

Plan d'actions 2021

Destination Gers



Le Plan d'Actions 2021 Destination Gers



Le plan d'actions 2021 de la Destination Gers reprend comme base les 5 axes du Plan de Reprise et de Soutien aux activités départementales engagé et développé en 2020 durant la crise sanitaire de la Covid 19. Ce dispositif a permis de limiter au mieux l'impact de cette crise et les conséquences des vagues successives de confinement.

- 1° Un dispositif images et numérique pour générer le buzz,
- 2° Une communication multicanal avec la force du digital,
- 3° Un passeport privilège au cœur des dispositifs,
- 4° Aider les prestataires touristiques gersois dans la qualification de l'offre,
- 5° Des outils de séduction et de rebonds 2021.

Le CDT Destination Gers poursuivra ses missions de développement, d'accompagnement des professionnels et des Territoires, de promotion de la Destination, en partenariats départementaux et territoriaux et en prenant également en compte :

- le nouveau Schéma Départemental de Développement Touristique (les premières orientations seront prises en compte dès 2021),
- le positionnement Slow Tourisme avec le marqueur Terra Gers® (pour conserver notre longueur d'avance),
- la prise en compte du Gersois, ambassadeur, consommateur du tourisme gersois,
- une gouvernance plus efficace pour les acteurs du tourisme gersois,
- la stratégie et le plan d'actions du CRTL Occitanie sont également intégrés afin d'optimiser les actions permettant de donner plus de visibilité à l'offre de la Destination Gers et mieux affirmer son positionnement Slow Tourisme, Destination Campagne Vivante toute l'année.

Notre plan d'actions s'appuie sur un double constat : celui du succès des destinations campagne et de l'image favorable de la campagne en général en 2020 durant la crise et celui d'une demande citoyenne d'échelle locale et globale autour de la notion de proximité et celle de transition écologique, économique et sociale.

Si la crise a été catastrophique pour les grands événements culturels si importants dans l'offre départementale ainsi que dans certains secteurs (hôtellerie-restauration et hôtellerie de plein air), elle a révélé aussi la résilience du tourisme départemental grâce à ses logements du type gîte, chambre d'hôte, résidence secondaire et surtout celle des activités de plein air (itinérance, sports, baignade) et d'expérience de la vie locale (marchés, patrimoine, festivités locales...).

Elle a accentué l'image de refuge, de proximité et de convivialité des territoires ruraux dont le Gers fait partie. Dans le même temps, et aussi en raison d'un nouvel épisode de climat très chaud et sec, les citoyens expriment fortement un besoin de FAIRE AUTREMENT, de VIVRE AUTREMENT depuis la crise du printemps 2020. Ce besoin se décline sur des éléments essentiels comme l'habitat, la mobilité, l'alimentation, la santé...

Ce croisement d'opportunités et d'attentes encourage à proposer un plan d'actions 2021 en accord avec les grandes orientations du 5^{ème} Schéma Schéma Départemental de Développement Touristique, une stratégie pour que correspondent mieux une bonne image acquise («le bonheur est dans le Gers») avec des réalités de développement durable à renforcer.

p 3 Des nouveaux outils de séduction et de rebond 2021

p 7 Une communication ciblée et segmentée

p 14 Le Slow Tourisme, une longueur d'avance - Aider les prestataires touristiques gersois dans la qualification de l'offre

p 19 Valoriser l'écoute client et l'Observation Économique

p 20 La Gouvernance - Le Relais Territorial

p 21 L'équipe du CDT à votre service.



Un nouveau positionnement mature

La Destination GERS propose une offre structurée avec des marqueurs identitaires et de qualité forts et sur lesquels on peut aujourd'hui capitaliser.

Notre force : L'ADN du bonheur

- Le Gers, c'est avant tout le caractère gascon, généreux et convivial,
- Le Gers, c'est aussi une campagne vivante, nature, simple et vraie,
- Le Gers est depuis longtemps identifié comme LA Destination où il fait bon vivre, où on cultive le bonheur,
- La réputation du Gers, Pays du bien-vivre et du bien manger n'est plus à faire,
- Par nature, le Slowtourisme coule déjà dans ses veines.

Des bases solides pour répondre aux attentes des nouveaux touristes

Richesse et diversité de l'offre, singularité des territoires, nature préservée permettent au visiteur de bâtir sa propre expérience, de découvrir son Gers.

Revenir à l'essentiel

Après ces périodes tourmentées (crise sanitaire majeure, confinement), le désir du plus grand nombre est de revenir aux fondamentaux dont il a été privé : liberté, espace, convivialité, partage.

La liberté est ici

Dans le Gers, tout cela est inscrit dans les gènes du territoire comme une évidence. Le Gers est cette bulle de bonheur, d'oxygène et de nature auquel chacun aspire. L'offre très variée est propice à se créer des vacances « à la carte », suivant son envie.

LES OUTILS



De nouvelles éditions

(p.4)

- un catalogue de Destination,
- des cartes thématiques,
- une carte touristique V82.

Des outils de communication

renouvelés (p.4)

- renouvellement de roll up, bâches,
- goodies,
- clips de Destination.

Une nouvelle plateforme

www.tourisme-gers.com (p.5)

- version responsive,
- nouvelles fonctionnalités,
- mise en avant des Territoires, séjours...

Un passeport privilège au coeur

des dispositifs (p.6)

- mise en avant du passeport en version numérique,
- qualification de l'offre,
- animation avec les Offices de Tourisme,
- lien avec le Pass Occ'Ygène,
- mise en avant sur les newsletters,
- mise en avant sur les réseaux sociaux,
- campagne PQR - insertions, publi-rédactionnels.

Des expériences (p.5)

- mise en avant des Territoires, saisons, thématiques,
- partenariats Offices de Tourisme et CRTL Occitanie,
- mise en avant sur les newsletters, les réseaux sociaux.



De nouvelles éditions print

■ Une gamme d'éditions repensée en déclinaison du nouveau positionnement de Destination :

- un **catalogue de Destination** : outil de séduction mettant en image la diversité et la richesse du Gers, la possibilité pour chacun de composer le séjour qui lui ressemble en toute liberté.

L'offre Slowtourisme Terra Gers® infuse le contenu comme partie intégrante de notre ADN (proximité, itinérance douce, goût, culture...). Il fait la part belle aux ambassadeurs de territoire. Il propose également des séjours packagés par territoire. Ce catalogue constitue par ailleurs un objet-souvenir, qui a vocation à être conservé, tel un beau livre.

- **des cartes thématiques**, outils pratiques pour les visiteurs en séjour :

- Carte Découverte : outil pratique mais aussi de séduction (présentation des 10 bonnes raisons d'aimer le Gers et de ses incontournables illustrés),
- Carte Pleine Nature et Loisirs : offre d'itinérance douce, des activités de pleine nature et des loisirs,
- Carte Vacances en Famille : offre qualifiée Petit d'Artagnan®,
- Livret Oenotourisme : offre qualifiée Bons Crus d'Artagnan® / Vignobles & Découvertes. Valorisation des appellations et incitation à leur découverte par la mise en avant d'itinéraires.
- Fascicule Passeport Privilège : document allégé mettant en avant l'ensemble des sites et prestations, leur diversité. Il renvoie vers le digital via un QR Code...

■ **Création d'une carte touristique interdépartementale**, dédiée à la Véloroute Vallée de la Baïse (V82). Partenariat ADT65 / CDT47.

Des outils de communication renouvelés

Déclinaison de la nouvelle communication / charte graphique sur l'ensemble de nos outils de promotion :

■ **Renouvellement de Roll up et bâches**, génériques mais aussi affinitaires (Clubs Marque),

■ Réalisation de **goodies** permettant de véhiculer notre nouvelle image de Destination (cartes postales, tote bag...),

■ **Clips vidéos de Destination** illustrant le nouveau positionnement et adoptant les codes de la nouvelle communication du CDT. Ces vidéos seront déclinées afin de créer une collection mettant en avant l'offre affinitaire gersoise pour pouvoir proposer des communications ciblées.



Des outils de séduction et de rebond 2021

LES OUTILS



Une nouvelle plateforme www.tourisme-gers.com

■ En avril 2021 sera mise en ligne la nouvelle version de www.tourisme-gers.com

- Cette version responsive va permettre de fusionner la version mobile et les sites dédiés tout en gardant des espaces dédiés aux Clubs Marque.
- De nouvelles fonctionnalités seront proposées à nos visiteurs :
 - une carte interactive,
 - la composition de son carnet de voyage,
 - la mise en avant des atouts de la Destination Gers par le biais de pages éditoriales dédiées,
 - l'optimisation du Passeport Privilège avec un accès, un téléchargement facilité,
 - l'optimisation des expériences avec une segmentation par saison, par thème,
 - l'optimisation des outils de partage via les réseaux sociaux (cf p9),
- Les Territoires, la réservation de séjours, d'évènementiels seront toujours présents dans cette nouvelle version.

Les Expériences

■ Publication sur le site internet d'une « Gerspérience » par mois en lien avec les Offices de Tourisme autant pour le choix des thématiques que celui des prestataires mis en avant. Leur visibilité sera optimisée par la possibilité de choisir l'affichage des expériences en fonction des thématiques, de la saison, d'un Territoire. Ces expériences seront diffusées sur l'ensemble de nos outils (réseaux sociaux, newsletters...).

Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
Les chemins de Saint-Jacques de Compostelle	Circuit des Cittaslow du Gers	Sur les traces de d'Artagnan	Au fil de la Baïse	Musées et Centres d'Art du Gers	Le Gers les pieds dans l'eau
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Les Jardins	Le Gers dans les étoiles	Les plus beaux circuits vélo du Gers	Route des Vignobles du Gers et de la Gascogne	Les marchés du Gers	Vignobles & découvertes en Madiran

■ En complément des expériences, chaque mois, un territoire sera mis à l'honneur sous forme de «Top 5» via la mise en avant des «Pépites de territoire» transmises par les Offices de Tourisme,

■ Poursuite du travail entamé avec le CRTL Occitanie pour la réalisation et saisie d'expériences sur leur site.





Des outils de séduction et de rebond 2021

LES ACTIONS



Un Passeport Privilège au cœur des dispositifs

■ La mise en avant du passeport en version numérique :

Avec la nouvelle version du site www.tourisme-gers.com, le Passeport Privilège sera au cœur de la communication numérique avec :

- un accès facilité dès la page d'accueil et dans le menu déroulant,
- une page dédiée pour une présentation et une recherche par thème,
- un bandeau «Bons Plans» présent sur les structures participantes,
- un téléchargement et/ou un partage de l'offre facilité.

■ La qualification de l'offre contenue dans le Passeport Privilège :

- en améliorant le contenu et la valeur des offres proposées (plus d'exigence sur la sélection des offres notamment concernant la valeur des gestes d'accueil),
- en harmonisant la présentation des offres sur le web,
- en évaluant les retombées à la fin de l'année.

■ Une animation particulière sera formalisée avec les Offices de Tourisme :

- à destination des visiteurs / habitants :

- pour amplifier le travail de promotion auprès des habitants via les Réseaux Sociaux,
- pour diffusion au comptoir / accueil comme geste d'accueil et nouvel outil en ligne (depuis le nouveau site web - avril 2021),

- à destination des prestataires / acteurs du tourisme :

- intégrer l'offre passeport comme outil vitrine auprès du prestataire,
- booster sa prestation, travailler sur la qualification de l'offre et la remontée des informations.

■ Les offres du passeport privilège seront en lien et intégrées avec le Carte Occ'Ygène du CRTL Occitanie, pour accroître la visibilité des propositions des acteurs du tourisme gersois et inciter les prestataires à des gestes d'accueil,

■ Une mise en avant sur les Newsletters «Que faire ce Week-end ?» et «le Goût des Jours Heureux»,

■ Mise en avant sur les Réseaux Sociaux,

■ Campagne PQR - Insertions / publi-rédactionnels :

- mise en avant tant que de possible du dispositif (pub, bandeau, descriptif...).
- ce dispositif sera complété par une campagne PQR Sud-Ouest et programmatique (Occitanie / Ouest / Ile de France).



Une communication ciblée et segmentée

Le plan d'actions Promotion - Communication 2021 du CDT s'appuie sur le Plan de Reprise et de Soutien engagé au printemps 2020, avec une volonté majeure : inviter les visiteurs du Gers à découvrir, le temps d'un week-end ou d'un séjour, la Destination et être au rendez-vous pour répondre à leurs attentes. Il prend également assise sur les positionnements stratégiques des Plans Marketing de Destination 2021 - 2025.

Ainsi, les différentes actions de CDT s'organiseront autour de **4 cercles de clientèle** :

- Local (Gers),
- Proximité (Occitanie / Nouvelle Aquitaine),
- France (Paris, Nantes, Rennes, Lyon, Marseille),
- International (Grande-Bretagne, Belgique, Pays-Bas, Espagne).

3 objectifs seront principalement visés :

- **la VISIBILITÉ** : faire émerger la Destination Gers comme destination potentielle de séjour dans l'esprit des visiteurs = IMAGE et NOTORIÉTÉ,
- **la PRÉFÉRENCE** : projeter le visiteur dans l'expérience gersoise pour donner envie de choisir le Gers comme prochaine destination de séjour,
- **l'ENGAGEMENT et la CONVERSION** : générer du trafic sur le site internet, recruter des abonnés sur les réseaux sociaux / les newsletters, déclencher de l'acte d'achat...

Pour cela, le CDT s'appuiera plus que jamais sur l'expérience de séjour et les singularités du territoire, autour de thématiques prioritaires :

- itinérance douce,
- loisirs et sports nature (à noter pour 2021 : l'ouverture de la Véloroute de la Vallée de la Baïse (V82) ; année jubilaire pour les Chemins de Saint Jacques de Compostelle ; l'inauguration du circuit gersoïse de la Route Équestre Européenne d'Artagnan...),
- le goût avec l'oenotourisme,
- le bien-être et la santé avec le thermalisme,
- la culture avec l'évènementiel,
- le patrimoine (à noter en 2021 : l'ouverture de la Microfolie de Sarrant, musée numérique).

GERS

Objectif Préférence

- newsletter Que Faire ce Week-end ?,
- réseaux sociaux.

Objectif Engagement - Conversion

- jeux concours réseaux sociaux,
- campagnes digitales PQR.

PROXIMITÉ

Occitanie (Toulouse & Montpellier)
Nouvelle-Aquitaine (Bordeaux)

Objectif Visibilité

- campagne Display PQR,
- réseaux sociaux,
- communication réseaux de bus.

Objectif Préférence

- newsletter *le Goût des Jours Heureux*,
- salons,
- insertions et publi-rédactionnels,
- relations presse (PQR et micro-influenceurs).

Objectif Engagement - Conversion

- jeux concours PQR,
- jeux concours réseaux sociaux,
- campagnes digitales PQR.

NATIONAL

Paris, Nantes, Rennes, Lyon, Marseille

Objectif Visibilité

- campagne Display PQR,
- réseaux sociaux.

Objectif Préférence

- newsletters *le Goût des Jours Heureux et GersTour*,
- salons,
- insertions presse & publi-rédactionnels / émission TV,
- relations presse (*Workshops presse nationale, accueils de presse...*).

Objectif Engagement - Conversion

- jeux concours presse,
- jeux concours réseaux sociaux,
- campagnes digitales presse.

INTERNATIONAL

GB, BE, NL, ESP

Objectif Visibilité

- réseaux sociaux.

Objectif Préférence

- salons,
- insertions et publi-rédactionnels,
- relations presse (*webinaires, accueils de presse...*).



Projection 1^{er} semestre 2021

Le CDT poursuit la même stratégie (principalement numérique) organisée autour de 5 axes mis en œuvre lors du 1^{er} déconfinement en 2020. Les actions orchestrées lors du 2^{ème} déconfinement visent à optimiser l'attractivité de la Destination, développée tout au long de cette année, auprès de nos divers bassins émetteurs de clientèle.

■ Une communication ciblée autour du hashtag #ExploreMonGers :

- proximité / régionale / nationale / internationale,

■ Trois objectifs :

- soutenir les acteurs touristiques locaux en communiquant sur l'offre ouverte et accessible,
- séduire et inciter à venir en séjour dans le Gers,
- travailler la sympathie et la notoriété.

Un tampon « #ExploreMonGers » mis à disposition des professionnels du tourisme gersois pour leurs besoins de communication.



■ Différents canaux de communication :

- mise à jour de l'offre sur le site internet www.tourisme-gers.com,
- réseaux sociaux : image, valorisation des acteurs touristiques, jeux concours (sponsorisations ciblées : proximité / régional / national),
- newsletters « Que Faire Ce Week-End ? » (cible proximité) / Le Goût des Jours Heureux (cibles : régionale et nationale),
- Presse Quotidienne Régionale (cibles : proximité et régionale) et Presse Nationale.

Une communication digitale de séduction et les différentes phases organisent le lancement du nouveau positionnement et des supports 2021

■ Le relais des initiatives des prestataires touristiques :

- Le CDT Destination Gers est un relais actif des initiatives de prestataires touristiques qui s'adaptent à la situation sanitaire pour proposer une offre adaptée.
- 2 initiatives sont partagées chaque jour sur la page Facebook « Explore Mon Gers », sur le compte Twitter « GersTourisme » et en story sur la page Instagram « TourismeGers ».
- En complément de ces communications des jeux concours sont régulièrement organisés sur la page Facebook « Explore Mon Gers » et sur la page Instagram « TourismeGers » en partenariat avec les prestataires touristiques pour acquérir de nouveaux abonnés et fidéliser les existants. La sponsorisation de ces publications est différenciée pour s'adapter au public visé, avec un budget adapté, pour toucher le maximum d'audience.
- La newsletter « Que faire ce week-end ? » s'adapte en permanence : elle relaie les actualités des réseaux sociaux du CDT (jeux concours...), et valorise l'offre adaptée et ouverte (initiatives des professionnels, agenda...).

■ Une communication de séduction :

- Pour continuer de valoriser l'image de la Destination, le CDT du Gers poursuit sa stratégie de mise en avant de belles images / rushs sur les réseaux sociaux pour montrer tous les atouts du Gers. Celles-ci sont organisées autour de 10 axes forts qui définissent l'identité de la Destination, 10 bonnes raisons d'aimer le Gers pour donner envie de venir demain. Ces publications sont adressées et sponsorisées vers la cible régionale et nationale et sont partagées sur les comptes grand public Facebook Twitter et Instagram de la Destination. Ces 10 bonnes raisons d'aimer le Gers demain seront également relayées via une newsletter commerciale « Le Goût des Jours Heureux » dédiée, en novembre. On retrouve ces 10 raisons d'aimer le Gers dès la page d'accueil du site tourisme-gers.com, où chacune renvoie vers un contenu dédié.

JANVIER

Gers, Destination Nature et Slow (grands espaces, bulle d'oxygène, itinérance douce).

FÉVRIER

Gers, Destination Bonheur (Saint-Valentin, thermalisme source de bonheur, bonheur de découvrir le patrimoine), vacances scolaires (focus : bonheur de retourner au restaurant).

MARS

Gers, Destination Convivialité (partout, tout le temps ! Marchés, loisirs...).

AVRIL

Lancement de la nouvelle communication.

à partir de MAI

Gers, Destination Bons Plans (valorisation du Passeport Privilège).

Pour rappel, actions initiées fin 2020

NOVEMBRE (confinement)

- Les 10 bonnes raisons d'aimer le Gers
- les initiatives prestataires (drive / à emporter - livraisons)

DÉCEMBRE (déconfinement)

- La magie de Noël dans le Gers (séjour dans le Gers)
- Offre ouverte et accessible

Une communication ciblée et segmentée



Les Réseaux Sociaux

Les objectifs de la stratégie du CDT Destination Gers sur les réseaux sociaux sont multiples :

- Apporter de la notoriété et de la visibilité à la Destination en partageant de belles images et vidéos du Gers mettant en avant tous ses atouts. Ces visuels attirent l’œil et sèment l’esprit du Gers dans la tête de potentiels futurs clients. On peut retrouver ces publications sur la page Facebook [Gers Gascogne Tourisme](#), ainsi que sur la page Instagram [TourismeGers](#).

- Des campagnes ciblées sont également organisées pour promouvoir la Destination sur les marchés européens prioritaires : Royaume-Uni, Espagne, Pays-Bas, Belgique, Suisse.

- Montrer le Gers qui bouge, la campagne vivante qu’est notre Destination en mettant en avant les évènements et initiatives qui font le Gers.

Ces posts, sponsorisés pour atteindre une clientèle de proximité et régionale, sont publiés sur la page [Twitter GersTourisme](#), également en Fleets.

- sur la page Facebook [Explore Mon Gers](#), ainsi qu’en story sur [Instagram](#) (Reels)

La présence du CDT Destination Gers sur Facebook et Instagram est complémentaire ; ces 2 réseaux sociaux étant consultés par des profils d’utilisateurs différents. Ainsi, les sponsorisations sur Facebook touchent les «45 ans et plus» en majorité, alors que les «18-34 ans» sont majoritaires sur Instagram.

Les nouveaux formats de publications sur les réseaux sociaux :

En 2021, le CDT Destination Gers s’adapte à l’évolution des réseaux sociaux pour proposer des Fleets, les nouvelles stories de Twitter, et des Reels, nouveau format sur Instagram, reprenant les codes des vidéos TikTok.

- Poursuite de la diffusion de la collection de 19 clips expérientiels sur l’ensemble des réseaux sociaux du CDT,

- Informer les acteurs touristiques gersois et les partenaires du CDT de ses actions via le compte Twitter professionnel [@CDTLGers](#).

○ Les messages et sponsorisations sont dirigés pour toucher des bassins prioritaires en France



Les destinations touristiques sur les réseaux sociaux en France

Facebook	
Départements	Fans et Taux Eng.
Hauts-de-Seine	7 562 0,11 %
Loire	29 653 5,37 %
Gers Gascogne	34 321 5,34 %
Les Landes	96 137 4,45 %
Hautes Pyrénées	102 764 4,32 %



Les réseaux sociaux (suite)

LES OUTILS



■ Jeux concours

- organisation de jeux concours pour la clientèle de proximité et nationale autour de la navigation / l'évènementiel / gourmand (Astrada, Circa, patrimoine (réseau Pataugas) / oenotourisme (5 filières)....).
- pérenniser les jeux concours en partenariat avec les prestataires touristiques pour acquérir de nouveaux abonnés et fidéliser les existants.

■ Facebook

[Gers Gascogne Tourisme](#) (37 000 abonnés) : relancer les vidéos de Destination et clips thématiques.

1 objectif : la séduction et la fidélisation par l'image (photos, vidéos...).

[ExploreMonGers](#) (3 000 abonnés) : publication de posts Français / Anglais pour toucher aussi la clientèle internationale.

Son objectif : donner des idées de sorties et d'activités à faire dans le Gers ! Cette page s'adresse aussi bien aux touristes qu'à la clientèle de proximité et aux habitants gersois. Y sont mis en avant tous les jours : les offres du passeport privilège, les membres des Clubs Marque départementaux, l'évènementiel gersois mais aussi des séjours (partenariat Centrale de Réservation Gers Tourisme en Gascogne....).

Les sites dédiés aux Clubs Marque seront fermés au 1^{er} janvier 2021 et redirigés vers cette page.

■ Twitter

[GersTourisme](#) (4500 abonnés) : sponsorship de publications de Destination avec de la belle image, mettant en avant les atouts du Gers, à raison d'une publication par semaine et également en fleets.

[CDTLGers](#) (2550 abonnés) : valorisation des actions du CDT Destination Gers et relais des initiatives territoriales et également en fleets.

■ Instagram

- [Sur le compte du CDT](#) (+ de 11000 abonnés), mise en avant de vidéos en story et en Reels, nouveau format Instagram,

- publication régulière de stories interactives en utilisant les outils d'Instagram (quiz, sondage...) pour générer de l'interaction avec les abonnés.

■ **Youtube** (300 000 vues) [Le Gers en vidéos](#) : le compte Gers Gascogne Tourisme est le lieu où sont regroupés toutes les vidéos du CDT Destination Gers et de ses partenaires, via publication directe ou enregistrement dans la playlist « Les meilleures vidéos gersaises ». Une mine de contenus régulièrement mis en avant sur le réseaux sociaux du CDT Destination Gers.

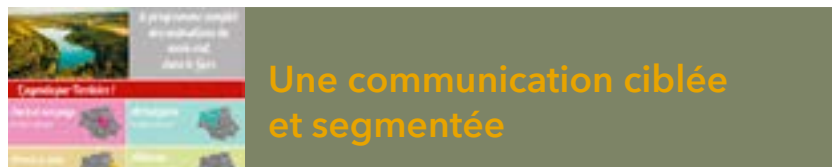
■ **Pinterest** (46 tableaux, 1 000 épingles) [Le Gers en images](#) Développement toujours plus actif de la page Pinterest « Tourisme dans le Gers » avec la création de nouveaux tableaux afin de générer plus d'interactions et attirer de nouveaux abonnés. Relais de ces tableaux sur les autres réseaux sociaux du CDT Destination Gers.

■ **Campagne de lancement du nouveau clip de Destination**, sponsorisée sur les réseaux sociaux du CDT et de ses partenaires (Facebook, Instagram, Twitter).

Afin de lui donner un maximum de portance, implication des professionnels du tourisme gersois, présentation du dispositif en webinar à destination des Gersois (professionnels ou non), diffusion d'un guide de partage... Une communication numérique amplifiée et cohérente grâce au partage de hashtags communs sur les réseaux sociaux et sur les outils de communication avec l'ensemble des partenaires et acteurs touristiques.

■ Cette campagne de diffusion de vidéos pourra être complétée par une campagne dans les médias PQR et en programmation.





LES OUTILS



Les newsletters

■ @ctuGers

Newsletter à destination des professionnels gersois et aux partenaires du CDT (4300 abonnés) permettant d'optimiser les communications des actions du CDT et des partenaires sur les Territoires, de faire un point sur la vie des Clubs Marque...

■ Que Faire ce Week-End ?

Newsletter hebdomadaire, à destination de la proximité et des Gersois, diffusant l'offre des Fêtes & Manifestations départementales adressée à 4 200 abonnés. Objectif 2021 : augmenter l'audience.

■ Le Goût des Jours Heureux

Cette newsletter thématique et segmentée, à vocation commerciale met en avant l'offre des Clubs Marque et propose des séjours. Elle est adressée à l'ensemble de notre base de données nationale (soit 430 000 abonnés), toutes les 3 semaines (à des périodes clé référencées grâce à nos enquêtes de clientèle).

Objectif 2021 : qualifier et augmenter l'audience.

Dates	Thème*
18/01/21	Saint-Valentin
11/02/21	Thermalisme
11/03/21	Vacances de Pâques en famille
08/04/21	Evènements de printemps
06/05/21	Slow tourisme / Itinérance douce
03/06/21	Evènements estivaux
01/07/21	Saveurs / Plaisirs de l'été
29/07/21	Oenotourisme
26/08/21	Été Indien
23/09/21	Patrimoine
21/10/21	Oenotourisme
18/11/21	Fêtes de fin d'année



■ GersTours

Newsletter adressée 3 fois par an aux Tours Opérateurs / Voyageurs (2 500 contacts) pour communiquer sur les actualités et nouveautés groupes.

■ **Newsletters dédiées** pour les prestataires partenaires souhaitant mettre en avant leurs offres...

En prévision 2021 : Elusa Capitale Antique, Syndicat des Vins de Saint Mont, La Ferme aux Buffles...

La Gestion de la Relation Client :

- Le travail de qualification de la base de données GRC permettra de servir les actions de marketing ciblées notamment les envois de newsletters segmentées et affinitaires.
- Travailler l'incrémentation de la base de données via des jeux concours avec la presse et nos actions sur les réseaux sociaux.

+ infos sur le site pro du CDT :
<https://www.pro.tourisme-gers.com/je-commercialise-mes-offres>

* Programme sous réserve crise sanitaire



Une communication ciblée et segmentée

LES OUTILS



Les salons

Les Salons « Grand Public », généralistes ou encore thématiques, sont de formidables outils pour séduire de nombreux prospects, faire connaître la Destination Gers et booster son Chiffre d'Affaires.

La Destination Gers sera présente* sur plusieurs salons et opérations de communication «Grand Public», tant en France qu'à l'étranger ainsi que sur des salons dédiés aux professionnels du Tourisme Gersois.

A noter dans les agendas !



Cible : proximité

- mars : Vivre Nature - Toulouse
- du 17 au 20 juin : Bordeaux fête le Fleuve (G4)
- fin septembre : Festival des films de Voyage - Montpellier
- fin octobre : salon Vins et Terroirs - Toulouse (G4)

■ printemps :
rencontres
Gers entre Pros
(Auch)

Cible : national

- du 2 au 4 avril : salon du Tourisme - Nantes (G4)
- du 16 au 17 avril : salon du Tourisme - Rennes (G4)
- mi-septembre : Marchés Flottants du Sud-Ouest - Paris

Cible : international

- du 28 au 30 Mai : salon Navatur Pampelune - Espagne (G4)

+ infos sur le site pro du CDT :

<https://www.pro.tourisme-gers.com/participation-salons>

La presse - influenceurs

Faire parler du Gers dans les médias et confirmer la notoriété de la Destination à travers une stratégie Presse construite en cohérence avec la stratégie globale de communication et le positionnement de la Destination. Travailler les relations Presse traditionnelles, avec ses spécificités propres, et être toujours plus présent auprès des influenceurs du numérique (blogueurs / instagrammeurs) ayant une influence nationale, voire internationale (à minima régionale pour les blogueurs).

■ Workshops presse

- rendez-vous on line avec la presse étrangère (GB - NL - BE),
- workshop Partir en France,
- salon des blogueurs (G4).

■ Accueils d'influenceurs

Des accueils de blogueurs de proximité co-construits avec les Offices de Tourisme.

Ils pourront être complétés par des accueils d'influenceurs nationaux et internationaux et par une mise en avant du Gers à travers une émission TV (par ex. Echappées Belles).

■ **Mise à jour des outils** permettant d'informer et séduire la presse autour des atouts majeurs du département (en déclinaison de la nouvelle communication) :

- dossiers de presse : développer un dossier de presse consacré aux Activités de Pleine Nature et au Slow Tourisme,
- espace presse,
- newsletter GersInfo.

+ infos sur le site pro du CDT :

<https://www.pro.tourisme-gers.com/je-developpe-mes-relations>

Site presse du CDT «Intéressé par le Gers ? Un projet de reportage ?

En quête de conseils ou encore de visuels ? www.presse.tourisme-gers.com

* Programme sous réserve crise sanitaire





Une communication ciblée et segmentée

LES OUTILS



Des campagnes PQR, insertions, publi-rédactionnels.

Un plan média permet de communiquer un message précis auprès d'une cible identifiée, à un moment donné choisi de l'année. Il permet de sélectionner des bassins émetteurs stratégiques, de maîtriser son message (l'adapter au mieux au lectorat et à la saisonnalité) et sa diffusion.

Aussi, les campagnes régulières permettent d'asseoir la notoriété. Elles aident à tendre vers une annualisation de la fréquentation touristique.

L'objectif en 2021 est de conforter le Gers comme Destination Slow.

INTERNATIONAL

Espagne :

- Supplément Escapadas, dans le quotidien basque espagnol El Diario Vasco (G4) : réalisation d'un dossier de 10 pages consacré à la «Campagne vivante du Sud-Ouest», dont 2 pages exclusivement Gers,
- El Periodico : publi-rédactionnels.

Pays-Bas :

- ANWB ou Leven in Frankrijk (G4).

NATIONAL

- Insertion dans le nouveau **Guide Vert Michelin - Slow Tourisme (2021 - 2022)** pour asseoir le Gers comme Destination Slow,

- **Renouvellement de notre communication sur la carte du Canal des 2 Mers à vélo « Bordeaux - Toulouse à vélo, services et vignobles »** ainsi que sur la **brochure « les bons restaurants, cuisine, vins et patrimoine »** à destination des plaisanciers. Elles permettent de mettre en avant notre offre vélo / navigation et leurs connexions avec cet axe majeur qu'est le Canal des 2 Mers.

PROXIMITÉ / LOCAL

Guides du Pèlerin de Saint-Jacques : partenariat avec les Offices du Tourisme Gersois.

Ce plan média sera complété par des insertions print, radio, TV... et d'éventuelles actions partenariales avec le CRTL Occitanie.





Le Slow tourisme, une longueur d'avance

Les 5 ans à venir doivent confirmer la Destination Gers dont le Slow Tourisme avec Terra Gers sera l'ADN.

L'offre de la Destination sera adaptée à un tourisme pour tous avec des offres qualifiées et segmentées autour des labels de reconnaissance pour faire du Gers une Destination de Campagne Premium.



POURSUIVRE LA QUALIFICATION

Qualification de l'offre :

- nouvelle interface Agit 32,
- photothèque départementale - Ajaris,
- travail sur la qualité,
- séjours en ligne - partenariat OT - AGTG,
- formations webinaire,
- veille sur la qualité de la donnée,
- échanges de flux personnalisés,
- référent auprès du CDT : RIT régional.

Oenotourisme :

- renouvellement label Vignobles&Découvertes,
- étude et partenariats
- animations par appellation,
- qualification et animation avec les filières,
- suivi travaux CRTL.

Gastronomie :

- actions de qualification des établissements de restauration

Poursuite des actions de qualification :

- classement meublés de tourisme,
- qualification des acteurs et des Territoires avec les marques et labels nationaux, les Clubs Marque départementaux,
- thermalisme, patrimoine bâti et culturel, artisanat d'art...

Accompagnement des porteurs de projets.

VALORISER L'ÉCOUTE CLIENT ET L'OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE

- mise en oeuvre de nouveaux outils (AirDNA, Enquêtes, Fairquest...),
- poursuite des actions (analyse des flux, traitement et valorisation de la donnée, assistance technique, veille, partenariat CRTL, suivi activités...).

ENJEU SLOW TOURISME DURABLE, TERRA GERS®

Terra Gers® :

- évolution de la marque et des critères,
- formation action ADEPFO, Terra Gers® demain,
- marchés Terra Gers®,
- avec l'ADDA et la feuille de route, «quel évènementiel pour demain?»,
- accompagnement et sensibilisation des prestataires,
- poursuite, suivi et animation des démarches qualités et labels environnementaux,
- stratégie tourisme durable partagée avec le CRTL, les Offices de Tourisme...

Itinérance douce :

- mise en tourisme Grands Itinéraires et animation groupes de travail (V82, REA, Saint-Jacques),
- Club Itinéraire & Club Baïse,
- groupe de travail autour du vélo / VAE,
- déclinaison du plan départemental Sport nature.

LE RELAIS TERRITORIAL

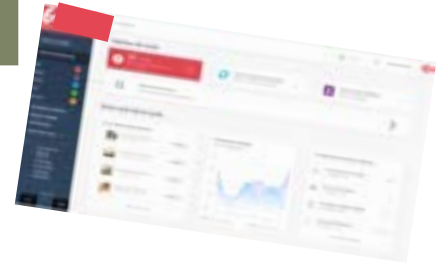
- mission d'animation auprès des Territoires,
- poursuite des missions d'animation du réseau, appui technique à la structuration des OT (classement, Marque Qualité Tourisme..., accompagnement à la qualification, déclinaison schémas...),
- réflexion autour des nouveaux enjeux sur les espaces de travail des Offices de Tourisme.

Aider les prestataires touristiques gersois dans la qualification de l'offre

LES OUTILS



La base de données Agit32 au cœur de la qualification de l'offre



■ En 2019, le CDT a lancé une **refonte de son SIT** : évolution du système pour une meilleure utilisation et ergonomie pour les contributeurs notamment pour :

- la connexion,
- la gestion des données descriptives, tarifaires, de période,
- la gestion des photos,
- la gestion des droits de diffusion avec la mise en conformité avec le RGPD,

Ce travail a été mené par le CDT et un groupe d'utilisateurs RIT (Offices de Tourisme et AGTG).

■ **La nouvelle interface de saisie** sera disponible dès avril 2021 pour les contributeurs du RIT et remplacera avant la fin du 1^{er} semestre l'Espace Services pour les entreprises touristiques.

■ Formations en webinaire :

Dès le 2^{ème} trimestre, le CDT organisera des rendez-vous visio personnalisés ou groupés à destination du RIT et des entreprises touristiques :

- optimisation de la photothèque Ajaris (logiciel de gestion photos, vidéos et documents) avec les Offices de Tourisme et présentation des nouveautés,
- rédactionnel des Objets d'Informations,
- utilisation de la nouvelle interface AGIT 32...

L'Informathèque Départementale

L'Informathèque Départementale www.photo.tourisme-gers.com est un outil de gestion et d'organisation qui illustre les fonctionnements du Centre de Ressources du CDT Destination Gers, mis à disposition des Offices de Tourisme, des filières, des prestataires, des influenceurs médias, des organisateurs et agences de voyages. Elle permet de gérer l'ensemble des objets multimédias. Plus de 124 000 documents (photos, vidéos, affiches, logos, documents divers...) sont enregistrés et en partage, au travers d'une gestion rigoureuse et respectueuse des droits d'auteur et des droits à l'image. Chaque année, elle évolue avec de nouvelles fonctionnalités et d'affichage. Elle permet l'enrichissement d'images pour vendre la destination Gers. L'informathèque qui a 2 accès («Grand public» et professionnels) permet aux internautes de découvrir le Gers au travers de belles images réalisées en interne et par des prestataires touristiques (accès libre) et d'illustrer, promouvoir et vendre la Destination Gers sur les supports de communication et promotion.

■ En 2021, poursuite de l'enrichissement de la photothèque pour valoriser et promouvoir la Destination Gers à travers des vidéos, des images de qualité sur le site internet www.tourisme-gers.com, les éditions prints et les réseaux sociaux : notion de partage et d'adhésion au profit de tous !

- formation des Offices de Tourisme à Ajaris,
- travail de partenariats pour récupérer des photos des divers contributeurs (prestataires, utilisateurs d'Instagram, blogueurs...),
- si possible reportage photos par un professionnel.

■ **Une collaboration avec Gîtes de France, Clévacances et AGTG** permet de travailler sur la qualité :

- des imports de données des hébergements labellisés notamment sur les données chaudes (tarifs et disponibilité),
- des séjours commercialisés en ligne, le travail entamé en 2020, va permettre d'optimiser et d'assurer une mise à jour optimale dans l'AGIT32 (Slow Tourisme, itinérance douce, bien être...),
- mise en avant de séjours/produits gersois à destination des gersois en partenariat avec la Centrale de réservation AGTG et les Offices de Tourisme.

■ Poursuite des actions :

- veille sur la qualité de la donnée,
- échanges de flux personnalisés avec les Offices de Tourisme, le CRT, Data Tourisme, des partenaires privés...,
- référent auprès du CRT dans le groupe RIT régional : cohérence et qualité de la donnée.

La Gestion de la Relation Client :

Avec la refonte de la plateforme, le CDT a lancé un travail de mise en conformité de sa base de données clients (450 000 contacts) :

- optimisation des adresses avec une étude sur les inactifs, les erronées,
- suivi du projet régional d'outil GRC partagé du CRTL : échange de données anonymes pour l'étude des comportements des clients sur nos divers supports de communication.



Aider les prestataires touristiques gersois dans la qualification de l'offre



Conforter le positionnement Slow Tourisme de la Destination Gers, campagne vivante toute l'année : Le marqueur Slow Tourisme durable Terra Gers®. Le positionnement Slow Tourisme sera décliné sur les actions de qualification, de mise en réseau, mise en production, autour du marqueur Terra-Gers®. En cohérence avec les grandes orientations du 5^{ème} schéma, les actions à engager pour 2021 sont les suivantes :

Enjeu Slow Tourisme Durable, Terra Gers®

Marqueur qualité Terra Gers®



■ Prise en compte des résultats de l'étude réalisée en 2020 sur les démarches qualité « Clubs Marque » du CDT :

- évolution des critères, modalités de mise en œuvre, accompagnement des acteurs...
- un temps de rencontres et de présentation de ces résultats d'étude ; consultation pour une évolution de la marque Terra Gers® qui sera proposée au début de l'année 2021.

■ Pour se projeter dans les 10 années à venir avec Terra Gers®, **une formation action ADEPFO** accompagnera le CDT et un groupe d'acteurs, personnes ressources pour « garder notre longueur d'avance » avec des objectifs innovants.

■ **Poursuite des actions engagées autour des Marchés Terra Gers®** pour une communication plus orientée toute l'année à destination également des Gersois.

■ **Poursuite des actions engagées autour de l'évènementiel** et de la feuille de route évènementiel Terra Gers ; travaux engagés avec l'ADDA pour repenser l'évènementiel de demain ; accompagnement des organisateurs de manifestations pour adapter les manifestations aux conditions exigées par la crise sanitaire.

■ **Accompagner le professionnel dans sa démarche de Slow Tourisme** : le nouvel outil développé par la DGE pour la prise en compte du slow tourisme sera mis en œuvre, en partenariat avec les Offices de Tourisme, organismes référents dans le cadre de ce nouvel outil.

■ **Poursuite du suivi et l'animation des démarches qualité** (en priorité les marques et labels liés au Slow Tourisme et tourisme durable)

■ **Groupe de travail « slow » 1 à 2 rencontres** : instance de partage d'expériences, de mise en réseau des acteurs gersois concernés par la démarche Slow Tourisme.

■ **Sensibilisation des prestataires aux labels nationaux et internationaux** (Clé Verte, écolabel européen ...).

■ **Label Tourisme & Handicaps** : renouvellement des labellisations, participation aux commissions régionales d'attribution du label, accompagnement des candidats au label.

■ **Chèques vacances** : suivi du déploiement des chèques Vacances dans le Gers et sensibilisation des acteurs.

■ **Stratégie Tourisme Durable partagée CRTL / CDT / OT.**





Aider les prestataires touristiques gersois dans la qualification de l'offre

LES OUTILS



Poursuivre la qualification de l'offre et accompagner la Destination vers le Slow Tourisme.

Prise en compte des enjeux de la mobilité ; plan d'actions développé en partenariat étroit avec les services du Département.

L'itinérance douce

■ Mise en tourisme des grands itinéraires structurants :

- Véloroute Vallée de la Baïse V82,
- Route Européenne d'Artagnan, REA, boucle Gers V82*,
- Chemins de Saint-Jacques de Compostelle* : 2021 année jubilaire, sans oublier la Baïse navigable.



*Route Européenne d'Artagnan, Chemins de Saint-Jacques de Compostelle : bien que ces itinéraires soient ouverts à toutes formes de randonnée non motorisée (pédestre, vélo, équestre), les actions de valorisation vont être orientées principalement sur la pratique pédestre pour les Chemins de Saint-Jacques, sur la partie équestre pour la Route Européenne d'Artagnan.

Ces grands itinéraires de randonnée non motorisée assurent un maillage du territoire départemental et le lien avec les Départements et Régions voisins, permettant une connexion aux réseaux européens d'itinérance douce.

■ **Animation de groupes de travail** : V82, REA, Chemins de Saint-Jacques avec nos premiers partenaires Offices de Tourisme / Centrale de Réservation AGTG et représentants des filières randonnée (pédestre, vélo, équestre) pour développer la mise en tourisme : qualification de l'offre, mise en production, observation économique, promotion, communication.

Des spécificités :

■ **Véloroute Vallée de la Baïse V82** : animation du Comité d'Itinéraire avec les départements du 47 et du 65 ; poursuite de la qualification de l'offre et des services avec le label Accueil Vélo.

Coordination d'actions de promotion-communication.

■ **Route Européenne d'Artagnan** : valorisation de la boucle Gers avec pour objectif le montage de produits ; qualification des hébergements concernés par ces produits de randonnée itinérants,

■ **Chemins de Saint-Jacques** : en partenariat avec l'ACIR, le suivi des Plans de Gestion et en 2021 une attention particulière à la communication des animations que vont marquer l'année jubilaire ; enquête de clientèle (cf p 18),

■ **Baïse navigable** : animation du Club Baïse en lien étroit avec le Comité d'Itinéraire de la Véloroute.

Coordination d'actions de promotion-communication.

■ **Vélo et tourisme** : en partenariat avec les services techniques du Conseil Départemental du Gers, le CODEP32,

■ **Poursuite du développement de l'itinérance** avec l'usage du VAE, VTTAE, le maillage de stations vélo sur les territoires : avec le PETR Pays Portes de Gascogne et la marque «Vélo de Pays» à vocation départementale, les acteurs du territoire (offre tourisme et culture), développement, mise en réseau avec le PETR Pays d'Armagnac et les acteurs du territoire, les Communautés de Communes...

■ Groupe de travail «vélo» :

1 à 2 rencontres annuelles : instance de partage d'expériences, de mise en réseau des acteurs gersois concernés par l'itinérance vélo.



■ Label Accueil vélo :

- repérage des prestataires répondant aux critères du label en partenariat avec les Offices de Tourisme situés le long de la V82 dans un premier temps,
- sensibilisation des prestataires (newsletters, mails, téléphone, visites...).

Loisirs nature : en déclinaison du Plan Départemental Sport Nature, montée en puissance de l'offre et meilleure lisibilité (sur les outils de diffusion de la Destination Gers et du CRTL Occitanie notamment).

Partenariat avec les filières et professionnels du sport nature et avec les territoires, lieux de pratique...



Aider les prestataires touristiques gersois dans la qualification de l'offre

LES OUTILS



L'Oenotourisme

■ **Poursuite de la démarche** Bons Crus d'Artagnan® / Vignobles & Découvertes : **renouvellement de la candidature** auprès d'Atout France et du CSO pour la poursuite de la démarche,

■ **Conforter la qualification et l'animation** par l'étude et la mise en œuvre d'un partenariat « temps travail » avec les filières viticoles (en lien avec le projet de Maison des Vins et de l'Armagnac à Eauze),

■ **Poursuite des animations** par appellation (dimension interdépartementale et interrégionale avec nos partenaires des départements 47, 40, 64, 65, 64),

■ **Suivi des travaux** engagés par le CRTL Occitanie pour la valorisation des vignobles du Sud-Ouest.

La Gastronomie

En lien direct avec l'oenotourisme, valorisation des productions agro-alimentaire, actions de qualification des établissements de restauration (réseau Tables du Gers®, Bistrots et Terrasses du Gers®) partenariat Chambre d'Agriculture, Bienvenue à la Ferme, Accueil Paysan, CCI32, UMIH32...

L'innovation numérique

En lien avec les Offices de Tourisme et les filières, poursuivre l'accompagnement de tous les acteurs dans l'amélioration et l'innovation de leurs outils.

Les autres actions de qualification de l'offre

■ **Classement des meublés de tourisme** : poursuite des visites de classement, renouvellement de l'agrément de classement,

■ **Poursuite de la qualification des hébergements** en partenariat avec les filières hébergements (réseau Hébergers en partenariat avec la CCI32),

■ **Qualification des territoires** : sensibilisation aux labels Cittaslow, Pavillon Bleu, Plus Beaux Villages de France, Stations Vertes, Stations Pêche...,

■ **Thermalisme, remise en forme** : suivi, assistance technique à la qualification des acteurs, communication et promotion autour des 3 stations en lien avec le Slow Tourisme,

■ **Patrimoine bâti et culturel** : pour une offre à l'année et à destination des publics gersois et touristes : suivi, assistance technique à la qualification des acteurs,

■ **Artisanat d'Art**, avec la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, poursuite des actions de valorisation, de nouveaux lieux de vitrine et de vente.

L'accompagnement des Porteurs de Projets

Le CDT poursuit cette mission d'accueil des porteurs de projets en lien avec les partenaires territoriaux et filières, CAUE, CCI, Gers Développement, CRTL Occitanie...



+ infos sur le site pro du CDT :
<https://www.pro.tourisme-gers.com/je-deviens-acteur-des-marques-du-cd>
<https://www.pro.tourisme-gers.com/porteur-de-projet>

Valoriser l'écoute client et l'Observatoire Économique

LES ACTIONS



En partenariat avec le CRTL Occitanie animant le réseau d'observation régional, le CDT développe son programme d'actions en partenariat avec les territoires et filières concernés.

En complément de la reconduite des actions engagées en 2020, **la mise en œuvre de nouveaux outils de mesure** sont à l'ordre du jour pour être toujours plus efficace :

■ AirDNA

Ce nouvel outil (des premiers résultats disponibles sur l'année 2020) va nous permettre d'analyser les offres disponibles sur les plateformes Airbnb et VRBO (anciennement Homeaway). Nous aurons la possibilité d'avoir des données concernant les offres disponibles, réservées... et ainsi de mieux connaître et mesurer cette offre qui est de plus en plus importante, même dans nos territoires ruraux et qui doit être prise en compte.

■ Fairquest

Cet outil permet d'observer, gérer et valoriser les avis clients sur une quinzaine de sites d'avis. Il va compléter les actions menées dans le domaine de la qualité (suivi de l'offre, attentes clients, animation des prestataires).

■ Enquête de satisfaction Baïse

En partenariat avec les acteurs gersois, du Lot-et-Garonne et du Club Baïse, évolution du dispositif d'enquête avec la mise en place d'un questionnaire auto-administré en ligne grâce à un QRCode. Cela sera rendu possible grâce à l'outil Sphinx utilisé pour la conjoncture.

■ Etude clientèle Chemins de Saint-Jacques

Cette étude portée par l'ACIR a pour but de mieux connaître les profils, les pratiques (des itinérants et des visiteurs) et de mesurer les retombées économiques des chemins de Saint-Jacques. Des résultats « Gers » sont prévus dans le traitement de l'enquête.

■ Outil Comptage Destination Gers

Mise en place de bilan personnalisé pour les Offices de Tourisme pour les aider à mieux exploiter leurs données et les valoriser.

Poursuite des actions :

■ **Analyse des flux**, poursuite du contrat CRTL / Orange FluxVision Tourisme et exploitation des données de niveau départemental et infra départemental (Armagnac, Lomagne, Arrats et Save, Auch et son Pays, Astarac et Val d'Adour). Analyse des données des résidents et des excursionnistes sur l'année 2020, prévue en 2021.

■ **Suivi de l'activité** (conjoncture, bilan annuel) avec la valorisation des données issues de l'outil de comptage / GRC Destination Gers,

■ **Évaluation des performances des outils numériques** (sites web, réseaux sociaux, web service...),

■ **Partenariat avec l'observatoire régional du tourisme CRTL** dans le cadre de la mutualisation de dispositifs et travaux (Flux Vision Tourisme, conjoncture, Club des Indicateurs...); participation aux rencontres du réseau régional d'observation,

■ **Assistance technique**, réponse aux demandes personnalisées des acteurs du tourisme gersois, bureaux d'étude, étudiants, enquêtes de clientèle, satisfaction sur évènementiel, fréquentation d'un site...,

■ **Traitement et valorisation des données d'observation** par Territoire / Pays PETR / OT, par thématique : tourisme jacquaire, évènementiel ; par la réalisation de **Tableaux de bord** de suivi de l'offre ou la mise à disposition de **fiches marchés** pour les prospects,

■ **Veille et analyse comparative**,

■ **Diffusion de l'information** « multicanal » (@ctuGers, accès pro, blog pro, Facebook pro, Twitter...).

Gouvernance : partenariat CDT / OT Le Relais Territorial

LES ACTIONS



■ Pour donner une suite rapide aux réactions des professionnels interrogés sur ce «qui fait quoi ?» dans le cadre des travaux du **5^{ème} Schéma de Destination Touristique**, dans un souci de réactivité et d'efficacité, des **premières actions seront proposées** (suite au séminaire de travail Conseil Départemental du Gers / CDT / Offices de Tourisme animé par Luc Mazuel en décembre 2020).

■ **La mission d'animation et de suivi du Relais Territorial** se poursuit en lien avec l'ensemble des partenaires territoriaux (Communautés de Communes, Offices de Tourisme, Communauté d'Agglomération, Mairies, PETR, SCoT...) et régionaux CRTL Occitanie...

Objectif : renforcer les liens et les synergies indispensables pour la mise en œuvre de la stratégie tourisme de la Destination Gers.

>> Conforter les stratégies d'accueil sur les Territoires notamment avec les habitants, l'accompagnement des prestataires, la mise en tourisme des offres touristiques des territoires...

■ Mais également **poursuite des missions** :

- représentation et animation du Réseau en lien avec les orientations des instances régionales et nationales (CRTL Occitanie, ADN Tourisme...),
- appui technique à la structuration des Offices de Tourisme (classement des Office de Tourisme, Marque Qualité Tourisme, regroupement / fusion / mutualisation des structures, redéploiement des espaces accueil SADI, PiLOT@...),
- accompagnement des collectivités à la structuration de leur Office de Tourisme et expertise de stratégie de territoire en cohérence avec les enjeux de la Destination Gers,
- déclinaison des Schémas de Développement Touristiques Locaux et plans d'actions,
- accompagnement à la qualification des acteurs du Territoire / programme de formation CRTL Occitanie, Eductours, Rencontres du Tourisme...).

■ **Réflexion autour des nouveaux enjeux sur les espaces d'accueil** - Office de Tourisme - Tiers lieux demain dans le Gers : s'engager vers ... des OT « espace alternatif » ? :

- un lieu de services et un lieu physique de vie : où l'on peut se connecter, se brancher et recharger, se poser, s'installer, s'informer, rencontrer, partager, découvrir et prendre le temps,
- des publics accueillis dans un lieu commun : habitants, voyageurs de loisirs et d'affaires, nouveaux arrivants, associations, travailleurs nomades...,
- des métiers et compétences transversales :
 - Tiers-lieux : métier de facilitateur, créateur de lien, accueil, animation et médiation entrepreneuriale, développement territorial...
 - Offices de Tourisme : métiers de conseil, facilitateur des professionnels, accompagnement de porteurs de projets touristiques, développement territorial...



L'équipe du CDT Destination Gers



Philippe Martin
Président

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



José-Louis Pereira
Directeur

Direction - Administration Service Facturation

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



Fiona Nisoli
Accueil & Facturation
info@tourisme-gers.com
compta@tourisme-gers.com
+33 (0)5 62 05 95 95



Pôle Développement



Thierry Blanchard
Manager du pôle
Etudes & Ingénierie
developpement@tourisme-gers.com
+33 (0)5 62 05 87 38 (ligne directe)



Céline Bax
Responsable Data Center
centredoc@tourisme-gers.com
+33 (0)5 62 05 95 95 (taper 3)



Emmanuelle Boyé-Capdet
Responsable Qualification & Animation
des Territoires / Itinérance et Activités
de Pleine Nature - Suppléante Meublés
territoires@tourisme-gers.com
+33 (0)5 62 05 87 39 (ligne directe)



Isabelle Cardouat
Responsable Qualité & Clubs de
prestataires / Référente Meublés
amenagement@tourisme-gers.com
+33 (0)5 62 05 95 95 (taper 2)



Aurélie Villain
Chargée d'Études & des données touristiques
obseco1@tourisme-gers.com
+33 (0)5 62 05 95 95 (taper 2)

Pôle Marketing

Raphaëlle Lequai
Responsable du Pôle
Responsable Presse & Communication
communication@tourisme-gers.com
+33 (0)5 62 05 87 37 (ligne directe)



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



Rémi Dehan-Santré
Community Manager
promotion1@tourisme-gers.com
+33 (0)5 62 05 95 95 (taper 1)



Fiona Nisoli
Valorisation des Acteurs Touristiques
promotion@tourisme-gers.com
+33 (0)5 62 05 95 95



Plan d'actions 2021

Destination Gers

Soyez 100% Gers

Suivez l'esprit @Gers sur les réseaux



A chacun son #tourismegers



Vivez et partagez des expériences 100% Gers



CDT DESTINATION GERS
3, boulevard de Roquelaure - BP 50106
32002 Auch Cédex

Tél. +33(0)5 62 05 95 95
info@tourisme-gers.com
www.tourisme-gers.com
site pro : www.pro.tourisme-gers.com
site groupe : www.groupes-tourisme-gers.com
site presse : www.presse.tourisme-gers.com