS DÉCARBONNÉS

Une fois les réseaux identifiés, l'intermodalité établie, des séjours décarbonés peuvent être mis en place pour valoriser la destination Gers et ses lieux emblématiques, selon différents aspects à mettre en valeur en 2024 (tourisme culturel, agritourisme, slow tourisme...): « Tour du Gers à vélo », « intermodalité - découverte des Grands Sites Occitanie », « découvrez le Gers en bus »...

Ces séjours seront développés en partenariat avec la Centrale de Réservation Départementale Gers Réservation, ainsi qu'avec les Offices de Tourisme possédant l'immatriculation, En immersion, partenaires divers...

## 4 SENSIBILISER LES HABITANTS

Les visiteurs, les habitants et les acteurs touristiques sont au cœur de la Destination.

Activer le rôle d'ambassadeurs, la notion de visiteur-habitant en invitant les Gersois à utiliser les mobilités douces, transports en commun (transport à la demande, lignes Lio) pour sillonner les territoires.

- Création d'offres et de parcours inter-GSO, inter-villes et villages Slow avec la Commission des Villes Slow et en collaboration avec les Territoires et les Offices de Tourisme.

**6 jours à vélo sur la route de la gastronomie Gasconne**

À partir de 750€ / personne  
6 jours / 5 nuits

L'itinérance douce en quelques mots : « 6 jours à vélo à assistance électrique en autonomie pour s'immerger dans le Gers. Explorer la Gascogne et rencontrer ses habitants. - Moins de 3h de vélo par jour pour prendre le temps. - Dormir dans des maisons d'hôtes, chez les habitants ! - Découvrir un élevage de Porcs Noirs Gascons avec Audrey. - S'initier à l'aquaponie dans une micro-ferme avec Marion. - Apprendre à fabriquer l'Armagnac avec Jérôme. - Cuisiner un menu gersois avec Thibault à partir de tous les ingrédients découverts durant l'itinérance ! »

**PROGRAMME**

**Le programme**

**Jour 1 : Auch — Saint-Lary**  
Arrivée à la gare d'Auch. Rendez-vous devant la gare pour récupérer les vélos, préparer les sacs et écouter le brief. Puis c'est parti ! Ça commence doucement pour rejoindre Saint-Lary.

Activités en autonomie sur le trajet : flâner dans Auch, acheter son pique-nique local chez Ramajo et faire une pause déjeuner en pleine nature.

En fin de journée, arrivée chez Yann pour dîner et passer la nuit.

**Jour 2 : Saint-Lary — Lectoure**  
Petit-déjeuner à l'auberge puis départ pour Lectoure. Le tracé traverse Lavardens, l'ancienne capitale militaire des comtes d'Armagnac. Une pause s'impose au pied de son impressionnant château.

## III ACCOMPAGNER LES ACTEURS VERS LES CLUBS MARQUE

Les Clubs Marque regroupent les professionnels du tourisme répondant à des critères de sélection correspondant aux attentes des clientèles. Ils doivent devenir le socle de la mise en production de l'offre touristique du Gers.

### 1 IDENTIFIER ET SENSIBILISER, ACCOMPAGNER LES ACTEURS DU TOURISME SUR LA DÉMARCHE DES CLUBS MARQUE



- Sensibiliser les offices de tourisme, les professionnels gersois aux Clubs Marque et partenaires départementaux,
- Adapter l'offre segmentée aux segments de clientèle visés,
- Accompagner les acteurs pour l'intégration aux Clubs.

**Outils :** chartes, outils d'accompagnement, animation des prestataires.

**Public :** Offices de Tourisme, acteurs des Clubs Marque et futurs membres, Centrale Départementale de Réservation Gers Réservation (AGTG).

## IV ACCOMPAGNER LES PORTEURS DE PROJETS ET LES TERRITOIRES

### 1 LES PORTEURS DE PROJETS

- Accompagnement personnalisé :
  - mettre en œuvre la procédure d'accompagnement,
  - mettre en relation les porteurs de projets et les partenaires concernés par le projet.

*Public : opérateurs, porteurs de projets privés / publics.*
- Développer l'accueil des porteurs de projet :
  - développer la mission d'accueil des porteurs de projets par le renforcement du lien avec les organismes territoriaux et filières concernés (CAUE, chambres consulaires, Gers Développement, CRTL Occitanie, PETR, Conseil Départemental, communautés de communes, Offices de Tourisme...),
  - participer aux travaux engagés par Gers Développement sur la stratégie "attractivité Gers".

*Public : Région, Département, partenaires locaux, Chambres Consulaires, Gers Développement...*

### 2 LES TERRITOIRES

Apporter un appui technique à la structuration des Offices de Tourisme.

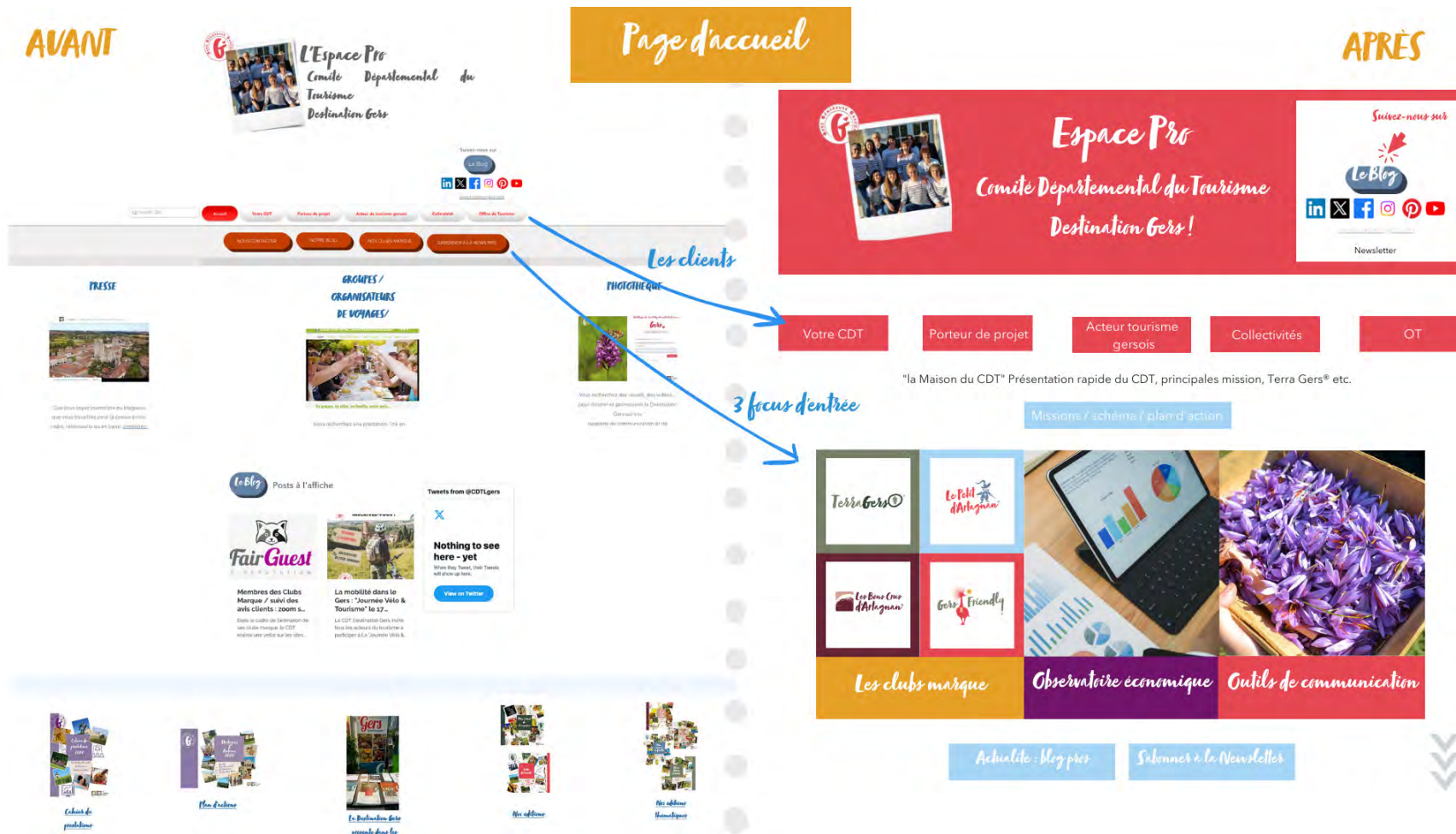
- Classement des Offices de Tourisme : accompagner et aider au dossier de classement d'Offices de Tourisme. En 2024, sont particulièrement concernés les Offices de Tourisme de Barbotan-les-Thermes et de la Gascogne Toulousaine.
- Suivi des stratégies de Territoire : suivi des schémas de développement locaux, plans d'actions, stratégies des PETR, SCoT de Gascogne... Public : Offices de Tourisme, PETR, SCoT, collectivités. En 2024, est particulièrement concerné l'Office de Tourisme de la Gascogne Toulousaine.
- La marque Qualité Tourisme pour les Offices de Tourisme : accompagner les Offices de Tourisme à la marque Qualité Tourisme. En 2024, sont particulièrement concernés les Offices de Tourisme Grand Auch Cœur de Gascogne, Ténarèze, Marciac Cœur Sud-Ouest pour renouvellement de la Marque.

# www.pro.tourisme-gers.com : UN OUTIL À DISPOSITION DES PROFESSIONNELS DU TOURISME ET DES TERRITOIRES

Refonte de l'accès pro dédié aux professionnels : acteurs du tourisme, Offices de Tourisme, collectivités et porteurs de projet. L'accès pro va être réorganisé pour faciliter la navigation des visiteurs et répondre à leurs besoins en quelques clics.

Les liens vers les démarches ciblées par le CDT, sur les accompagnements ou sur l'inscription à la Newsletter pro, seront plus ergonomiques.

La Newsletter pro bimensuelle "@ctugers" permet d'informer les acteurs du tourisme de diverses actualités, actions menées par le CDT et ses partenaires.



# Pilier 2- Déployer l'offre

## Accompagner le DÉVELOPPEMENT d'une offre qualifiée...

... en s'appuyant sur une critérisation de l'offre à partir de démarches qualité existantes au niveau national et européen (classement Atout France, Référentiel national de progrès, adhésion aux réseaux, démarches Qualité Tourisme, Tourisme & Handicap, labels hébergements, référentiel Stations Vertes, Écolabel européen, Clef Verte...) et sur des chartes d'engagement des entreprises concernées, autour des **Labels responsables** : Qualité Tourisme Responsable, Accueil Vélo, Tourisme & Handicap, Hébergement Jacquaire, Vignobles & Découvertes, Cittaslow, Plus Beaux Villages de France®, Petites Cités de Caractère, Villes et Villages Fleuris : prospection et sensibilisation des collectivités.



## QUALIFIER L'OFFRE DES PROFESSIONNELS DU TOURISME

### 1 SENSIBILISATION & ACCOMPAGNEMENT DES ACTEURS DU TOURISME

#### Actions pour l'émergence et le développement d'une offre qualifiée responsable

- Qualité Tourisme Responsable / Clef verte, Écotable, Écolabel : partenariat avec les organismes gestionnaires pour sensibilisation des Offices de Tourisme et prestataires aux démarches (*webinaires, visioconférences, newsletters, @ctugers, emailing, rencontres terrain*),
- Développement d'une offre touristique accessible aux personnes à mobilité réduite dans le cadre de la marque Tourisme & Handicap.  
Sensibilisation des acteurs à l'aide des outils numériques du CDT (@ctugers, emailings ciblés). Partenariat avec AGTG pour la sensibilisation des hébergeurs présents dans la Centrale de Réservation Départementale,
- Suivi des démarches départementales Tables du Gers®, Hébergers®, Bistrots&Terrasses du Gers®.

### 2 QUALIFICATION DE L'OFFRE ITINÉRANCE DOUCE

- Développement du label Accueil Vélo sur la V82 et les itinéraires inscrits dans le Plan de Mobilité réalisé par le Conseil Départemental du Gers.  
Animation du groupe Offices de Tourisme/Vélo et partenariat avec les départements limitrophes concernés,
- Sensibilisation et déploiement du label hébergement des Chemins de Saint-Jacques de Compostelle : signature d'une convention entre le CDT et l'Agence Française des Chemins de Compostelle, sensibilisation des hébergeurs situés sur les Chemins de Saint-Jacques en partenariat avec les Offices de Tourisme.

### 3 AGRITOURISME

- Poursuite de l'animation et du développement du label Vignobles & Découvertes,
- Focus sur l'oenotourisme durable : développement d'une offre itinérance douce dans les vignes, accompagnement des acteurs pour la mise en place d'une offre œnotouristique responsable,
- Soutien financier et suivi des actions régionales et commissions thématiques,
- Poursuivre le développement et l'animation de l'opération Marchés Terra Gers® (*producteurs des marchés Terra Gers®, ambassadeurs des produits locaux au fil des saisons, mise en avant des produits locaux...*),
- Valoriser l'offre agritouristique sur des événements : Salon de l'Agriculture, Marchés Flottants du Sud-Ouest®...,
- Qualifier et valoriser l'offre agritouristique dans la base de données, en partenariat avec les Offices de Tourisme et Bienvenue à la Ferme,
- Suivre les travaux et actions engagés par le CRTL Occitanie dans le cadre du PACT Agritourisme (*Plan d'Actions Collectif de Territoire*).





## QUALIFIER LES TERRITOIRES

### 1 SENSIBILISATION ET PROSPECTION DE TERRITOIRES

- Prospection pour le déploiement de démarches de qualité responsables :
  - Stations Vertes,
  - Cittaslow,
  - Pavillon Bleu,
  - Villes & Pays d'Art et d'Histoire,
  - Les Plus Beaux Détours de France,
  - Petites Cités de Caractère®,
  - Villes et Villages Fleuris,
  - Plus Beaux Villages de France®.



### 2 ANIMATION DE LA COMMISSION DES VILLES SLOW

- Accompagnement des Collectivités et Offices de Tourisme pour la mise en œuvre du plan d'actions. (Cf pilier 4- S'engager page 36).



### 3 QUALIFICATION DE L'OFFRE "ITINÉRANCE DOUCE"

- Sensibilisation des Offices de Tourisme et élus au label Communes Haltes situées sur les Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle.

# Pilier 3- Révéler l'offre

## I- Organiser la VISIBILITÉ des savoir-faire en matière de développement durable...

... valoriser les acteurs engagés et les initiatives durables, sur l'ensemble de nos outils de communication (digital, print...), lors de nos campagnes et actions de promotion (réseaux sociaux, Newsletters, salons, Presse, BtoB...), en France et à l'international.

## QUALIFIER ET DIFFUSER LES CONTENUS ÉDITORIAUX ET VISUELS PAR NOS OUTILS

### LA DATA

**Enjeux :** alimenter les outils de connaissance et de décision, enrichir les parcours client et nourrir les stratégies de développement, digitale et marketing de la Destination, des Territoires et des entreprises touristiques.

### Objectifs

- Qualifier l'offre touristique (contenu éditorial, multimédias, données dites « chaudes »),
- Diffuser / partager l'offre touristique,
- Élargir les sources de données externes pour enrichir l'offre touristique.

## 1 LE SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE

- Avec les membres du RIT (CDT, Offices de Tourisme, Bienvenue à la Ferme, Centrale Départementale de Réservation AGTG) :
  - suivi et formation au nouveau SIT Destination Gers : Boxify,
  - réunion trimestrielle pour travailler sur la qualification de la donnée,
  - qualification de la donnée sur la thématique du Slow (coin fraîcheur, l'eau...),
  - qualification de l'offre "groupe" : référencement de séjours.
- Avec les entreprises touristiques accompagnées par leurs syndicats, leurs Offices de Tourisme :
  - suivi et formation au nouveau SIT Destination Gers : Boxify,
  - inciter à une mise à jour en temps réel de leurs données, à proposer un descriptif optimisé pour la visibilité et le référencement,
  - qualification de l'offre "groupe" : référencement de séjours.
- Avec les labels Gîtes de France et Clévacances :
  - suivi de la mise à jour automatisée des imports de données dans Boxify.
- En développant des partenariats avec des opérateurs référents tels que :
  - Cirkwi : qualification de l'offre « itinérance douce » (favoriser la qualité et encadrer le déploiement de la Data) en syndiquant les 2 SIT Boxify et Cirkwi.



2024, sera également l'année de l'innovation en s'appuyant sur l'**Intelligence Artificielle** afin de développer nos outils en interne et optimiser nos métiers et nos savoir-faire au service des acteurs touristiques.

## OUVRIRE À D'AUTRES SOURCES DE DONNÉES

En élargissant les sources de données et en favorisant des interactions plus dynamiques, la Data peut nous permettre de proposer un parcours client plus complet ; de mettre en œuvre des outils de connaissance et des dispositifs de pilotage de l'activité plus pertinents et réactifs (cf Pilier 1 - Connaissance des clients - Observatoire Économique).

- **Source SNCF**

Le partenariat CRTLO/SNCF permet de bénéficier de données sur le réseau SNCF (train, bus).

Objectif : optimiser ces données sur notre plateforme dans le cadre du développement des mobilités douces pour faciliter l'accès des visiteurs à l'offre touristique, en parallèle de l'Occitanie Rail Tour.

- **Source DataTourisme**

Le partenariat Datatourisme / CRTL Occitanie / CDT permet de bénéficier de contenus éditoriaux traduits (traducteur Deepl) pour optimiser nos supports de communication en langues étrangères.

- **Source Office de Tourisme Armagnac & d'Artagnan**

À la création de l'Office de Tourisme Armagnac & d'Artagnan, l'Office de Tourisme a fait le choix d'utiliser un autre SIT que celui de la Destination Gers.

Pour ne pas pénaliser la qualification, le traitement et la diffusion de l'offre de ce Territoire, une passerelle va être créée entre le SIT de l'Office de Tourisme et le SIT Destination Gers, Boxify.

## DIFFUSION, PARTAGE DE LA DATA

- Optimiser l'affichage de la Data sur le site web de la Destination en ciblant des contenus, des thématiques définies par la stratégie marketing,
- Favoriser la qualité et encadrer le déploiement de la Data auprès de nos diffuseurs actuels (*Offices de Tourisme, CRTL Occitanie, Datatourisme, Géovélo, Banque du Tourisme, DataGers*) et en développant de nouveaux partenariats :
  - *Gers Numérique* : diffuser une offre ciblée dans l'appli "Le Gers dans ma poche" destinée aux habitants,
  - *Cirkwi* : diffuser l'offre « itinérance douce » sur ce site /appli référent dans le domaine de la randonnée,
  - *Applications spécialisées "itinérance douce"* : diffuser l'offre « itinérance douce » pour toucher une clientèle outdoor.

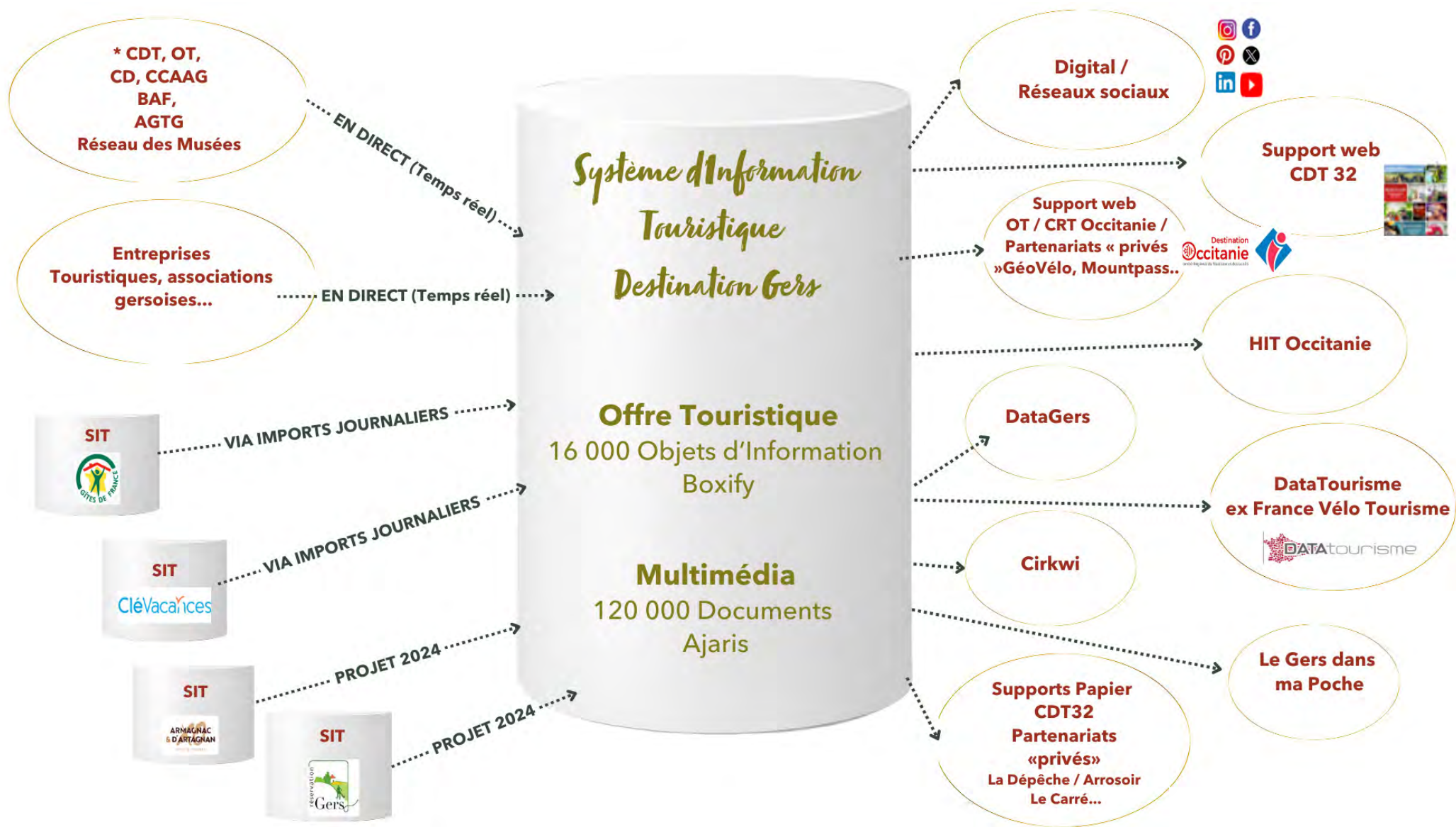
## RÉSEAU RÉGIONAL DE L'INFORMATION TOURISTIQUE

Participer au Réseau Régional de l'Information Touristique avec le CRTL Occitanie et les 13 ADTs/CDTs Occitanie pour optimiser la qualité de l'information et sa diffusion via le Hub d'Information Touristique (HIT) du CRTL Occitanie.

Cette gestion de la Data permet d'optimiser le travail avec les Observatoires économiques.

(Cf Pilier 1 - Connaissance des clients - Observatoire Économique).

## SCHÉMA D'ORGANISATION DE LA DONNÉE TOURISTIQUE



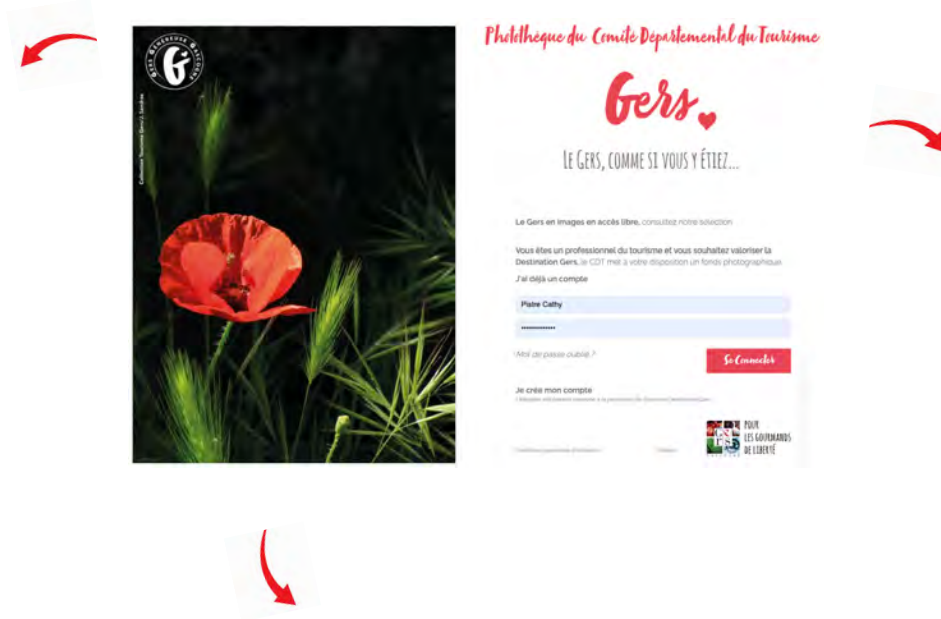
**Enjeu :** illustrer nos atouts et séduire par l'image ! Donner à voir et à ressentir l'ADN de la Destination grâce à des visuels renouvelés, sur l'ensemble de nos supports de communication, pour vendre la Destination.

**Objectifs :** collecter et organiser des visuels pour illustrer, promouvoir, vendre la Destination Gers ; optimiser la visibilité des entreprises touristiques sur les divers supports de communication.

Gérer et organiser des objets multimédias (*photos, vidéos, affiches, logos, documents divers...*) au sein d'un logiciel à disposition des acteurs touristiques gersois.

### ENRICHISSEMENT DE NOUVEAUX MÉDIAS

- Développer des partenariats avec les acteurs touristiques (entreprises privées, Offices de Tourisme, filières...) et avec des influenceurs.
- Banque Images Destination Gers : renouveler la photothèque et partager une même identité visuelle de Destination :
  - coordination Offices de Tourisme / photographe pour les reportages photos à l'échelle départementale,
  - organisation de shootings photo Terra Gers®.



### FORMATION À L'OUTIL AJARIS

Formation à l'outil Ajaris pour les organismes possédant un compte Administrateur, pour une optimisation de son utilisation.

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



## A / SOUTIEN AUX THÉMATIQUES COMMUNES OCCITANIE / GERS

En 2024, le CRTL Occitanie et le CDT Destination Gers mutualisent des moyens de promotion de diverses thématiques et dispositifs : l'oenotourisme, le thermalisme, l'agritourisme, le savoir-faire, et vélo-APN.

(Pour mémoire, Contrats de Destination Sud-Ouest et Toulouse ; PACT G4 Sud-Ouest ; V82 ainsi que les thématiques ci-dessus : 37 600 €).

## B / LES OUTILS DE PROMOTION

### 1 LES ÉDITIONS DÉPARTEMENTALES

**Objectifs :** proposer des outils de séduction pour faire connaître l'ADN du Gers, notamment l'offre Slow et pour donner envie de venir dans le Gers. Mettre à disposition des supports pratiques, avec de l'information fiable, pour faciliter l'expérience de séjour.

#### MISE À JOUR ET ENRICHISSEMENT DES ÉDITIONS

En fonction des nouveautés et priorités stratégiques.  
Coordination des travaux avec l'agence Les Clés du Camion en association avec les filières départementales et les Offices de Tourisme.

#### RÉIMPRESSION DES ÉDITIONS

En fonction des besoins prévisionnels de diffusion  
(CDT, Offices de Tourisme, partenaires et privés).

- Le catalogue d'inspiration de Destination : Mon Carnet de Campagne (6000 ex),
- La collection de cartes et documents pratiques :
  - la carte Découverte (36000 ex),
  - la carte Pleine Nature et Loisirs (16 500 ex),
  - la carte Famille Le Petit d'Artagnan® (11 000 ex),
  - un livret œnotouristique Les Bons Crus d'Artagnan® / Vignobles&Découvertes (6 000 ex),
  - la carte Le Gers à vélo (10 000 ex),
- Le livret commercial de reconnaissance client Passeport Privilège (15 000 ex).
- Par le biais des acteurs touristiques gersois (Offices de Tourisme, professionnels du tourisme...) : tournées de livraison, bourse d'échanges de documentation, rencontres de terrain...
- Envoi aux particuliers sur demande,
- Gestion des stocks de documentation.



#### DIFFUSION DE LA DOCUMENTATION DÉPARTEMENTALE

## 2 LE MATÉRIEL DE PROMOTION

**Objectif :** partager une charte graphique pour s'inscrire dans une même identité de Destination.

- Mettre à disposition la collection départementale de roll-up et de bâches,
- Diffuser des goodies sur les opérations de promotion (cartes postales, stickers, badges...),
- Créer à la demande le graphisme pour la réalisation de roll-up, bâches et cartes postales personnalisées,
- Étroite collaboration du CDT avec l'Agence BM Services pour la création d'un jeu Monopoly Gers (2025).



**Cible :** acteurs touristiques et Offices de Tourisme.

## 3 www.tourisme-gers.com : LA PLATEFORME DÉPARTEMENTALE

### Objectifs

Organiser la mise en avant de l'offre touristique en fonction de nos axes prioritaires, des actualités et des attentes client.

Promouvoir la Destination et les entreprises touristiques, inciter à la réservation en ligne de séjours, d'hébergements, d'activités via la Centrale de Réservation, les plateformes privées.

### ACTUALISATION DU SITE ET ENRICHISSEMENT DU CONTENU

Pages éditoriales, page d'accueil, coups de cœur, Gerspériences, listings, visuels et Objets d'Information... :

- mise à jour de l'intégralité de la rubrique Mes Gerspériences pour proposer des expériences premium Slow Tourisme,
- rédaction de nouvelles pages éditoriales et Gerspériences locales en fonction de nos thématiques majeures et campagnes de communication,
- mise à jour des photos dans les pages éditoriales,
- refonte de la mise en avant de la thématique "vélo" sur le site.



### AFFICHAGE DE L'OFFRE "ITINÉRANCE DOUCE"

- Optimisation de l'affichage de l'offre «Itinérance douce» par l'intégration du Widget Cirkwi pour bénéficier de toutes les fonctionnalités optimales de l'application (filtres de recherche adaptés, circuits affichés sur la carte...).

### VERSIONS ÉTRANGÈRES

- L'intégration de l'outil Lisio va permettre de :
  - proposer sur les sites en version étrangère un nouveau système de traduction des pages,
  - de rendre le site plus accessible et durable.

### LA PLATEFORME RÉGIONALE www.tourisme-occitanie.com

En partenariat avec le CRTL Occitanie et les ADTs/CDTs de la région :

- enrichissement des contenus éditoriaux en partenariat avec les Offices de Tourisme,
- exportation de data.

## Enjeux

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



**ANIMATION  
DES RÉSEAUX  
SOCIAUX GRAND  
PUBLIC** (Facebook,  
Twitter, Instagram,  
Youtube, Pinterest)

## Objectifs

- Séduire la clientèle française et étrangère, en travaillant des cibles publicitaires sensibles au slowtourisme,
- Soutenir les acteurs touristiques locaux en communiquant sur leurs offres,
- Inciter à venir en séjour dans le Gers,
- Améliorer le référencement naturel du site via la redirection des internautes sur notre site Internet.

○ **UNE CAMPAGNE DIGITALE NATIONALE** diffusée en avril et mai pour promouvoir l'offre du Slow Tourisme à la gersoise. Mise en avant de thématiques phares sponsorisées sur les réseaux sociaux pour toucher les différents personas du CDT. Création de pages d'atterrissage thématique pour générer du trafic vers le site et mettre en valeur l'offre Slow.

○ **UNE CAMPAGNE DIGITALE DE NOTORIÉTÉ ET DE TRAFIC** sur les métropoles de Rennes, Nantes et Paris, avec Gers Réservation.

○ **UNE PRISE DE PAROLE RENFORCÉE SUR LINKEDIN**

Fort du succès du lancement de la page entreprise du CDT Destination Gers en 2023, le partage des actualités majeures du CDT sera plus soutenu en 2024, avec plusieurs publications hebdomadaires.

## Objectifs

- Informer les professionnels du tourisme gersois des actions mises en place par le CDT Destination Gers,
- Transmettre les informations utiles pour les accompagner dans leur activité.

○ **UN GROUPE WHATSAPP TERRA GERS®**

Poursuite de l'animation du groupe et du réseau des Marchés Terra Gers® via WhatsApp. Relais des actualités des membres sur les réseaux sociaux du CDT. Partage d'informations sur la présence du CDT sur les marchés Terra Gers®.

○ **LA POURSUITE DU PARTENARIAT AVEC LA CENTRALE DE RÉSERVATION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX**

Harmonisation de notre communication autour des thèmes majeurs de Destination :

- partage de séjours, de la billetterie, et des promotions par le CDT,
- partage d'offres Passeport Privilège du CDT par la Centrale de Réservation.

○ **LE DÉPLOIEMENT DU RÉSEAU D'AMBASSADEURS DU GERS**

- Fédération d'un collectif pour booster la visibilité de l'offre patrimoniale gersoise,
- Mise à disposition de nouveaux contenus sur les réseaux sociaux du CDT et des partenaires,
- Enrichissement de la photothèque départementale.



## Enjeux

- Répondre aux attentes de nos clients en leur envoyant le bon message et ainsi déclencher l'envie de visiter le Gers,
- Augmenter la consommation touristique.

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

Marché interne

Objectif : partager et promouvoir les évènements gersois auprès d'une clientèle de proximité  
 Tempo : newsletter hebdomadaire.  
 Nombre de contacts CDT : 5 300.  
 Contenu : agenda départemental, nouveautés, actus de la Centrale de Réservation (idées de week-end, billetterie...) et bons plans du dispositif Passeport Privilège.

**NEWSLETTER  
COMMERCIALE  
« POUR LES  
GOURMANDS  
DE LIBERTÉ »**

Marché isochrone 3  
et national

Objectif : déclencher l'acte d'achat de séjour ou produits avec des éléments commerciaux proposés par Gers Réservation, séduire les clients avec de l'information faisant la promotion de la Destination.  
 Tempo : calendrier annuel et thématique (annexe).  
 Nombre de contacts CDT/AGTG : 116 000.  
 Contenu : proposition de séjours et d'idées week-end, nouveautés, offres spéciales... Mise en avant des grands thèmes de la Destination et des partenaires.

**NEWSLETTER  
« SALONS »**

Objectif : inviter nos prospects / clients à venir rencontrer la Destination Gers et ses partenaires sur des opérations Grand Public.  
 Tempo : en amont des salons inscrits dans le plan d'actions 2024 du CDT.  
 Nombre de contacts CDT : en fonction des bassins ciblés.  
 Contenu : informations sur l'évènement, les partenaires et la Destination.

**NEWSLETTER  
« PARTENAIRE »**

Objectif : soutenir et accompagner les acteurs du tourisme gersois souhaitant mettre en avant leurs offres et leurs actualités dans une newsletter dédiée et personnalisée.  
 Tempo : à la demande, à hauteur d'une Newsletter par mois.  
 Nombre de contacts CDT : environ 25 000 selon les bassins ciblés.  
 Contenu : à définir avec le partenaire.



Bonjour France,  
 Vous trouverez forcément de ce 19 août 2024, de week-end, dans le Gers 3 destinations, destinations, sorties, ateliers, conseils...  
 Tout au long de l'année, nous vous proposons à destination de nos abonnés autour de 200 ans de la mort de  
 Diderot, les valeurs de la République et le mouvement de notre pays. Merci d'être avec nous!



Bonjour France,  
 C'est toujours dans le Gers (profitez de la douce chaleur de septembre pour faire un break dans notre campagne  
 vivante ! Découvrez nos idées week-end, faites une escapade dans un gîte tout en profitant d'une partie près de  
 septembre. Retrouvez également les meilleures recommandations et les temps forts qui rythment la rentrée  
 dans le Gers.



# Calendrier newsletters commerciales 2024

## "Pour les Gourmands de Liberté"

### Janvier

M	T	W	T	F	S	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

### Février

M	T	W	T	F	S	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29			

### Mars

M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

### Avril

M	T	W	T	F	S	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

### Mai

M	T	W	T	F	S	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

### Juin

M	T	W	T	F	S	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

### Juillet

M	T	W	T	F	S	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

### Août

M	T	W	T	F	S	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

### Septembre

M	T	W	T	F	S	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

### Octobre

M	T	W	T	F	S	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

### Novembre

M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

### Décembre

M	T	W	T	F	S	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

○ Newsletters commerciales
 ○ Newsletters Pré-salons
 | Insertions newsletters CRTLO
  Salons
   Vacances & jours fériés

## Thématiques News

- Janvier : Voeux 2024
- Vacances de février et Saint-Valentin
- Février : Gastronomie
- Mars : Enfants / famille
- Avril : Ponts de mai & événement de printemps
- Mai : Loisirs dans le Gers
- Juin : Le Gers en été
- Juillet : En mode Slow
- Août : Été indien & promo septembre
- Septembre : Patrimoine & Culture
- Octobre : Toussaint & oenotourisme
- Novembre : Animations de fin d'année
- Décembre : Bonnes fêtes

## Insertions news CRTLO

- 2 mi-mars : Thermalisme / vacances en famille
- 1 début mai : Vélo & loisirs
- 1 début septembre : séjour en amoureux

### MARCHÉ ISOCHRONE 3

Faire connaître l'offre touristique géroise pour susciter des courts ou longs séjours, toute l'année dans un rayon de 3h autour du Gers.

#### OPÉRATION MICRO-MARCHÉ BORDEAUX

Lieu : Bordeaux

Date : Mai / Juin 2024

Objectif : mise en avant de l'offre touristique et estivale, découverte de la gastronomie par des animations.

Partenariat : CRTL Occitanie / ADTs-CDTs 31, 81, 82 / Gers Réservation et professionnels gérois (Offices de Tourisme).

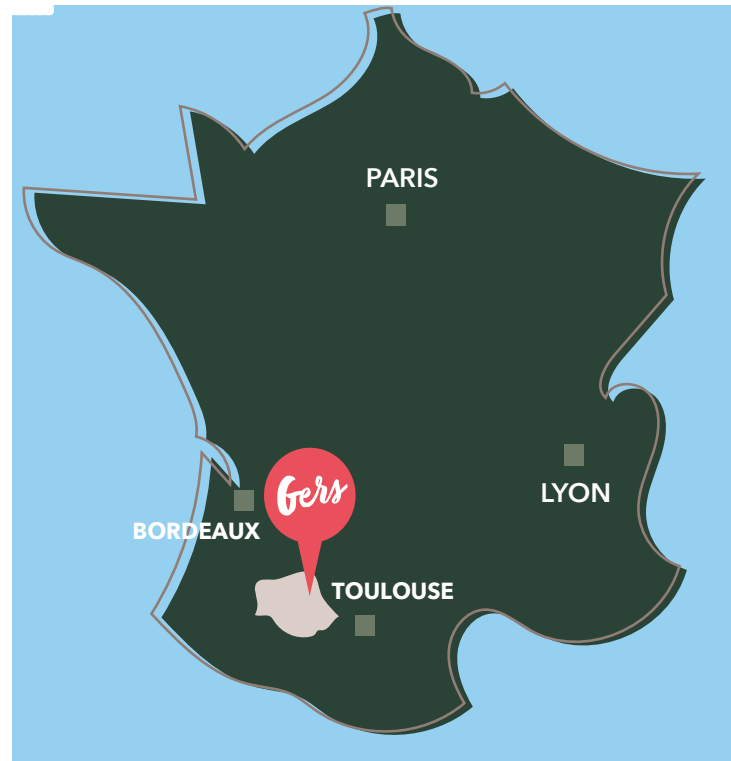
**SALON OCC'YGENÈ** - Salon du tourisme, de la randonnée et des loisirs  
Lieu : Toulouse

Date : 1<sup>er</sup> mars au 3 mars 2024

Objectif : mise en avant du Slow Tourisme auprès d'une clientèle locale, présentation de l'offre d'itinérance douce et des loisirs dans le Gers.



Développer la notoriété du Gers, s'inscrire comme la Destination de campagne Slow sur des événements affinitaires. Faire connaître nos atouts et notre offre touristique slow pour booster les séjours, courts ou longs, tout au long de l'année.



### MARCHÉ LOCAL



#### Évènement national Vignobles & Découvertes®, le Fascinant Week-end

Lieu : vignoble labellisé Bons Crus d'Artagnan® / Vignobles&Découvertes® / Objectif : créer un rendez-vous œnotouristique fédérateur pour la Destination Les Bons Crus d'Artagnan® / Vignobles & Découvertes®. Coordination et promotion de de l'évènement.

#### Salon des Seniors à Auch

Objectif : séduire la cible des Seniors actifs (50 ans et +). Mise en avant de l'offre thermale, des sorties de groupe, du Passeport Privilège...



### GRANDES MÉTROPOLES

Développer la notoriété du Gers, s'inscrire comme la Destination de campagne Slow. Faire connaître nos atouts et notre offre touristique pour booster les séjours.

#### BASSIN FRANCIEN

#### SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE



Lieu : Paris

Date : du 24 février au 3 mars 2024

En collaboration avec le Conseil Départemental du Gers.

#### MARCHÉS FLOTTANTS DU SUD-OUEST®



Lieu : Paris

Date : septembre 2024

Année de présidence du Gers

Partenariat : ADTs-CDTs 47, 82, avec la présence de producteurs gérois, des filières et des festivals.

#### BASSIN SUD-EST



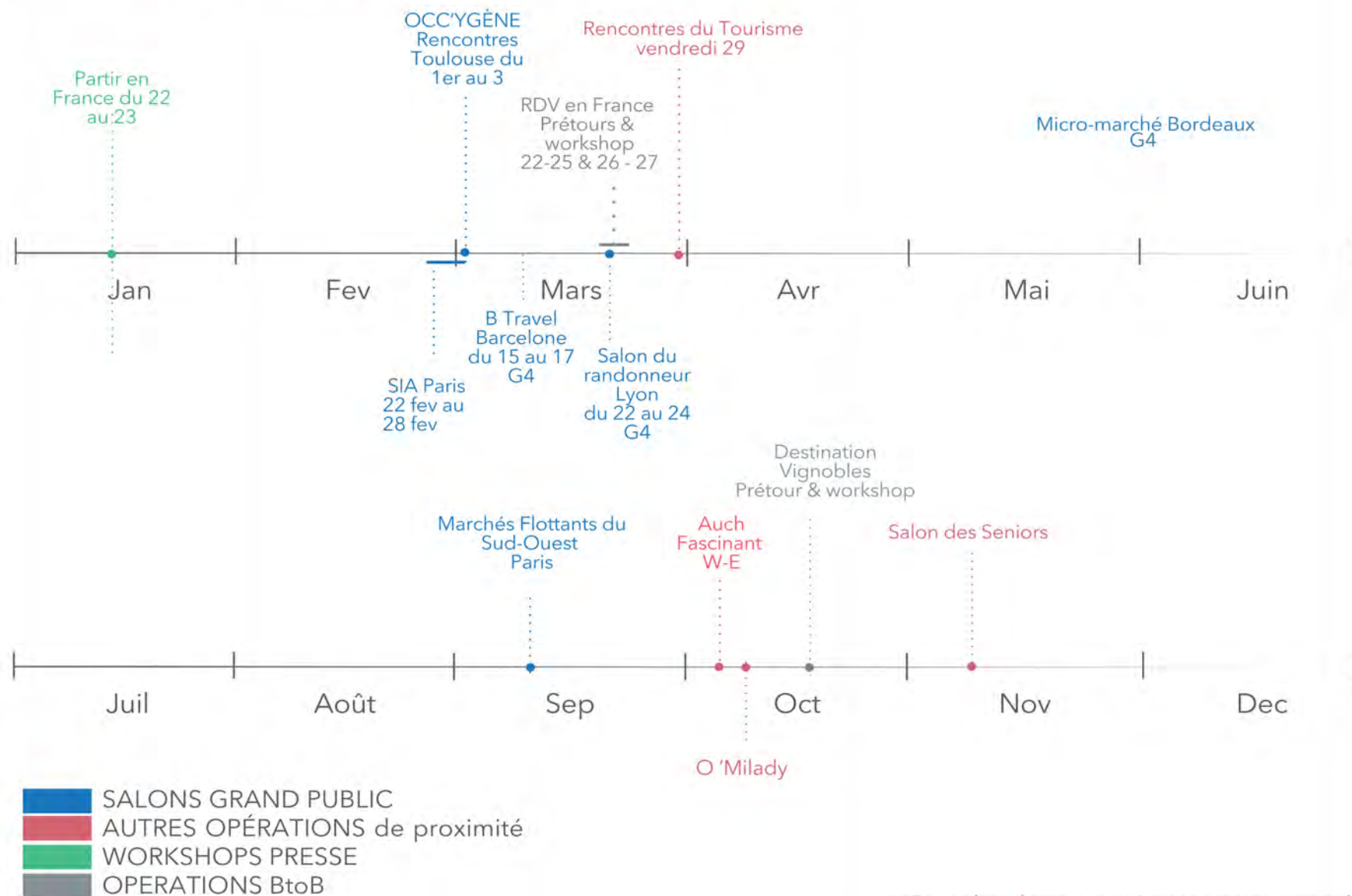
#### SALON DU RANDONNEUR

Lieu : Lyon

Date : du 22 mars au 24 mars 2024

Partenariat : ADTs-CDTs 31, 81, 82, avec la présence d'Offices de Tourisme.

# Les salons et opérations 2024\*



\* Ce calendrier peut être soumis à modification

**LA PRESSE**

Enjeu de la stratégie de relations médias : acquérir une visibilité dans les médias (presse, web, radio, télévision) pour positionner le Gers comme "la Destination campagne Slow qui cultive le bonheur toute l'année", lui donner de la crédibilité, asseoir sa notoriété et séduire de potentiels visiteurs.

### LES CAMPAGNES MÉDIA

**Objectifs**

- Communiquer dans des médias spécialisés pour mettre en avant l'offre Slow gersoise auprès d'une cible de proximité,
- Faire connaître le Gers "campagne Slow du Sud-Ouest, en Occitanie" au national et à l'international par des campagnes Images sur des médias majeurs de nos marchés prioritaires.

**Marché interne & isochrone 3**

- Insertions dans les guides Pèlerins des Offices de Tourisme gersois,
- Insertion dans la carte Le Canal des 2 Mers à vélo  
Partenariat avec l'Office de Tourisme de la Ténarèze.

**Marché international**

Avec la signature, le 13 décembre 2023, d'un Plan d'Actions Collectif (PAC), le Gers, le Lot-et-Garonne et le Tarn-et-Garonne vont travailler à la mise en avant d'une Destination commune "Destination Sud-Ouest", qui valorisera l'offre Slow autour de thématiques prioritaires.

3 marchés ont été ciblés pour la mise en œuvre de campagnes. Pour les mener à bien, des outils seront à construire (pages d'atterrissage, vidéo, story telling...).

Partenariat Atout France / CRTs Nouvelle-Aquitaine - Occitanie / ADT-CDT 47-82.

**Grande-Bretagne****Campagne 1**

- Cible : Famille,
- Zone géographique : Londres et Sud de l'Angleterre,
- Thématiques : art de vivre / villages - patrimoine / loisirs - nature,
- Période de campagne : mai (pour la saison estivale).

**Campagne 2**

- Cible : Jeunes actifs,
- Zone géographique : Londres et Sud de l'Angleterre,
- Thématiques : oeno - art de vivre / vélo et itinérance,
- Période de campagne : février (pour l'avant-saison - avril / mai).

Si l'objectif est de faire venir en arrière-saison, nous privilégierons le last minute, avec une période de campagne fin août / début septembre.

**Marché France**

- Campagne TV sur FR3 Île-de-France : diffusion d'un spot publicitaire de Destination « campagne du Sud-Ouest en Occitanie »,  
Partenariat CRTL Occitanie / ADT-CDT 31, 81, 82 (PACT SUD-OUEST).
- Insertion publicitaire et accueil Presse "GRP® Coeur de Gascogne" pour le magazine Balades. Partenariat Offices de Tourisme Grand Auch Coeur de Gascogne, Gascogne Lomagne, Ténarèze et Armagnac d'Artagnan.

**Espagne**

- Zone géographique : Euskadi / Aragon / Catalogne,
- Thématiques : art de vivre / gastronomie / patrimoine,
- Périodes de campagne : Semaine sainte, été, arrière-saison (en fonction des calendriers régionaux).

**Belgique**

Opération d'opportunité

## LA VEILLE PRESSE

### Objectifs

Recenser le maximum d'articles parlant de la Destination Gers dans les médias afin d'évaluer la visibilité de la Destination et les messages relayés.

- Optimisation de la veille Presse dans la revue de presse mensuelle.



## LES DOSSIERS DE PRESSE

### Objectifs

Faire connaître le Gers en mettant en avant notre ADN, nos atouts et nos nouveautés, auprès des journalistes. Fournir un contenu complet facilitant le travail de recherche d'informations afin de faciliter l'obtention de passages médiatiques ou d'accueils de presse.

- Dossier de presse Nouveautés 2024 (FR / AN / ES) mettant l'accent sur l'offre de séjour Slow,
- Transmission d'informations pour le Dossier de Presse Nouveautés 2024 du CRTL Occitanie.



## LES ACCOMPAGNEMENTS PRESSE

### Objectifs

Obtenir des couvertures rédactionnelles ou retombées média en mettant en avant nos thématiques prioritaires.

- Envoi d'informations et visuels (accompagnement technique à la demande, Newsletters GersInfo, communiqués de presse). Travailler les fichiers Presse de nos différents bassins émetteurs prioritaires (France / UK / BE/ NL / ESP).
- Accueils de presse et influenceurs, tout au long de l'année :
  - organisation d'un accueil de presse Groupe sur la thématique de l'œnotourisme : mettre en avant différentes expériences à vivre dans le vignoble et découvrir nos 6 appellations (partenariat 5 filières).
- Workshop Presse Partir en France - Rencontres de la presse nationale organisées par ADN Tourisme, à Paris (22-23 janvier 2024). Partenaire : Office de Tourisme Grand Auch Coeur de Gascogne,
- Opération Presse "Occitanie" organisée par le CRTL Occitanie à Paris (fin 2024),,
- Opérations Influenceurs :
  - lors d'évènements comme les Marchés Flottants du Sud-Ouest®. Partenaires : ADTs-CDTs 47 et 82.
  - blog trip organisé en partenariat avec le CRTL Occitanie et le CDT 31,
  - reportage Occitanie Rail & Bus Tour avec le CRTL Occitanie.

# Pilier 3- Révéler l'offre

## II-Dynamiser la MISE EN PRODUCTION...

... créer et diffuser une offre de séjours Slow en partenariat avec la centrale de réservation départementale, les offices de tourisme et autres prestataires privés engagés (TO / AV) pour attirer des visiteurs qui, de fait, consommeront de manière plus responsable.

### CONQUÉRIR ET FIDÉLISER AVEC LA GESTION DE RELATION CLIENT

Le CDT sera toujours plus aux côtés de la Centrale de Réservation Départementale Gers Réservation, avec l'écriture d'un plan d'actions commun, en faveur de la commercialisation des offres des acteurs touristiques gersois.

**Enjeu :** envoyer le bon message, au bon moment, à la bonne personne, et ce tout au long du parcours visiteurs, afin de fidéliser et conquérir de nouveaux clients (acte d'achat).

**Objectif :** poursuivre l'organisation et le déploiement d'une stratégie de GRC GERS co-construite à l'échelle départementale pour plus d'efficacité, de visibilité et d'efficience de nos actions Marketing (collecte, animation, connaissance clients).



#### 1 COLLECTER DE LA DATA QUALIFIÉE

##### ANIMATION D'UN GROUPE DE TRAVAIL CDT / GERS RÉSERVATION / OFFICES DE TOURISME

- Déployer la stratégie départementale de GRC Gers (collecte, animation, qualification) avec les Offices de Tourisme.
- Un travail collaboratif : réflexion, rédaction d'un cahier fonctionnel des besoins, étude de faisabilité.



INFORMATIONS  
PARTAGE ACCUEIL  
NEWSLETTERS  
RELATION  
CLIENTS  
ACHAT  
CONNAISSANCE  
FIDÉLISATION  
DÉCOUVERTE  
RÉSEAUX  
PERSONNALISATION  
COLLECTE  
SEGMENTATION  
RÉSERVATION

**MISE EN ŒUVRE D'UN  
PLAN DE COLLECTE DE  
DATA MUTUALISÉ SUR  
TOUS NOS CANAUX DE  
COMMUNICATION**

### Enjeu

Conquérir de nouveaux clients grâce aux leviers d'acquisition et aux points de collecte présents sur l'ensemble du parcours visiteur.

### Objectifs

- Augmenter le volume de la base GRC départementale. + 10 000 contacts en 2024,
- Poursuivre et développer les opérations de GRC mutualisées avec les Offices de Tourisme et pros.

## JEUX-CONCOURS

- Actions départementales sur notre page Facebook Gers Gascogne Tourisme :
  - 2 campagnes Facebook Leads d'une durée de 2 semaines, avec mise en jeu de bons d'achat et/ou de séjours.  
Partenariat : Gers Réservation.
  - 2 campagnes Facebook Leads, d'une durée de 2 semaines, autour des positionnements affinitaires de la Destination (Slow Tourisme, famille, œnotourisme, tendance & friendly).  
Partenariat : Offices de Tourisme et prestataires touristiques.
- Animation du dispositif de stratégie de GRC régionale : jeux-concours d'une durée de 5 à 6 semaines, organisés par le CRTL Occitanie.  
Partenariat : CRTL Occitanie (organisation) / Centrale Départementale Gers Réservation (dotation de séjours).

## PLATEFORME DE DESTINATION

- Optimisation des dispositifs de collecte (pop-up « Bon Plan », abonnement à la Newsletter, formulaires de téléchargement de brochures, carnet de voyage).

## OUTIL DE COMPTAGE

- Poursuite de la collecte de données « connaissance clients » des visiteurs au comptoir du CDT, des Offices de Tourisme et des prestataires partenaires (code postal, profil, tranche d'âge, thématiques demandées...).



## PASSEPORT PRIVILÈGE

**Enjeu** : Faire du Passeport Privilège l'outil qui booste la consommation et la fréquentation des sites touristiques partenaires, et permettre l'annualisation de leur fréquentation.





## 2 ANIMER ET QUALIFIER LA BASE DE DONNÉES

Structuration du plan d'animation de la base clients articulé autour de Newsletters départementales.

**Enjeu :** organiser une prise de parole unique auprès de nos clients avant, pendant et après le séjour, pour une meilleure visibilité de la Destination et une cohérence des messages.

### ANIMATION DE LA BASE DE DONNÉES CLIENTS AVEC DU CONTENU COMMUN

- Newsletters commerciales "Pour les gourmands de liberté",
- Newsletters d'animation - "Welcome mail" :
  - objectif : fidéliser les prospects collectés,
  - tempo : après chaque action de collecte de contacts,
  - nombre de contacts : en fonction du nombre de nouveaux contacts collectés,
  - contenu : mise en avant des offres du passeport privilège et des nouveautés.

### MISE EN PLACE D'UN PLAN DE CONNAISSANCE DE NOTRE BASE CLIENTS

**Enjeu :** qualification des contacts actuels pour optimiser les performances (taux d'ouverture et taux de réactivité) et cibler au mieux les messages en fonction des centres d'intérêt / attentes des prospects.

#### Objectifs

- Obtenir une segmentation la plus harmonisée possible de notre base de données Clients,
- Avoir une meilleure compréhension de la base de données Clients afin d'adapter les campagnes de Newsletters et les contenus.
- Enquête de connaissance client :
  - bases de données de contacts CDT et AGTG fusionnées,
  - outil : Sphinx,
  - nombre de contacts interrogés : 120 000,
  - contenu : 3 questions de connaissance client.



## BOOSTER L'OFFRE DE SÉJOURS SLOW

Diffuser une offre de séjours Slow en partenariat avec la Centrale de Réservation Départementale, les Offices de Tourisme et autres prestataires privés engagés (TO / AV) pour attirer des visiteurs qui, de fait, consommeront de manière plus responsable.

## 1 VALORISATION

Valorisation de ces séjours sur l'ensemble de nos canaux de communication (site, réseaux sociaux, newsletters, dossier de presse...).

## SÉDUIRE LES TO / VOYAGISTES ET LES GROUPES

**Enjeu** : être présent auprès des professionnels (TO, voyagistes...) pour promouvoir l'offre gersoise et booster la commercialisation de la Destination.  
**Objectif** : coordination entre Gers Réservation, le CDT (interlocuteur principal du CRTLO Occitanie) et les Offices de Tourisme pour travailler ensemble la cible BtoB.

### 1 NEWSLETTERS

Mettre en avant l'offre gersoise adaptée à la cible "voyagistes/groupes" auprès de professionnels TO /

- Newsletter : "Gers Tour" :  
Voyagistes : Tempo : 2 newsletters par an,
  - Nombre de contacts : 1600,
  - Contenu : nouveautés pour les groupes.
- Newsletter : "Lettre Pro du Tourisme Régional" :
  - Tempo : 2 newsletters (*versions française et anglaise*), envoyées chaque semestre,
  - Nombre de contacts : fichiers de voyagistes français / francophones et internationaux du CRTLO (7 500 voyagistes),
  - Contenu : nouveautés pour les groupes.



### 2 SITE GROUPE

Dynamiser la fréquentation du site web [www.groupes-tourisme-gers.com](http://www.groupes-tourisme-gers.com), accessible depuis la plateforme départementale [www.tourisme-gers.com](http://www.tourisme-gers.com).

**Objectif** : mettre en avant l'offre groupe (organismes habilités, idées de sorties ou séjours...).

- Optimisation de l'affichage web sur [www.tourisme-gers.com](http://www.tourisme-gers.com) :
  - ajout d'une rubrique "groupes" dans la partie "des vacances qui vous ressemblent" sur la Homepage,
  - création d'une page édito dédiée à l'accueil des groupes organisés, réunions de famille et TO / Voyagistes.



### 3- PRÉTOURS & WORKSHOPS

- Organisation de prétoirs pour les TO / Voyagistes, en partenariat Gers Réservation, le CRTLO et les Offices de Tourisme... :
  - RDV en France : du 22 au 25 mars. Le rendez-vous international incontournable pour le B2B. Plus de 800 voyagistes seront accueillis en Occitanie. Parmi les 22 prétoirs organisés, 2 concernent le Gers.
  - Destination Vignobles : Rendez-vous pros pour promouvoir les destinations labellisées "Vignobles&Découvertes", auprès de 150 acheteurs internationaux spécialisés dans la thématique œnotouristique ou proposant des produits sur cette thématique.
- Coordination des Workshops professionnels par le CDT avec la présence de Gers Réservation et de partenaires gersois (Offices de Tourisme, pros).

## Pilier 4- S'engager

### Booster l'ENGAGEMENT des professionnels vers des actions plus vertueuses...

... s'engager collectivement dans une démarche de progrès dans les domaines suivants : économie territoriale (circuits courts, productions de qualité, certification bio...), environnement (bti respectueux de l'environnement, gestion énergétique...), solidarité sociale (accessibilité), composante éducative (sensibilisation, formations). Faire de nos organismes des entreprises vertueuses ! C'est aussi sensibiliser les visiteurs à la nécessité de préserver notre bien commun qu'est notre planète (biodiversité, écogestes...).

## LES GRANDS RENDEZ-VOUS & LES RENCONTRES TERRAIN

### 1 LES RENCONTRES DU TOURISME 2024 - SUR LE THÈME DE L'EAU

En partenariat avec la Commission Locale de l'eau en charge du Schéma d'Aménagement et de Gestion de l'Eau Neste et Rivières de Gascogne.

**Objectif** : engager un débat et amorcer des réflexions sur les usages de l'eau et les pratiques des loisirs nautiques demain avec les acteurs du tourisme dans le cadre d'une Commission thématique "tourisme".

**Date** : Printemps 2024

**Lieu** : Castéra-Verduzan

**Programme** (en cours) :

- commission Tourisme, organisation de mini-ateliers avec nos partenaires (CAUE, CPIE...),
- rendez-vous entre pros, moment de Networking,
- échange de documentation.

### 2 LES ASSISES FLUVESTRES À L'INTERDÉPARTEMENTAL

Animation conjointe avec le Conseil Départemental / ADT du Lot-et-Garonne dans le cadre du Contrat de Destination.

**Enjeu** : réflexion sur le devenir du réseau fluvial Sud Ouest ; comment se positionner demain ?

**Date** : 2<sup>ème</sup> Semestre.



3

### LA COMMISSION DES VILLES SLOW

- Animer la « Commission des Villes Slow » pour conforter la Destination Gers parmi l'offre nationale et internationale des villes engagées dans le tourisme durable et le Slow Tourisme (labels : Station Verte®, Cittaslow®, Petites Cités de Caractère...).
- Mise en place du plan d'action 2024 qui s'engage sur les thématiques suivantes :
  - sensibilisation aux labels,
  - mobilité,
  - eau.

**Public :** les communes et leurs Offices de Tourisme engagés dans un label responsable.

4

### LES EDUCTOURS ENGAGÉS

Organiser des éductours thématiques (en partenariat avec les territoires),

#### Objectifs

- Avoir une meilleure connaissance de l'offre qualifiée autour des 4 Clubs Marque avec une vision Terra Gers® et être prescripteur,
- Valoriser les identités locales, l'artisanat d'art..., l'hébergement innovant, des nouveaux équipements structurants et valoriser l'offre labellisée Vignobles & Découvertes®...,
- Favoriser la mise en réseau des différents acteurs engagés dans la démarche Terra Gers®,
- Développer l'économie locale et le Slow Tourisme à la gersoise,
- Les thématiques du tourisme durable qui seront abordées au travers de visites sur des sites engagés dans le Slow (oenotourisme / tourisme social / protection de l'environnement (mobilité, compensation carbone) / Slow Culture...

**Public :** partenaires, Offices de Tourisme, prestataires, filières du tourisme gersoises.



5

### LES JOURNÉES DE SENSIBILISATION DES FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS TERRA GERS®

Journée de sensibilisation des festivals ADDA.

Organiser des éductours thématiques (en partenariat avec les territoires).

#### Objectifs

- Suivre et animer la feuille de route éco-festivals Terra Gers®,
- Organisation de journées de sensibilisation pour les festivals et événement Terra Ges® en partenariat avec l'ADDA pour les accompagner sur leur développement d'actions durables.

**Public :** organisateurs d'événements gersoises engagés dans le développement durable.

# TerraGers® pour les pros!

## Calendrier des journées thématiques et rencontres terrain 2024!

Retrouvez notre programme d'animation autour du Slow Tourisme à la gersoise !

Nous vous accompagnons dans la découverte de lieux inspirants, innovants, pour demain, enrichir votre offre !

Rencontrez nos partenaires, des professionnels du tourisme, ensemble développons le slow tourisme, préservons notre terroir, développons l'économie locale, ouvrons nos offres à tous !

<b>Agrotourisme / Oenotourisme</b>	<b>Les Rencontres du tourisme 2024</b>	<b>Tourisme social</b>	<b>Tourisme durable</b>	<b>Slow tourisme &amp; Slow culture</b>	<b>Entreprises innovantes</b>	<b>Tourisme durable</b>	<b>Tourisme Fluvestre</b>
<p>Rencontre avec des entreprises viticoles engagées dans le Slow Tourisme !</p> 	<p>L'eau !</p> <p>Ensemble réfléchissons aux nouvelles solutions!</p> 	<p>Tourisme et Handicap, ouvrons notre Destination à tous !</p> <p>Sensibilisation aux handicaps. Être labellisé ce n'est pas si compliqué !</p>	<p>Éductour À la découverte des Paysages Gersois !</p> <p>Lecture de paysages, comprendre notre terroir !</p> 	<p>L'art contemporain dans le Gers !</p> <p>Dessignons les nouveaux projets !</p> 	<p>Éductour Rencontre avec des entreprises innovantes !</p> <p>Développons les échanges et l'économie locale !</p> 	<p>La Commission des Villes Slow</p> <p>.....</p> <p>La Journée Vélo et Tourisme</p> <p>.....</p> <p>Journée sensibilisation Festivals &amp; événements Terra Gers®</p> 	<p>Les Assises du Fluvestre 2024</p> <p>.....</p> <p>Retrouvons nous pour un moment convivial !</p> <p>Rétrospective de l'année et réseautage !</p> 

Ce programme est indicatif et peut être soumis à modification

Le CDT engage une démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) avec un collectif d'Offices de Tourisme pour affirmer la Destination Gers comme un territoire de vie et de vacances respectueux et durable.

## 1 GROUPE DE TRAVAIL OFFICES DE TOURISME / CDT

Le groupe de travail OT/CDT s'engage dans la démarche RSE s'appuie sur le marqueur Terra Gers® pour l'étendre aux 7 piliers de la RSE afin :

- d'apporter des critères internes sur nos organisations et gouvernance propre à nos structures (Organismes de Gestion de Destination),
- d'intégrer des critères externes pour mieux accompagner et guider nos parties prenantes (les entreprises touristiques, les habitants gersois, les visiteurs...).



## 2 VERS DES PRATIQUES PLUS RESPONSABLES EN INTERNE

- Insuffler des bonnes pratiques éthiques au sein du CDT,
- Choix de goodies plus locaux et recyclables,
- Rendre le site plus accessible et plus durable avec l'intégration de l'outil Lisio.

La solution "Lisio", développée par la société occitane Numanis, va permettre de rendre le site plus accessible aux personnes en situation de handicap mais aussi de réduire l'impact carbone en proposant une navigation plus durable.

## La vie de l'Association

- La Maison Départementale du Tourisme,
- L'équipe du CDT,
- La gestion statutaire, administrative, ressources financières et humaines.

### 1 LA MAISON DÉPARTEMENTALE DU TOURISME

Ce bâtiment, propriété du Conseil Départemental, abrite certes le CDT, mais également les organismes et filières partenaires du tourisme gersois suivants :

- le Syndicat des Hôteliers (UMIH),
- le Syndicat Régional de l'Hôtellerie de Plein Air Midi-Pyrénées,
- l'Association Clévacances Gers,
- le Comité Départemental de la Randonnée Pédestre.

Par ailleurs, certaines filières ont souhaité que leur siège social soit déclaré à la Maison Départementale du Tourisme, il s'agit de :

- l'Association Thermale et Climatique Gersoise,
- l'Association Patrimoine et Tourisme en Gascogne,
- l'Association «Ronde des Mousquetaires».
- l'Association «Codep 32».

En 2000, la Collectivité Départementale a décidé de rassembler sur un même site les associations départementales oeuvrant dans le domaine du tourisme afin de concentrer en un lieu unique les capacités d'information et de conseil en matière touristique et de mutualiser les compétences et les ressources matérielles de ces associations. et a contracté avec chacun des conventions.

Le Conseil Départemental du Gers a souhaité, s'agissant des frais de fonctionnement, que le CDT contractualise avec les associations hébergées afin de formaliser leur participation aux charges du bâtiment supportées par le CDT en tant qu'abonné.

Il appartient ainsi aux organismes hébergés de régler au CDT, chaque année les charges correspondantes et les frais de fonctionnement (téléphone, internet, photocopies, frais de ménage...).





Élodie Lanave  
Présidente

[direction@tourisme-gers.com](mailto:direction@tourisme-gers.com)  
+33 (0)5 62 05 87 35 (ligne directe)



José-Louis Pereira  
Directeur

### Pôle Développement & Qualification



**José-Louis Pereira**  
Coordinateur Pôle Développement  
& Qualification  
[direction@tourisme-gers.com](mailto:direction@tourisme-gers.com)  
+33 (0)5 62 05 87 35 (ligne directe)



**Emmanuelle Boyé-Capdet**  
Responsable mise en réseau  
territoires & loisirs nature  
[territoires@tourisme-gers.com](mailto:territoires@tourisme-gers.com)  
+33 (0)5 62 05 87 39 (ligne directe)



**Laurie Dal Lago**  
Responsable développement  
de l'ingénierie & animation  
des prestataires  
[developpement@tourisme-gers.com](mailto:developpement@tourisme-gers.com)  
+33 (0)5 62 05 87 38 (ligne directe)



**Isabelle Cardouat**  
Responsable qualification de l'offre  
touristique - Pros & Territoires  
[amenagement@tourisme-gers.com](mailto:amenagement@tourisme-gers.com)  
+33 (0)5 62 05 95 95 (taper 2)



**Aurélie Villain**  
Responsable de l'Observatoire  
Économique  
[obseco1@tourisme-gers.com](mailto:obseco1@tourisme-gers.com)  
+33 (0)5 62 05 95 95 (taper 2)

### Pôle Direction Administration & Facturation



**Cathy Pistre**  
Assistante de Direction  
[direction1@tourisme-gers.com](mailto:direction1@tourisme-gers.com)  
[compta@tourisme-gers.com](mailto:compta@tourisme-gers.com)  
+33 (0)5 62 05 87 35 (ligne directe)

Être au service des entreprises,  
au service de la compétitivité  
du Tourisme du Gers, accroître  
l'attractivité de la destination  
touristique départementale sont  
les priorités absolues du CDT.  
De la création d'entreprise jusqu'à  
sa mise sur le marché, le CDT  
Destination Gers accompagne  
le développement des  
professionnels.  
Il est un véritable outil d'ingénierie  
au service des Professionnels,  
des Collectivités, des offices de  
tourisme...

### Pôle Marketing

**Raphaëlle Lequai**  
Coordnatrice Pôle Marketing  
Responsable presse&communication  
[communication@tourisme-gers.com](mailto:communication@tourisme-gers.com)  
+33 (0)5 62 05 87 37 (ligne directe)



**Céline Bax**  
Responsable de la donnée &  
outils numériques  
[centredoc@tourisme-gers.com](mailto:centredoc@tourisme-gers.com)  
+33 (0)5 62 05 95 95 (taper 3)



**Rémi Dehan-Santré**  
Responsable communication digitale  
& réseaux sociaux  
[promotion1@tourisme-gers.com](mailto:promotion1@tourisme-gers.com)  
+33 (0)5 62 05 95 95 (taper 1)



**Sylvie Daudirac**  
Responsable Informatique  
[phototheque@tourisme-gers.com](mailto:phototheque@tourisme-gers.com)  
+33 (0)5 62 05 95 95 (taper 3)



**Fiona Nisoli**  
Accueil  
Responsable Gestion Relation Clients  
& Évènementiel  
[promotion@tourisme-gers.com](mailto:promotion@tourisme-gers.com)  
+33 (0)5 62 05 95 95



### LA GESTION D'ACCUEIL AU QUOTIDIEN

- accueil au comptoir, accueil et renseignements touristiques par téléphone,
- traitement des demandes écrites (mails et courriers),
- traitement et enregistrement du courrier postal, gestion de la documentation touristique.

### LA GESTION ADMINISTRATIVE

Il s'agit là de la gestion générale du CDT Destination Gers tant dans le cadre des règles statutaires des Associations Loi 1901 que dans le cadre de son fonctionnement au quotidien : secrétariat général, gestion du budget et gestion du personnel.

Le Service de la Direction procède à la préparation (convocations, rapports d'activités, bilans financiers, budgets prévisionnels, plans d'actions et tout autre document spécifique) et assure le bon déroulement des réunions du Conseil d'Administration et de l'Assemblée Générale puis la rédaction et l'expédition des comptes-rendus de séance.

La composition de son Assemblée Générale et de son Conseil d'Administration intègre la représentativité des Territoires. Les membres du Conseil d'Administration et l'Assemblée Générale se réunissent plusieurs fois dans l'année pour valider les divers rapports qui leur sont présentés.

Le CDT engage en 2024 une démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises).

### LES RESSOURCES FINANCIÈRES

Le Service de la Direction procède à la gestion, au suivi et au contrôle du budget du CDT. Les systèmes mis en place permettent de maîtriser parfaitement les coûts de fonctionnement.

La gestion financière est également contrôlée par notre Cabinet d'Expertise Comptable KPMG qui rédige le bilan financier annuel que notre Commissaire aux Comptes du Cabinet Gimbert contrôle. Ce dernier contrôle également l'ensemble de la gestion, tant financière qu'administrative

Le Service de la Direction procède aux écritures, les règlements sont effectués sous contrôle de la Direction et du trésorier. Le CDT obtient du Conseil Départemental une subvention qui lui permet la mise en œuvre de son plan d'actions.

Le CDT Destination Gers s'applique à générer de l'autofinancement grâce notamment à ses prestations d'ingénierie.

Le Service de la Direction gère l'ensemble du personnel du CDT Destination Gers. Les missions et les actions du CDT Destination Gers sont ainsi regroupées en deux pôles :

- Développement & Qualification,
- Marketing.

La gestion sociale est également instruite (déclarations, bulletins, conseils juridiques, sociaux et informations réglementaires...) par notre Cabinet Social KPMG.

# Comité Départemental du Tourisme

## Destination Gers

3 boulevard de Roquelaure - BP 50106  
32002 AUCH Cedex  
+33 (0)5 62 05 95 95  
info@tourisme-gers.com  
www.tourisme-gers.com

 @gersgascogneturisme

 @GersTourisme

 @TourismeGers

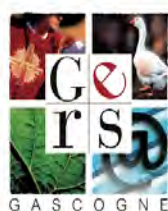
 @TourismeGers

 @Comité Départemental du Tourisme  
Destination Gers

 @TourismeGers



Partagez le Gers  
avec #Tourismegers  
et #Exploremongers



POUR  
LES GOURMANDS  
DE LIBERTÉ

Destination  
**Occitanie**  
Comité Régional du Tourisme