

Destination Gers

Accompagner, développer, qualifier les Entreprises et les Territoires

Accompagner, développer, porter sur les marchés la Destination et les Entreprises



RAPPORT D'ACTIVITÉS 2019



Le rapport d'activités du CDT Destination Gers

Le rapport d'activités du CDT Destination Gers s'articule autour de **4 enjeux** et a permis de :

- répondre à chacune de nos cibles sur les bassins émetteurs prioritaires pour le développement de l'activité du tourisme du Gers,
- accompagner les Territoires et les Entreprises Touristiques à la culture d'un tourisme qualitatif, innovant, co-construit et conquérant,
- porter sur les marchés la Destination, les Territoires et les Entreprises.

La Stratégie Marketing - Chiffres Clés

p 3-5

Enjeu 1 : qualifier et accompagner les acteurs du Tourisme Gersois

- **dynamique du Slowtourisme durable / le contrat SPÔTT** p 6
- **le relais territorial, interface des Territoires :** p 7-8
 - animation du Comité Territorial - Réunions thématiques territoriales,
 - accompagnement des Collectivités / Offices de Tourisme et ses outils,
 - poursuite des actions opérationnelles.
- **la qualification par les démarches nationales :** p 9-11
 - label Cittaslow, label Plus Beaux Villages de France, label Accueil Vélo, Label Stations Vertes / Stations Pêche,
 - classement des meublés, label Tourisme & Handicap, Qualité Tourisme
 - label Pavillon Bleu, autres Démarches Qualité,
 - les actions complémentaires - suivi de projets de qualification.
- **les outils au service des Entreprises Touristiques et des Territoires :** p 12-14
 - la base de données départementale Agit 32 / L'espace Services / Site Pro / gestion / divers.

Enjeu 2 : structurer l'offre autour d'une stratégie affinitaire Clubs Marque

- pourquoi une stratégie affinitaire Clubs Marque ? p 16
- pourquoi être acteur de Club Marque ? p 17
- quelques exemples d'actions autour des Clubs Marque p 18-19

Enjeu 3 : promouvoir la Destination Gers, asseoir sa notoriété auprès de ses diverses cibles

p 20

- **cible Grand Public :**
 - les outils :
 - la plateforme départementale / centre de ressources - l'informathèque, p 22-26
 - la boutique So Gers / les réseaux sociaux, p 27-29
 - les newsletters e-marketing, p 30
 - les expériences / les portraits p 31
 - les éditions Print, p 32
 - les insertions publicitaires, publi-rédactionnels p 33-34
 - les outils de communication : création interne, coordination de projets) p 36
 - les actions et campagne de communication :
 - les salons (France - Espagne) p 37
 - l'évènementiel national & Gersois p 44-50
 - les opérations de séduction / campagne de séduction. p 51-52
- **cible Influenceurs :**
 - les outils de communication dédiés :
 - les dossiers de presse, newsletters, espace presse p 53
 - les opérations de séduction :
 - les workshops, accueil de presse p 54-55
- **cible TO / Voyageurs / Professionnels Gersois :**
 - les éductours, les pré-tours p 56
 - le site pour l'accueil de groupes / salon, rencontres professionnelles p 57
 - la newsletter Gers tour/ les rendez-vous pros p 58

Enjeu 4 : observer, connaître sa clientèle, des outils d'observation & d'analyse

- le suivi de l'activité touristique, p 60 - 61
- le suivi de la demande / enquête satisfaction / études, p 62
- l'outil comptage - GRC Destination Gers / l'analyse de la performance des outils numériques. p 63



La stratégie marketing Les chiffres clés

CHIFFRES CLÉS

- **1 700 000 visiteurs**
 - 1 100 000 touristes
 - 600 000 excursionnistes
- **292 000 000 € CA**
 - 260 000 000 € touristes
 - 32 000 000 € excursionnistes
- **Le thermalisme** : 11% du poids économique du tourisme gersois
- **L'événementiel gersois** : 11% du chiffre d'affaires du tourisme gersois

- **Capacité d'accueil** : 74 900 lits
 - 39% d'hébergement marchand
 - 61% d'hébergement non marchand

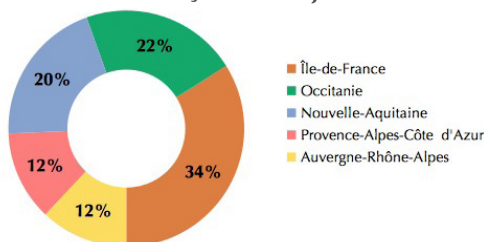
- **7 % PIB**
- **7 700 000 nuitées**

- **E-tourisme** : www.tourisme-gers.com
 - 850 000 visites
 - 6 400 000 pages vues

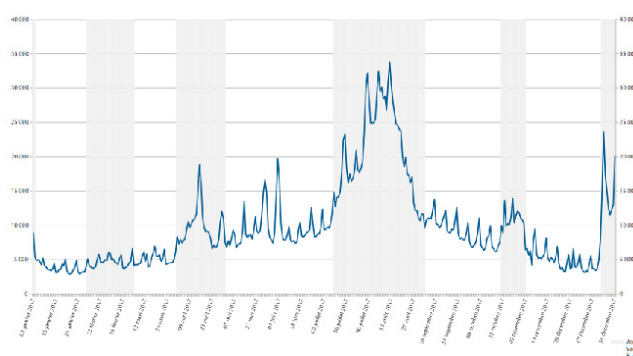
- **Emplois** : 1 416 emplois salariés liés au tourisme

CONNAÎTRE SA CLIENTÈLE

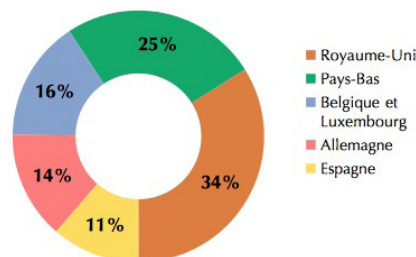
- **Fréquentation** :
 - événementiel : 720 000 visiteurs / 375 000 entrées payantes
 - thermalisme : 17 000 curistes / 5 100 accompagnants
470 000 nuitées / 52 295 prestations bien-être
 - patrimoine : 555 000 visiteurs (dans les sites, musées, jardins, monuments gersois)
 - baignade : 460 000 entrées (en juillet/Août)
 - réseau oenotourisme : 140 000 visiteurs
 - offices de tourisme : 88 000 demandes d'informations au comptoir.
- **7% de la clientèle touristique en camping-car**
- **75% clientèle française en séjour** dont 45% de proximité



Une fréquentation annualisée



25% clientèle étrangère en séjour



Absent dans le top 5 des nuitées « touristes », le département de la Haute-Garonne représente 55 % des nuitées « habituellement présents ».

Les 5 principaux pays émetteurs des touristes étrangers représentent **62%** des origines étrangères.

- Diverses **opérations de conquête et de séduction** sont mises en oeuvre toute l'année pour séduire et fidéliser la cible grand public segmentée, la presse, les organisateurs de voyages. Dans la stratégie de séduction et de fidélisation figurent le numérique et le e-marketing.

Marchés France et ses régions



Marchés Europe

Avec ses partenaires du Comité Régional du Tourisme Occitanie, d'Atout France, des départements voisins, des filières départementales..., le CDT du Gers est présent de façon significative auprès de certains marchés européens : *Allemagne, Belgique, Espagne, Italie, Pays-Bas, Royaume-Uni.*

Marchés Monde

Avec ses partenaires régionaux, nationaux et certaines filières départementales, le CDT est amené à développer des relations presse et numériques auprès de Destinations plus lointaines (Chine, Etats-Unis).





La stratégie marketing Les chiffres clés

SES 6 TERRITOIRES D'ACCUEIL TOURISTIQUE

Le dynamisme des Territoires

SON IDENTITÉ ENTRE CONNIVENCE ET CONVIVANCE

Une marque Territoriale

Gers, cœur de Gascogne et du Sud-Ouest®



Une signature Promesse Client

Gers, le complice des Jours Heureux®

SON POSITIONNEMENT AUTOUR DE 4 VALEURS

- **Gers**, terre d'équilibre entre l'homme et la nature
- **Gers**, terre de gourmandise
- **Gers**, terre de rencontre et d'échanges
- **Gers**, terre d'aventure et d'histoire.

Les Termes qui définissent le Gers

=

Ses Points forts

Nature et Ruralité

- le calme
- la beauté des paysages
- la campagne
- la nature, le relief.

*Gers, terre d'équilibre
entre l'homme et la nature*

L'art du « Bien vivre »

- la gastronomie,
- l'accueil, la convivialité,
- la qualité de vie.

*Gers, terre de gourmandise
Gers, terre de rencontre
et d'échanges*

Le patrimoine bâti

- sa richesse, sa diversité,
- sa beauté,
- sa dimension historique.

*Gers, terre d'aventure
et d'histoire*

SES MARQUEURS DE TERRITOIRE

Le CDT Destination Gers développe depuis 2005 une stratégie de qualification, d'animation et de promotion de l'offre touristique départementale axée sur le **TOURISME AFFINITAIRE**. Elle découle des enquêtes de clientèle réalisées régulièrement qui donnent des informations sur le type de visiteurs et touristes accueillis dans le Gers. Les clients du Tourisme Gersois (grand public segmenté, presse-influenceurs, organisateurs de voyages) sont séduits par des opérations spécifiques et une offre organisée et adaptée à leurs besoins.

Une série de marqueurs territoriaux réunit l'offre qualifiée en matière de Slow Tourisme, d'oenotourisme, de tourisme en famille, de tourisme trend et friendly :



La clientèle Familiale avec le Petit d'Artagnan®

Le prestataire propose des activités, aménagements accessibles aux enfants de 0 à 12 ans.



La clientèle Éco-touristique, slow tourisme avec TerraGers®

Le prestataire exerce son activité dans le respect des principes du développement durable (certification bio, circuits courts, labels et marques de qualité spécialisés).



La clientèle Tendance & Friendly avec Gersfriendly®

Le prestataire accueille la clientèle dans le respect des valeurs de tolérance et d'ouverture à l'autre. Le Gers pour tous, accueillant, tendance et innovant, qui aime les sorties, le shopping, les lieux décalés. Le Gers est aussi Gayfriendly : la Destination l'affirme et l'affiche.



La clientèle Oenotourisme avec Les Bons Crus d'Artagnan®

Le prestataire propose une offre dans le domaine viti-vinicole. Depuis 2014, les Bons Crus d'Artagnan® sont reconnus au niveau national et sont labellisés Vignobles&Découvertes.

Destination Gers

Enjeu 1 :
qualifier et accompagner les acteurs du Tourisme Gersois





Enjeu 1- Qualifier et accompagner les Territoires et les acteurs du Tourisme Gersois



Le Relais Territorial, interface des Territoires

ANIMATION DES TERRITOIRES

Rappel des objectifs

Le CDT Destination Gers assure aujourd'hui la mission d'animation et de coordination des Territoires du Gers en tant que **Relais Territorial départemental**. Notre organisme est le vis à vis du CRT Occitanie, Relais Territorial Régional et de la Fédération Nationale Offices de Tourisme de France®. Cette organisation départementale permet **d'accompagner les Territoires dans la définition de leur stratégie et de leur organisation touristique, au sein de la Destination Gers**.

Être plus performant, décupler nos prestations de services, notre expertise afin d'offrir une meilleure lisibilité et clarté de nos missions pour les acteurs touristiques du département.

L'année en bref :

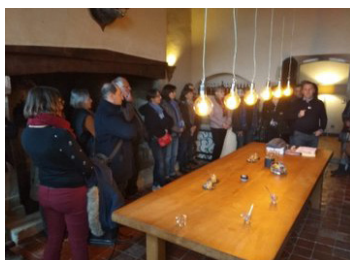
14 opérations - 45 rendez-vous

- **15 interventions auprès des Communautés de Communes et PETR** (conseils et accompagnement à la structuration et la mise en tourisme des territoires) :
 - la Communauté de Communes Gascogne Toulousaine (5) : mise en place de l'OT EPIC + intégration Codir,
 - le Savès (6) : accompagnement à l'OT EPIC,
 - Astarac Arros en Gascogne (2) : murs en damiers,
 - OT Bastides de Lomagne (2) : plan d'actions.
- **2 rendez-vous d'appui à la mise en adéquation des Plans d'actions / Schémas de Développement Locaux** auprès de 2 Offices de Tourisme / service tourisme Communautés et Communes,
- **5 accompagnements OT Qualité Tourisme™** - OT Coeur Sud-Ouest (5 Rdv) ; OT Grand Armagnac (4 Rdv) ; OT Nogaro (1 Rdv) ; OT Ténarèze (1 Rdv) ; OT Grand Auch (2 Rdv),
- **Séminaire régional Démarche Qualité** - Perpignan le 12 mars + 2 jours Formation Démarche Qualité mode processus
- **5 rendez-vous de suivi pour le CRT Occitanie** : 17 janv - 6&7 juin – journée qualité webinaire 10 sept / commission OT Albi / Assises Sports de Pleine Nature – Millau 2&3 dec,
- **3 réunions de suivi** pour la mise en œuvre du Plan de Formation Régional des Offices de Tourisme,
- **1 Comité Territorial** le 13 juin au Véloscope de l'Isle-Jourdain qui a enclenché des ateliers de travail thématique sur l'Itinérance douce autour du Vélo /VAE.

Le Relais Territorial accompagne et déploie toute l'ingénierie du CDT Destination Gers sur l'ensemble des partenaires territoriaux (PETR, Communautés de Communes et leur Offices de Tourisme, Communauté d'Agglomération, Mairies, SCoT...) afin de renforcer le lien et les synergies indispensables pour que la Destination Gers reste une Destination de Campagne Vivante reconnue par la clientèle, dans un contexte concurrentiel de plus en plus vif.

Cette ingénierie est formalisée dans un Cahier de Prestations et des outils d'études et d'analyse via l'accès pro www.pro.tourisme-gers.com (qualification, stratégie marketing, accompagnement numérique, communication...).

- **2 RDV Pro des Territoires (Mirande-Eauze / Gimont)** : organisation de rencontres avec les acteurs du tourisme gersois au coeur des Territoires pour une 1/2 journée d'échanges sur le thème « Mieux connaître sa clientèle pour mieux adapter son offre » - Plus d'une cinquantaine d'acteurs présents sur 2 jours,
- **1 réunion de suivi Plan Climat Energie du PETR Armagnac**,
- **2 Présences du CDT** auprès du Forum Départemental des Clubs des Aînés Ruraux,
- **4 Assemblées Générales d'Offices de Tourisme**,
- **Les Rencontres du Tourisme Gersois** « Tourisme & Culture(s), acteurs du campagne vivante toute l'année » le 12 avril 2019 à Condom. Organisées en partenariat avec l'OT de la Ténarèze et la commune de Condom ; ce sont pas moins de 240 participants qui ont assisté aux échanges assurés par 25 intervenants,
- **2 Eductours Départementaux** :
 - « Entre campagne, ville et modernisme en Gascogne Toulousaine » - TerraGers - 59 participants,
 - « Eductour d'automne Oenotourisme – Le Monastère de St Mont » - 46 participants.
- **1 Événement** «ré-ouverture du Musée des Amériques_ Auch et les grands travaux du cœur de ville ! » avec 64 participants,
- **1 Formation Accueil des Saisonniers « So Gers »** à l'Office de Tourisme de la Ténarèze le 28 juin : 25 participants.





Rappel des objectifs

Le contrat SPÔTT a conforté la dynamique engagée en faveur du tourisme durable, du Slow Tourisme, facteurs d'attractivité de la Destination Gers.

Poursuite des actions engagées autour d'un grand axe de développement :

>> **L'itinérance douce** (*Chemins de Saint-Jacques, Vallée de la Baïse, Route Européenne d'Artagnan, Voie Verte de l'Armagnac*).

- Le maillage progressif du territoire gersois avec une offre de stations de location de vélos à assistance électriques (VAE), d'itinéraires dédiés élaborés par un binôme local Office de Tourisme / association locale cyclotouristes (à l'instar de l'initiative engagée en Pays Portes de Gascogne, territoire pilote).

- La poursuite des aménagements de la véloroute Baïse V82, inscrite au schéma national des véloroutes et voies vertes permettra à terme une connexion en Hautes-Pyrénées avec la véloroute du Piémont Pyrénéen V81.

Dans le prolongement du Club Baïse, mise en place d'un comité d'itinéraire animé par le CDT avec les partenaires des 3 Départements Lot-et-Garonne, Hautes-Pyrénées et Gers pour la gouvernance de la V82.

L'année en bref :

8 opérations - 13 rendez-vous

Le suivi des actions liées à l'itinérance douce, aux loisirs, sports nature :

- **4 réunions de suivi sur la thématique Itinérance douce** - déploiement de parcours VAE avec les Territoires et PETR. Assistance technique en particulier auprès du PETR Pays Portes de Gascogne et de la CC Astarac Arros en Gascogne. Réflexion sur l'évolution de la marque Vélo de Pays à l'échelle départementale,

- **2 ateliers de travail thématique sur l'itinérance douce autour du Vélo / VAE,**

- **Présence du CDT** auprès du Forum Départemental du Cyclotourisme le 23 mars.

Les loisirs Sports Nature :

Participation aux travaux préparatoire des services du Conseil Départemental concernant la mise en œuvre d'un plan départemental Sports Nature et participation à la CDESI.



Le Tourisme fluvestre :

- **Mise en place et réunion du premier Comité d'Itinéraire de la Véloroute Vallée de la Baïse V82 :**

- instance inter-régionale animée par le CDT le jeudi 27 juin 2019.

- animation d'un comité Communication Vallée de la Baïse V82 :

- Rencontre avec l'ADT47, l'OT de la Ténarèze et l'OT de l'Albret pour évoquer la mise en communication du premier tronçon finalisé.

- Réalisation d'un descriptif commun pour valorisation de l'itinéraire sur nos outils numériques respectifs.

- **Rencontre du Club Baïse** (interdépartemental 32/47) pour le suivi de l'activité tourisme fluvial. Ces deux rencontres seront à partir de 2020 regroupées le même jour avec une fréquence annuelle.

- **Mutualisation des actions «fluvestre»** avec la mise en place de groupes de travail promotion communication, observation économique, aménagement (à charge de chaque Département pour l'aménagement de la V82).

- **Participation aux rencontres des Comités d'Itinéraire France à Angers** (25 septembre).





La qualification par les démarches nationales

Rappel des objectifs

Améliorer la qualité de l'offre touristique

La qualité des prestations est une des principales motivations d'achat de la clientèle touristique nationale et internationale. Renforcer et améliorer la qualité de l'offre touristique constitue un élément fort pour développer l'attractivité et garantir la compétitivité de la Destination Gers. Le CDT accueille et assure une assistance technique auprès des porteurs de projets.

L'année en bref :

- 3 nouvelles labellisations Cittaslow et Plus Beaux Villages de France / 50 meublés classés
- 3 nouvelles labellisations Tourisme&Handicaps / Obtention du 1er label pavillon Bleu



LABEL CITTASLOW

Cittaslow (de l'italien città « cité », « ville » et de l'anglais slow « lent(e) »), aussi appelé « Réseau international des villes du bien vivre », est une communauté de villes qui s'engagent à ralentir le rythme de vie de leurs citoyens. Ce mouvement d'urbanisme s'inscrit dans les mouvements de la décroissance économique et du nouvel urbanisme.

- La sensibilisation et l'accompagnement des communes ont permis la **labellisation de 2 communes supplémentaires**, ce qui porte à 4 le nombre de communes labellisées aujourd'hui : Mirande, Simorre, Samatan, Cazaubon.



LABEL PLUS BEAUX VILLAGES DE FRANCE

« Les Plus Beaux Villages de France » est une association française créée en 1982 afin de promouvoir les arguments touristiques de petites communes rurales riches d'un patrimoine de qualité.

- La sensibilisation et l'accompagnement des communes ont permis la **labellisation d'1 commune supplémentaire**, ce qui porte à 6 le nombre de communes labellisées aujourd'hui : Fourcès, La Romieu, Larressingle, Lavardens, Montréal du Gers, Sarrant.



LABEL ACCUEIL VÉLO

Ce label permet aux touristes à vélo d'identifier les établissements et les lieux adaptés à la pratique du vélo, et ainsi de bénéficier d'un accueil et de services appropriés.

- Le CDT est devenu le pilote et animateur territorial de la marque Accueil Vélo pour déployer le dispositif sur la véloroute de la Baïse V82.

Un partenariat a été établi entre le CDT Destination Gers et l'ADT du Lot-et-Garonne pour sensibiliser les prestataires situés le long de l'itinéraire avec l'assistance des OT de la Ténarèze et d'Albret.



LABEL STATIONS VERTES

Une Station Verte est un territoire d'accueil au cœur des terroirs, reconnu au niveau national comme une Station organisée proposant des séjours porteurs de sens, en faveur d'un tourisme nature, authentique, humain et respectueux de l'environnement.

- 1 RDV Saves / Grand Armagnac
- Poursuite du suivi du référentiel « tourisme durable » Stations Pêche de la Fédération des Stations Vertes avec l'accompagnement des communes Stations Vertes et leur Office de Tourisme référent.
- Participation aux Conseils d'Administration, commissions promotion-communication ainsi qu'au Congrès annuel.



CLASSEMENT DES MEUBLÉS DE TOURISME

Les meublés classés sont des locations de vacances ayant été visitées afin d'obtenir un classement en étoiles qui correspond à différents niveaux de confort.

- Agrément renouvelé en octobre 2016.
- Poursuite de la mission de classement : **50 meublés classés** en 2019



La qualification par les démarches nationales



LABEL TOURISME & HANDICAPS

Le label Tourisme & Handicaps a pour objectif d'apporter une information fiable, descriptive et objective de l'accessibilité des sites et équipements touristiques en tenant compte de tous les types de handicaps et de développer une offre touristique adaptée et intégrée à l'offre généraliste.

C'est une réponse à la demande des personnes en situation de handicap qui veulent pouvoir choisir leurs vacances et leurs loisirs en toute liberté. Il apporte la garantie d'un accueil efficace et adapté aux besoins indispensables des personnes handicapées.

- accompagnement personnalisé des candidats au label (sensibilisation, visites, préconisations, montage de dossier de demandes de labellisation, passage en commission d'attribution du label) : **10 prestataires touristiques accompagnés en 2019.**
- suivi de la procédure de labellisation nationale : outil de gestion GMTH (Gestion de la marque Tourisme et Handicaps) commission régionale et commission mutualisée Occitanie.
- participation à la mise en place de la nouvelle commission interdépartementale d'attribution du label qui regroupe les départements du Gers, Haute-Garonne, Tarn-et-Garonne, Hautes-Pyrénées, Ariège, Tarn avec 1 première réunion à la fin de l'année 2019.
- **3** labellisations dont 2 nouveaux équipements dont un tronçon de la voie verte.



QUALITÉ TOURISME

Le label Qualité Tourisme Sud de France piloté par la région Occitanie est reconnu au niveau national par le plan Qualité Tourisme, qui fédère sous un même symbole, les démarches qualité engagées pour la satisfaction des clients. D'abord développée dans la partie Ex-Languedoc, elle est aujourd'hui mise en oeuvre dans la zone Ex-Midi-Pyrénées.

- en partenariat avec la Région Occitanie et l'Agence Régionale de Développement Economique (AD'OCC), le CDT poursuit ses actions de sensibilisation et d'information pour développer la marque dans le Gers.
- 2 ateliers ont permis à 20 acteurs du tourisme de profiter d'un accompagnement vers la démarche de qualité.
- participation au groupe de travail pour la mise en oeuvre d'un référentiel pour l'intégration des caveaux dans la démarche (1 réunion).



LABEL PAVILLON BLEU

Le Pavillon Bleu est un label à forte connotation touristique, symbole d'une qualité environnementale exemplaire. Créé par Teragir en 1985, le Pavillon Bleu valorise chaque année les communes et les ports de plaisance qui mènent de façon permanente une politique de développement touristique durable.

- grâce à la sensibilisation du CDT, en partenariat avec le CRT Occitanie, le 1er label Pavillon Bleu a été décerné à la base de loisirs de Castéra-Verduzan.

AUTRES DÉMARCHES QUALITÉ :

Tables du Gers® :

- 1 diagnostic réalisé en partenariat avec la CCI : participation au comité de pilotage annuel

Hébergers® :

- participation au comité de pilotage annuel

Bistrotts et Terrasses® :

- visite d'établissements (4) et comité de sélection (1)

les tables du gers





La qualification par les démarches nationales

L'année en bref :

- 20 demandes d'information sur la Taxe de séjour,
- 2 696 approbations des demandes de modification ou de création des OI dans le domaine locatif,
- 17 suivi de projets, d'accompagnement,
- 20 rendez-vous concernant des projets d'installation dans le Gers.

ACTIONS COMPLÉMENTAIRES

• Taxe de séjour :

- réalisation de l'analyse annuelle de l'application de la taxe dans le Gers,
- rencontre avec les secrétaires de mairie, de la Communauté de Communes Bastides de Lomagne concernant les principes de la taxe de séjour,
- réponse aux demandes d'informations (20 demandes en 2019).

• Base de données Agit 32 :

- 2696 approbations des demandes de modification ou de création des OI dans le domaine locatif,
- mise à jour des Démarches Qualité et classement Atout France.

SUIVI DE PROJETS DE QUALIFICATION DE L'OFFRE SUR LES TERRITOIRES

• Culture et patrimoine :

- Sarrant : projet Microfolies : participation aux rencontres de préfiguration et montage du projet.
- Chemins de Saint-Jacques : suivi des actions de qualification : plans de gestion des sites Unesco, plus particulièrement sur la Romieu et Pont de Lartigue (partenariat Sous-Préfecture de Condom et ACIR).
- Sainte-Christie d'Armagnac : participation auprès de la commune aux travaux d'étude de valorisation du site du Castet.
- Simorre : participation auprès de la commune aux travaux d'étude de valorisation du Musée d'Emile.
- Participation à la commission Tourisme et sécurité organisée par la Préfecture du Gers
- Chambre des Métiers : travaux engagés en fin d'année afin de qualifier et valoriser l'offre artisanat d'art (et autres savoir-faire).

• Accompagnement des collectivités :

- Lagrault du Gers : participation auprès de la commune à la réflexion sur la revitalisation du site Azureva,
- PNR Astarac : suivi et participation aux travaux d'étude en cours,
- SCoT de Gascogne : suivi, participation, contribution aux travaux d'écriture du SCoT.

• Grands Sites Occitanie :

- participation aux comités techniques, de pilotage des 3 Grands Sites Occitanie gersois,
- participation à la réunion d'information relative à la communication autour des Grands Sites Occitanie,
- contribution / partage d'éléments de communication.

• Suivi de projets privés :

- projet hôtelier sur Eauze,
- projet écotourisme sur l'Isle-Bouzon,
- projet de développement Abbaye de Boulaur,
- participation aux comités de pilotage des formations actions ADEPFO (Lamis Sarrant, Boulaur, Domaine Escapa, Château Projan...).

CDT Gers (Pro) @CDTLgers · 18 juin 2019

Le CDT #Destination #Gers participe au Comité Technique du Grand Site
@Occitanie #Armagnac Abbaye et Cités à Condom @tourismecondom
@LeGers32 #actions #développement

• Accueil des porteurs de projets :

- rendez-vous au CDT ou rendez-vous téléphoniques : 20 projets d'installation dans le Gers.

- **Participation au premier café création tourisme** organisé par la Banque du Tourisme Crédit Agricole Pyrénées Gascogne au Château Bellevue à Cazaubon (24 mai 2019) pour l'accueil de porteurs de projets.



Les outils au service des Entreprises Touristiques et des Territoires

LA BASE DE DONNÉES DÉPARTEMENTALE AGIT 3

Elle recense toute l'offre touristique de la Destination Gers (hébergements, manifestations, patrimoine, producteurs...), soit **16 940 Objets d'Informations (OI)**.

Le CDT et ses partenaires gèrent au quotidien l'offre pour assurer la fiabilité et la qualité de l'information garante de la performance des outils web alimentés par l'AGIT32. Les données sont partagées et diffusées sur les supports print et web du CDT, des OT mais aussi des partenaires régionaux et nationaux publics et privés (CRT, Fédération des Stations Vertes, Visorando...).

Le CDT Destination Gers adhère au projet national DATAtourisme / Open Data, piloté par la DGE et Tourisme & Territoires.

La Gestion des données :

- mise à jour des données du locatif labellisé : import des données et gestion du suivi (nouveau ou arrêt label, information aux contributeurs AGIT),
- création et gestion des comptes utilisateurs pour l'espace Services (mensuel),
- exports pour support print : exports ciblés sous excel et travail sur les tableaux pour correspondance avec les éditions print avant envoi à l'agence de communication,
- gestion des données (saisie, modification, suppression) :
 - gestion des flux de données pour la syndication / gestion de flux du domaine hébergement locatif : traitement spécifique personnalisé pour chaque site d'OT syndiqué,
 - gestion du tableau de suivi, envoi hebdomadaire aux contributeurs.

L'année en bref :

- Augmentation de 8% du nombre d'OI,
- 43 classifications (Tag) créées dans le thésaurus pour enrichir le référencement de données,
- 1 275 approbations pour le domaine « Produits Touristiques »,
- 100 « gestion » de panier locatif pour l'alimentation des sites web des Offices de Tourisme,
- Travail avec IGN rando : expertise sur les circuits de randonnées,
- 23 400 approbations traitées sur l'année,
- l'AGIT alimente près de 35 supports numériques et près de 10 supports print,
- 4 formations.

L'AGIT c'est : 16 940 Objets d'Information (OI) soit + 8 %

Patrimoine culturel :	1 302 OI	soit + 3,50%
Patrimoine naturel :	82 OI	soit - 1,20%
Activités sportives/culturelles	100 OI	soit + 25,00%
Loisirs	583 OI	soit + 1,04%
Dégustation	652 OI	soit + 2,68%
Restauration	397 OI	soit + 6,72%
Hôtellerie	65 OI	soit - 7,14%
Hôtellerie de plein air	102 OI	soit - 6,42%
Hébergement locatif	2 342 OI	soit - 2,13%
Hébergement d'accueil collectif	26 OI	soit =
Fêtes et manifestations	9 049 OI	soit + 13,11%
Organismes	1 693 OI	soit + 10,29%
Itinéraires touristiques	439 OI	soit + 9,20%
Produits touristiques	106 OI	soit - 11,67%

En chiffres :

L'AGIT c'est aussi **23 400 approbations** traitées sur l'année, soit un équivalent de 90 approbations par jour :

- 14 500 pour les Fêtes et Manifestations,
- 2700 pour le locatif,
- 6 200 pour les autres domaines,

soit -1% par rapport à 2018.



Les outils au service des Entreprises et des Territoires

«Open data/partage de données» :

- 1 convention avec le site collaboratif Mountpass, export de flux des itinéraires cyclo, VTT et VAE,
- dépôt de données sur l'Open Data du Département Gers : lacs, lieux de baignade, bornes de recharges voitures électriques, Offices de Tourisme et points de vue / tables d'orientation,
- 22 exports excel au Journal Le Carré : manifs de 3 Territoires (Astarac, Armagnac, Val d'Adour) pour alimenter le site web,
- 2 envois par an au Pays Portes de Gascogne pour leur édition print l'Arrosoir,
- envoi à la Dépêche pour leur guide de l'été : bases de loisirs, itinéraires + manifs de l'été,
- mise à disposition de nouveaux flux pour l'Office de Tourisme Coeur du Sud-Ouest pour la création de leur site web,
- mise à disposition de nouveaux flux pour l'Office de Tourisme Grand Auch Coeur de Gascogne pour la refonte de leur site web.

4 sessions de formation :

- 2 journées de sensibilisation des contributeurs RIT aux outils collaboratifs :
 - qualification de l'offre VAE ; découverte outil IGN ; qualification des données le 19/04,
 - qualification de la donnée « mariage », « groupes » ; optimisation de l'outil comptage le 11/10
- 1 formation de 3 personnes de la Communauté de Communes Astarac Arros en Gascogne le 14/06 outils collaboratifs (AGIT + Ajaris)
- 1 formation de 2 personnes de l'Hôtel Solenca le 5/09 : outils collaboratifs (AGIT + Ajaris) pour la saisie des séjours commercialisés en ligne.

En chiffres : l'AGIT alimente près de 35 supports numériques et près de 10 supports print :

- tous les supports web du CDT : grand public, dédiés, pro,
- les supports web d'Offices de Tourisme (sites, bornes tablettes, vitrine...),
- les supports de partenaires publics ou privés (CRT, Banque du Tourisme, Data Tourisme, Mountpass, Eterritoires...),
- les supports print de la Destination Gers et de partenaires (Journal Le Carré, L'Arrosoir, la Dépêche...).





Les outils au service des Entreprises et des Territoires

L'ESPACE SERVICES

Les Entreprises Touristiques contribuent elles aussi à garantir la qualité et la fiabilité de l'information et la diffusent en utilisant l'Espace Services. Elles ont accès à la gestion et la mise à jour en temps réel de leurs informations pour l'affichage sur les supports print et web du CDT et de ses partenaires. L'Espace Services leur permet également de :

- suivre leurs résultats sur la plateforme www.tourisme-gers.com et les renvois de clientèles sur leur propre site internet
- d'optimiser leur site internet avec la création de widgets « web services » pour proposer une offre complémentaire à leurs internautes (itinéraires de randonnées autour d'eux...).

L'année en bref :

- 150 envois par mail des conditions d'accès à l'espace Services,
- 282 pour les Prestataires AGIT : 97 demandes de mises à jour de photos de prestataires traitées par le CDT via l'Espace Service.



LE SITE PRO www.pro.tourisme-gers.com

Cet accès pro s'adresse aux acteurs du tourisme gersois, aux Collectivités, aux porteurs de projets, aux Offices de Tourisme... Le site pro répond à toutes vos interrogations, vos besoins. Il permet pour les Entreprises et les Territoire de trouver des informations nécessaires et utiles pour :

- créer, développer ou positionner votre structure, votre offre ou prestation,
- faire connaître votre produit,
- comprendre et relayer la stratégie marketing de votre CDT Destination Gers,
- booster vos affichages print et web,
- participer à des opérations de promotion partenariales (salons, accueils de presse...),
- être accompagné, guidé, formé,
- connaître les chiffres clés du tourisme gersois et ses retombées économiques,
- bénéficier d'une veille et de bonnes pratiques...

Le blog pro, intégré à cet accès pro, permet d'informer les professionnels des dernières actualités du tourisme du Gers.



L'année en bref :

- 10 518 visites / 22 176 pages vues
- 132 posts publiés dans le blog, soit une augmentation de + 14 % par rapport à 2018.
- Top 3 des pages les plus vues :
 - L'équipe du CDT
 - L'observatoire économique
 - Je suis porteur de projet
- Top 3 des posts les plus lus :
 - Rencontres du Tourisme Gersois à Condom le 12 avril
 - Les chiffres clés 2017 du Tourisme Destination Gers
 - La V82 ou véloroute vallée de la Baise ouvre en 2018

LA LETTRE D'INFORMATION DU CDT

- maquettes news : montage des nouveaux modèles des newsletters Grand Public,
- envoi de 62 @ctugers dédiées aux professionnels du tourisme gersois et des partenaires du CDT (4300 abonnés).

Taux d'ouverture moyen : 8,8 % / Taux de réactivité* moyen : 12,4 %

*Taux de Réactivité = Nombre d'abonnés uniques ayant cliqué dans le message, parmi ceux l'ayant ouvert

GESTION / SUIVI / DIVERS

- assistance au suivi du parc informatique :
 - renouvellement contrat de location,
 - changement prestataire informatique,
 - sauvegarde externe.
- assistance au suivi du contrat et du bon fonctionnement orange / oleane,
- préparation des supports et présence aux Rencontres du Tourisme du 12 avril à Condom,
- préparation des supports et présence à la journée Slowtourisme à Samatan 20 juin,
- ateliers CCI / Google : 5 novembre à Auch.

- le CDT a reçu le pôle Développement du CRT au CDT le 28 mai pour une présentation de l'organisation et du fonctionnement de RIT via les outils collaboratifs.

Suivi des rencontres régionales :

- au CRT le 28 mars : réunion du groupe de travail sur la qualité de la donnée,
- à Carcassonne le 12 juillet : réunion du groupe de travail sur la réflexion d'1 outil GRC régional,
- suivi « conférence » des rencontres régionales d'Albi les 25 et 26 novembre,
- rencontre « Cap'Innovation » au Cap d'Adge 10 et 11 décembre.

Destination Gers

Enjeu 2
structurer l'offre autour d'une stratégie affinitaire
Clubs Marque





Pourquoi une stratégie affinitaire Clubs Marque ?

Les vacances en famille, l'oenotourisme, l'écotourisme, ou le tourisme trend, sont des constituants de la rassurance des clientèles et des motivations de séjours supplémentaires dans le Gers.

La segmentation de l'offre touristique permet de mettre en œuvre une approche marketing plus ciblée qui passe par des démarches de qualification et de développement de l'offre ainsi que par la production de courts séjours « prêts à partir » qui stimulent la consommation de la Destination.

Les Clubs Marque du CDT permettent de constituer des séjours complets garantissant qualité, fiabilité des équipements et de l'accueil des structures membres.

En amont, et avec le concours des partenaires territoriaux et des têtes de réseaux, le travail de qualification préparé par le CDT met en adéquation l'offre touristique départementale avec les attentes des clientèles et en renforce la qualité.

L'ensemble des Clubs Marque du CDT organise l'offre touristique départementale en s'appuyant sur les membres de ces Clubs : « **Les Incontournables** ».



- **Tourisme en Famille dans le Gers : « Le Petit d'Artagnan® »**

Organisation et qualification d'une offre destinée aux familles avec enfants.
Patrimoine/sites, loisirs nature, agro-alimentaire/restauration, hébergements, OT.
512 Objets d'information



- **Oenotourisme dans le Gers : « Les Bons Crus d'Artagnan®/Vignobles & Découvertes »**

Organisation et qualification d'une offre oenotouristique.
Richesse et diversité des 6 appellations qui la composent : paysages, sites patrimoniaux remarquables, hébergement/restauration, loisirs/événementiel.
360 Objets d'information



- **Tourisme Trend dans le Gers : « GersFriendly® »**

Organisation et qualification d'une offre « trend » et d'une offre « gayfriendly ».
Identification et sélection des structures répondant aux critères « trend » et/ou « gayfriendly » autour de 4 axes : hébergement/restauration, visites/loisirs, boutiques, bars cafés/sorties.
530 Objets d'information



- **Ecotourisme dans le Gers : « Terra Gers®, l'expérience Slow Tourisme »**

Fil rouge de la Destination Gers.
Organisation et qualification d'une offre de tourisme durable bâtie sur 4 axes : festivals et événementiel, agro-alimentaire / restauration, patrimoine bâti et naturel / hébergement marchand.
1 199 Objets d'information



Pourquoi être acteur d'un club Marque ?

ACCOMPAGNEMENT ET VALORISATION DES CLUBS MARQUE

ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES TOURISTIQUES ET LES TERRITOIRES PAR :

- 1 la **prospection** des structures à qualifier et pouvant intégrer un Club Marque
- 2 la **qualification** permanente des structures adhérent à un Club Marque : sensibilisation, évaluation contrôle du respect de la charte...
- 3 l'**accompagnement** à la mise en production
- 4 la **qualification** des hommes au travers d'un programme de formation complet et adapté à chaque thématique Club, proposé par le CDT
- 5 l'**animation** du réseau par 1 ou 2 rencontres par an et par une news spécifique à chaque Club Marque
- 6 l'**observation et l'évaluation** constantes (mise à disposition de l'outil de comptage / Gestion Relation Client)
- 7 la **veille, benchmark**

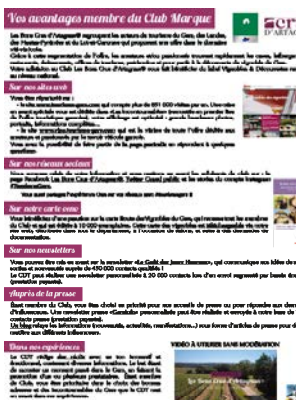
NOUVEAU

OUTILS DE PROMOTION DES CLUBS MARQUE

Création de fiches destinées aux prestataires Gersois afin de les sensibiliser à nos Clubs Marque :

- Les Bons Crus d'Artagnan®
- Terra Gers®
- Le Petit d'Artagnan®
- GersFriendly®

Ces fiches reprennent tous les avantages dont bénéficient les prestataires : promotion, communication, mise en réseau...



Ces fiches sont en téléchargement sur le site pro www.pro.tourisme-gers.com à l'onglet « Je suis un Acteur du tourisme gersois » Rubrique « Je deviens acteur des Clubs Marque »



Quelques exemples d'actions au sein des Clubs Marque

Pour tenir des évolutions en matière réglementaire, les chartes d'adhésion dans leur partie contractuelle (verso des documents) ont été simplifiées.

TERRA GERS®



L'année en bref :

- 7 prêts de collecteurs de tri sélectif,
- 1 groupe de travail évènementiel,
- + 5 communes participantes dans la démarche Marchés Terra Gers®,
- 3 interventions lors de rencontres, assises,
- dernier comité de pilotage contrat SPôTT - évaluation des 3 années du contrat

• Evènementiel Terragers® :

- depuis plusieurs années, le CDT prête des collecteurs de tri sélectif aux organisateurs d'événements labellisés Terragers®. Pour l'année 2019 :

- Mairie de Cazaubon,
- Welcome in Tziganie,
- Trad'Envie,
- Canoës de Beaucaire,
- Rondau de Castelnaud,
- Jazz in Marciac,
- Sam Africa.

- le groupe de travail évènementiel qui s'est réuni dans les locaux de CIRCA à Auch en décembre 2019 a travaillé sur :

- la révision des critères de la feuille de route avec prise en compte des nouveaux comportements,
- la question de l'approvisionnement en produits locaux (projet formation action ADEPFO sur territoire pilote PETR Pays d'Armagnac).

• Marchés Terra Gers® :

18 communes participantes (+5) et 300 producteurs gersois concernés.

Après l'évaluation de la démarche auprès des communes organisatrices des marchés en 2018, une enquête a été organisée auprès des producteurs en 2019.

• Présentation de la démarche Terra Gers®, l'expérience slow tourisme :

- Rencontres innovation organisées par le Master Tourisme Université Pau Adour,
- Instants T à Millery (69) organisés par le département du Rhône,
- Accueil sur Simorre des étudiants Master2 tourisme université Pau Adour...

• **Contrat SPôTT Terra Gers®, l'expérience slow tourisme** : dernier comité de pilotage à l'Écocentre Pierre et Terre à Riscle le 28 mars 2019 : évaluation des 3 années du contrat.





Quelques actions au sein des Clubs Marque

LES BONS CRUS D'ARTAGNAN®



L'année en bref :

- présence aux Assemblées Générales des filières oeno,
- participation jurys concours,
- 5 actions de sensibilisation et d'information sur le Madiran,
- 12 nouvelles candidatures déposées,
- 3 comité de pilotage,
- 9 rencontres autour du label Vignobles & Découvertes,
- 1 animation du Club Les Bons Crus Milady®



- **Présence dans les assemblées générales** des organismes départementaux (Floc de Gascogne, BNIA, Madiran).
- **Participation aux jurys des concours** : jury féminin du Floc de Gascogne, concours des vins de Gascogne.
- **Actions de sensibilisation et d'information sur le territoire du Madiran** :
 - rencontres avec l'ADT 64, la Maison des Vins, l'OT Coeur du Sud-Ouest et l'OT de Lembeye pour une politique commune de développement du label Vignobles & Découvertes,
 - 3 journées de visite chez les acteurs de l'oenotourisme,
 - participation au comité de pilotage concernant les projets de développement de la Maison des Vins - Label Vignobles & Découvertes®.
- **Label Vignobles & Découvertes** :
 - développement du nombre de partenaires du CDT pour le portage du label par le biais du Club des Bons Crus d'Artagnan® (12 candidatures déposées en 2019),
 - organisation du comité de pilotage départemental,
 - participation à la Commission Oenotourisme / Agritourisme faisant partie des 7 commissions de travail qui entrent dans le nouveau cadre de gouvernance du CRT Occitanie, chargées de proposer des plans d'actions annuels (4 rencontres),
 - participation à la formation mise en oeuvre par le CRT Occitanie sur le thème du positionnement oenoculturel des Destinations Vignobles et Découvertes (3 rencontres).
 - participation au groupe de travail national Vignobles & Découvertes mis en place par Tourisme & Territoires pour l'évolution des critères du label (2 rencontres).
- **Participation au comité de pilotage** accompagnement Adepfo du Domaine de Moulié à Cannet.
- **Animation du Club «Les Bons Crus Milady®»** :

Le CDT a valorisé son club de vigneronnes « Les Bons Crus Milady » à travers une galerie de portraits ; l'occasion pour le grand public de mieux les connaître. Elles y relatent leur parcours, dévoilent leur personnalité, partagent leurs coups de coeur oeno et racontent leur Gers. Une mise en avant personnalisée qui a fait l'objet d'un relais systématique sur les réseaux sociaux. La galerie complète est également disponible sur la page d'accueil du site www.vins.tourisme-gers.com

PETIT D'ARTAGNAN®



L'année en bref :

- 1 formation ADEPFO / • 6 journées de travail
- 1 programme d'actions de revalorisation.



Après 10 années de fonctionnement et de bons retours sur cette marque, le CDT du Gers a souhaité apporter un nouveau souffle à la démarche, pour relancer l'offre, la qualification et la promotion du Club, en prenant en compte les réalités du tourisme d'aujourd'hui et de demain.

Un groupe de travail volontairement constitué d'Offices de Tourisme et d'opérateurs privés du Club Le Petit d'Artagnan® a été mis en place afin d'avoir un public diversifié ayant une vision complémentaire de la demande de la clientèle aujourd'hui.

Dans le cadre de la **formation action ADEPFO**, une dizaine d'acteurs du tourisme a été sélectionnée et a participé aux 6 journées de travail qui ont permis de mettre en oeuvre un programme d'actions de revalorisation.

19

Destination Gers

Enjeu 3

promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété
auprès de ses diverses cibles





Le Plan Marketing Départemental donne les orientations des actions de promotion communication définies dans des plans d'actions pluri-annuels.

Le plan d'actions promotion/communication répond aux exigences.

- **Séduire et donner envie de (re)venir dans le Gers en renforçant l'attractivité du Gers auprès de nos 3 cibles de clientèles : grand public (BToC), influenceurs, organisateurs de voyages (BToB) et les Entreprises Touristiques Gersoises en :**

- orchestrant notre présence sur les salons en France et à l'Etranger,
- dynamisant nos insertions et publi-rédactionnels sur les principaux titres de presse écrite de nos marchés émetteurs,
- illustrant la Destination par des éditions de qualité,
- développant notre impact et notre présence sur les réseaux sociaux,
- favorisant un tourisme participatif autour d'un réseau d'Ambassadeurs du Gers,
- conquérant et fidélisant nos relations presse sur nos marchés prioritaires au travers d'accueils de presse, de communiqués de presse, de notre blog presse,
- organisant la séduction des organisateurs de voyages, TO...

- **Donner des raisons concrètes de (re)venir dans le Gers en :**

- s'appuyant sur ce que le Gers a de mieux à offrir (« Les Incontournables ») et en valorisant ses atouts concurrentiels auprès de nos clientèles historiques (familles)
- renforçant les thèmes affinitaires autour de nos Clubs Marque :
 - le « Petit d'Artagnan® » pour le tourisme en famille,
 - les « Bons Crus d'Artagnan®/Vignobles & Découvertes » pour l'oenotourisme,
 - « GersFriendly® » en matière de tourisme trend,
 - « Terra Gers®, l'expérience slow tourisme », fil rouge de la Destination Gers.

- **Faciliter l'accès à l'offre et à la réservation grâce à :**

- un dispositif numérique performant
- une plateforme web mêlant séduction, information, vente
- un accompagnement des prestataires dans leur mise en marché et leur commercialisation au travers de l'ensemble de ces outils de promotion/vente mais également grâce à un programme d'ateliers et de formations complet

- **Maintenir des actions communes avec le CRT Occitanie notamment :**

- sur les marchés lointains (salons, éductours, mediatours presse...).

Cette année encore, la mutualisation d'opérations avec les partenaires du CDT Destination Gers (prestataires privés et/ou filières, OT...) a été recherchée :

- une réunion Presse avec les filières oenotouristiques gersoises,
- une réunion Promotion-Communication avec les offices de tourisme.

Une attention toute particulière a été portée au contenu de ces actions afin de répondre le plus efficacement possible à l'attente des professionnels gersois au travers de ce plan d'actions co-construit.



Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils

Cible
auprès du
Grand Public

LA PLATEFORME TOURISTIQUE DÉPARTEMENTALE web www.tourisme-gers.com

La plateforme web répond aux attentes des clientèles touristiques. Elle fait la part belle aux images, vidéos dans toutes les pages principales. Elle est à la fois une plateforme d'information et de commercialisation. Elle permet la mise en avant des valeurs de la Destination Gers mais aussi de chaque territoire touristique, l'accès à la réservation en ligne « Je réserve » de l'offre touristique via un moteur ou via la fiche détaillée de l'entreprise touristique.

L'année en bref :

- 850 000 visites / 6 400 000 pages vues
- 18 % des vues de fiches prestataires sont des « hébergements » et 4 % « restauration »,
- + de 12 500 OI référencés,
- 57 séjours réservables avec paiement en ligne référencés.
- Le Comité Rédactionnel s'est réuni tous les mois pour travailler sur la mise à jour de la plateforme www.tourisme-gers.com (personnalisation de la home page, des slides et tuiles, menus déroulants...), sur l'analyse et évolution des outils (newsletters, réseaux sociaux...),
- gestion des menus déroulants : mise à jour mensuelle des structures mises en avant dans les menus déroulants du site grand public et des sites dédiés,
- gestion de la home page : mise à jour mensuelle des thématiques mises en avant dans les tuiles,
- gestion des home pages mobiles et site dédiés : suivi du travail fait par le prestataire web,
- suivi de la refonte de la page « partageons le Gers »,
- suivi du développement de la console, gestion des portraits sur la plateforme,
- vérification de la remontée des informations issues de la base de données (AGIT32),
- suivi de l'agenda des manifestations :
 - vérification dans l'AGIT,
 - envoi d'un mail à l'organisateur avec lien de la manifestation en ligne,
 - envoi d'un mail à l'Office de Tourisme concerné pour saisie.
- gestion des échanges avec le prestataire web pour modification de contenu : 100 « tickets ».



CENTRE DE RESSOURCES / L'INFORMATIÈQUE DÉPARTEMENTALE www.photo.tourisme-gers.com

Le Centre de Ressources, outil de veille, répertorie au quotidien :

- l'ensemble des articles de la PQR (presse quotidienne régionale),
- l'ensemble des articles issus des études et revues professionnelles,
- l'ensemble des articles de la veille tourisme et marketing,
- l'ensemble des articles vantant la DESTINATION GERS : dans les différents magazines et supports nationaux ou internationaux,
- les émissions de télévision ou de radio évoquant le GERS.

Tous ces articles ou supports vidéos ou audios sont enregistrés dans l'informathèque. D'autre part, la revue de presse (PQR) effectuée quotidiennement est communiquée par email journalier non seulement aux services du CDT Destination Gers mais également à l'ensemble des filières de la Maison Départementale du Tourisme ainsi qu'à l'ensemble des Offices de Tourisme auxquels s'ajoutent certains organismes départementaux.

L'année en bref :

- 1459 articles PQR
 - + de 300 prestataires ont été cités
 - 897 articles
 - **1459** articles PQR (La Dépêche du Midi, Le Journal du Gers, Le Petit Journal du Gers) ont ainsi été scannés, enregistrés et sauvegardés sur l'informathèque.
 - **897 articles** (dont 193 articles de blogueurs) vantant le GERS et ses atouts dans les différents magazines nationaux et internationaux ainsi que des émissions de radio ou des reportages télévisés (TF1, France2, France3...) ont été enregistrés, sauvegardés et scannés contre 865 en 2018 **soit + 3%**.
- Nous pouvons signaler qu'en 2019, **plus de 300 prestataires ont été cités** dans ces articles bénéficiant ainsi d'une mise en lumière. Tout prestataire cité dans un magazine reçoit systématiquement et individuellement l'article sur lequel il figure, qu'il soit issu des accueils de presse effectués par le CDT ou de ses partenaires.
- L'ensemble de ces articles est reproduit dans un support papier : **la Revue de Presse vantant la Destination Gers 2019.**



Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils

Cible
auprès du
Grand Public

CENTRE DE RESSOURCES / L'INFORMATIÈQUE DÉPARTEMENTALE www.photo.tourisme-gers.com

Le centre de ressource, outil d'information avec l'Informathèque est une déclinaison des concepts de bibliothèque, médiathèque. Elle est à la fois un outil technologique exceptionnel mais également et surtout un concept d'organisation qui illustre les fonctionnements du Centre de Ressources du CDT Destination Gers.

Une base de près de 3 000 photos classées par thématiques (Paysages, sites et monuments, gastronomie et évènementiel) sont en partage au travers d'une gestion rigoureuse et respectueuse des droits d'auteur et des droits à l'image.

L'informathèque a 2 accès :

- Le « Grand public » permet aux internautes de découvrir le Gers au travers de belles images réalisées en interne et par des prestataires touristiques (accès libre).
- Les Professionnels du Tourisme pour illustrer, promouvoir et vendre la Destination Gers sur les supports de communication et promotion. Le CDT du Gers, garant de la qualité des images de la « Destination Gers », utilise des photos de photographes professionnels, de prestataires...(accès restreint et privé).

L'informathèque a une adresse spécifique www.photo.tourisme-gers.com. Elle est consultable également à partir de la page d'accueil de l'accès professionnel du www.tourisme-gers.com puisqu'elle a une fonction interne (réservée au CDT Destination Gers et à ses partenaires) et un accès public réservé aux particuliers et aux professionnels.

L'informathèque permet de gérer l'ensemble des supports (images, vidéos, audios, articles, ouvrages, documents divers, archives...).

L'année en bref :

- Fin décembre 2019, elle comprenait 124 958 supports multimédias enregistrés et indexés contre 110 984 en 2018 soit +13%.
- 15 382 supports ont été enregistrés dont 10 050 photos.

L'OPTIMISATION DE L'OUTIL AJARIS, l'extension des fonctions du centre de ressources à l'intégration des archives numérisées du CDT Destination Gers ainsi que celle des partenariats en matière de photos s'est traduite notamment cette année par une nette hausse des supports enregistrés et utilisés nécessaires entre autres à l'enrichissement d'images de la plateforme web.

Il est important de souligner qu'avec l'implication croissante des Offices du Tourisme et des filières à l'enrichissement des bases de données de l'AGIT, l'informathèque a elle aussi connu une évolution non négligeable des partages et des enregistrements effectués en direct par nos partenaires.

L'outil Ajaris et surtout son utilisation par nos partenaires et notamment les Offices de Tourisme et filières sont montés en puissance dans le cadre de l'intégration des images liées aux Objets d'Information saisis dans l'AGIT.





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils

Cible
auprès du
Grand Public

MISE À DISPOSITION DE PHOTOS

L'année en bref :

- 67 demandes de photos et de logos d'usages satisfaites par la CDT pour des publications promotionnelles du département du Gers.

Presse :

- Almanach des Régions
- ANWB Kampeer-en caravan Kampioen
- Déco Magazine
- Elle Toulouse
- Emission Bienvenue Chez Nous
- France Bleu Gascogne
- France Magazine
- Frankrijk Puur
- Freelance
- Grand Sud Eco
- Guide de vos vacances dans les Hautes-Pyrénées
- Guide du Pèlerin
- Haute Life magazine
- Hors série Magazine Les Journées Européennes du patrimoine
- Hôtel Revue
- Itinéraire Magazine
- La Dépêche du Midi du Gers
- La Revue du Vin de France
- Le Bien Public
- Le Journal de Saône-et-Loire
- Le Petit Futé
- Les Dernières Nouvelles d'Alsaces
- Mag Aéroport Toulouse-Blagnac
- Mag Campings Espagne
- Mag les Bons Restaurant-Agence En Form
- Magazine Côté Toulouse
- Magazine Côté Gers
- Magazine Escapadas
- Magazine Esprit d'Ici
- Magazine Gidona
- Magazine Midi
- Magazine Mondial 4X4
- Magazine Rustica
- Midi Gourmand
- Supplément de la Dépêche du Midi

Agences de Voyages :

- Agence Chamina Voyages
- Agence de Voyages Behandi
- Hôtels Circuits France
- La Balaguère
- Locasun vacances
- Travelers & Fish
- Villages de Gîtes
- Vos Tavel
- Voyages Belliers Prestataires

Prestataires :

- Comité Départemental de la Randonnée Pédestre
- CRT Occitanie
- Domaine de Brette
- Fédération Française d'Équitation
- Hôtel Ibis
- Les Fleurons de Lomagne
- Musée du Paysan Gascon
- Plaimont Producteurs
- Résidence Saskia
- Société Française de Thermalisme et de Thalassothérapie pour la santé Bucco-Dentaire
- Village de Vacances Masseube

Autres :

- Centre Inter-institutionnel de Bilan de Compétences du Département du Gers
- Direction Général des Entreprises
- Hôtel du Département du Rhône
- Institut de Recherche en Informatique de Toulouse
- Maire de Condom
- Syndicat Mixte du SCoT de Gascogne

Logos :

- Festival Lo Rondeu
- Musée du Paysan Gascon
- Office de Tourisme Coteaux Arrats Gimone
- Office de Tourisme D'Artagnan en Fezensac
- Office de Tourisme de Nogaro en Armagnac
- Office de Tourisme Gascogne Lomagne



Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils

Cible
auprès du
Grand Public

L'OPTIMISATION DE L'OUTIL AJARIS

L'année en bref :

- 828 comptes utilisateurs
- 85 comptes administrateurs
- 10 049 photos enregistrées
- Enregistrement 3 Vidéos et 130 rushs
- 196 991 connexions
- 15 382 nouveaux documents
- 19 906 documents téléchargés

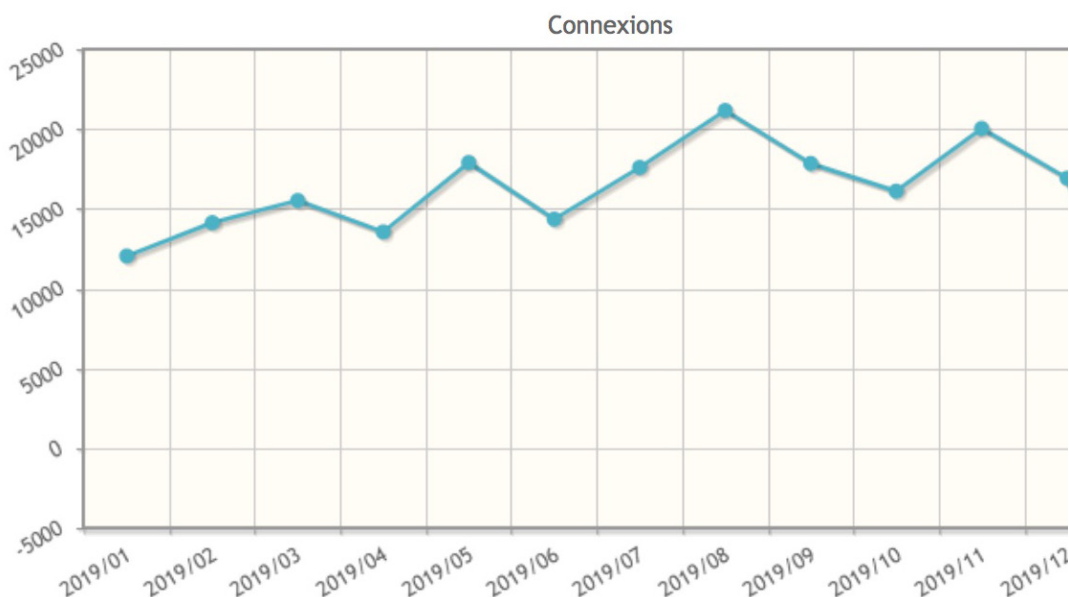
- **828** comptes utilisateurs contre 772 en 2018 **soit +7%**
- **85** comptes administrateurs contre 75 en 2018 **soit +13%**
- **10 049** photos enregistrées contre 7 531 en 2018 **soit +33%**
 - 3 599 photos pour le CDT
 - 654 pour les Prestataires du Tourisme
 - 282 pour les Prestataires AGIT : 97 demandes de mises à jour de photos de prestataires traitées par le CDT via l'Espace Service
 - 228 pour les prestataires des Meublés
 - 5 176 photos, 2 220 affiches, 14 pictos, 115 logos, 9 enseignes, 5 vidéos par les Office de Tourisme
 - 13 par Clévacances
 - 12 par Conservatoire Départemental du Patrimoine
 - 20 par les Gîtes de France
 - 14 par Bienvenue à la Ferme
 - 13 par la Communauté de Communes Astarac Arros
 - 38 Hôtel Solenca

Enregistrement 3 Vidéos et 130 rushs sur le Thermalisme et bien-être dans le Gers :

- Destination Gers, le retour aux sources,
- Destination Gers, le Thermalisme à la campagne,
- Destination Gers, le retour aux sources.

Statistiques 2019 :

- 196 991 connexions contre 343 653 en 2018 soit - 43%
- 15 382 nouveaux documents contre 13 614 en 2018 soit + 13%
- 19 906 documents téléchargés contre 25 014 en 2018 soit - 20%





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils

Cible
auprès du
Grand Public

Le palmarès des 10 photos les plus téléchargées

1- Panorama vue sur les Pyrénées



2- Pigeonnier à L'Isle-Jourdain



3- Lac d'Astarac, vue sur les Pyrénées



4- Vue aérienne de Lectoure



5- Cathédrale Saint-Mairie et tour d'Armagnac à Auch



6- Cathédrale Saint-Mairie et tour d'Armagnac à Auch



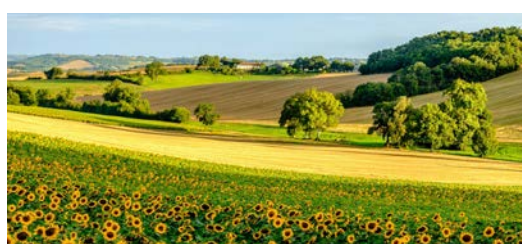
7- Vue sur le village de lavardens



8- Cathédrale Sainte-Marie Auch



9- Champ de tournesols



10- Foie gras poêlé aux raisins et verres d'armagnac





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils

Cible
auprès du
Grand Public

BOUTIQUE EN LIGNE SO GERS

Des produits ont été intégrés dans la boutique So Gers : les 2 badges anniversaire des 20 ans des Marchés Flottants du Sud-Ouest. Une promotion sur la Montre Lip So Panoramic a été effectuée pour le passage à l'heure d'hiver. Dans la rubrique « Epicerie fine », l'entreprise Glosek Gourmand a été ajoutée pour son produit « Le Canelé Nomade ».



Focus : 1 900 Pages vues (2 190 en 2018 soit - 13 %)

LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les français passent jusqu'à 4h par jour sur le web, dont plus de 2h sur les réseaux sociaux. À noter que l'utilisation sur mobile est toujours autant en forte croissance. Une présence quotidienne de la Destination est donc indispensable.

Le CDT anime ses présences sociales, répond aux questions des abonnés, fans et followers, les renseigne...

Un véritable service en temps réel, et évidemment un moyen supplémentaire de positionner le Gers comme Terre de rencontres et d'échange en humanisant la relation client sur le web ! Nous cherchons à inciter les abonnés, fans, ou followers à participer aux publications par le like, le partage et les commentaires.

Le Tourisme du Gers a développé sa présence sur Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Pinterest. En lien avec la stratégie marketing du tourisme du Gers (4 positionnements), nos publications Facebook hebdomadaires sur la page principale ont généré une forte visibilité et un engagement croissant tout au long de l'année.

L'année en bref :

- 34 366 fans (+1%)
- 2/3 publications hebdomadaires

FACEBOOK

Pages Facebook Clubs

+ de 32 400 abonnés
+ de 34 100 mentions j'aime



Top 3 publications



63 800 personnes
atteintes

59 900 personnes
atteintes

57 100 personnes
atteintes

Pages Facebook Clubs

Parallèlement, le CDT Destination Gers optimise la diffusion d'actualités spécifiques par le biais de ses 4 pages Facebook dédiées :

- Le Petit d'Artagnan® : page dédiée aux vacances et loisirs en famille dans le Gers,
- Les Bons Crus d'Artagnan® : page dédiée à l'oenotourisme dans le Gers,
- GersFriendly® : page dédiée au tourisme trendy dans le Gers,
- Terra Gers® : page dédiée à l'écotourisme et aux vacances responsables dans le Gers.

Performances Facebook :

- nombre de fans par pages Facebook dédiées :
 - Le Petit d'Artagnan® : 3 823 fans,
 - GersFriendly® : 849 fans,
 - Les Bons Crus d'Artagnan® : 1 605 fans,
 - Terra Gers® : 808 fans.

Performances Facebook :

- 340 fans acquis cette année,
- 34 366 fans à la fin de l'année sur la page Facebook principale, «Gers Gascogne Tourisme» soit **une augmentation de + 1 % par rapport à 2018**,
- 2/3 publications hebdomadaires,
- répartition par principaux pays du nombre de fans de la page «Gers Gascogne Tourisme» :
 - Espagne (833 fans)
 - Belgique (673 fans)
 - Italie (341 fans)
 - États-Unis (256 fans)
 - Pays-Bas (231 fans)
 - Royaume-Uni (268 fans)

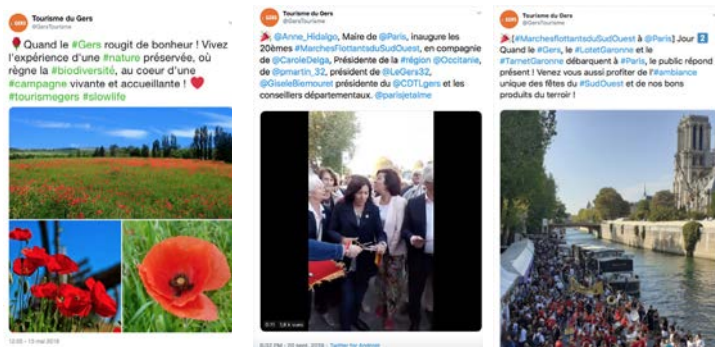


Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils

Cible
auprès du
Grand Public

TWITTER GRAND PUBLIC

Top 3 publications



23 550 impressions

9 960 impressions

8 079 impressions

L'année en bref :

- Gd Public 4 206 followers (+7%)
- Twitter Pro 2432 followers (+8%)
- 530 tweets réalisés

Performances Twitter

- **4 206** followers sur le compte Twitter @GersTourisme à la fin de l'année, **soit une augmentation de + 7 %** par rapport à 2018.
- Les fans sont Français pour 86 % d'entre eux. L'Espagne représente 3%, le Royaume-Uni, la Belgique et les États-Unis 2% des followers.

Pourcentage d'audience :

- 1^{er} : Occitanie
- 2^{ème} : Ile-de-France
- 3^{ème} : Nouvelle-Aquitaine

- **530** tweets ont été réalisés.

TWITTER PRO

Les actions du CDT continuent à être largement diffusées sur ce compte. C'est aussi l'occasion de montrer l'équipe du CDT dans son travail quotidien. Le fil du Twitter pro est également diffusé et visible par tous sur le blog pro du CDT : <https://www.pro.tourisme-gers.com/blog-pro-cdt-destination-gers>.

Performances Twitter

- **2 432** followers sur le compte Twitter @CDTLgers à la fin de l'année, **soit une hausse de + 8 % par rapport à 2018**. Les fans sont Français pour 86 % d'entre eux. L'Espagne, le Royaume-Uni, la Belgique et les États-Unis représentent 2% des followers chacun.

Pourcentage d'audience :

- 1^{er} : Occitanie
- 2^{ème} : Ile-de-France
- 3^{ème} : Nouvelle-Aquitaine

INSTAGRAM

Instagram est un réseau social basé sur la photo et la vidéo et accessible depuis une application sur smartphone. Le hashtag #tourismegers a toujours autant de succès. Un hashtag sert aux membres Instagram à taguer (marquer) une photo. Il est systématiquement utilisé par le CDT dans ses posts, pour créer une émulation. Le CDT réalise également une veille régulière afin de repérer les plus beaux contenus qui sont ensuite réutilisés, avec l'accord du membre, sur Instagram ou encore sur les autres réseaux sociaux sur lesquels le tourisme du Gers est présent. Une façon de valoriser, là encore, sa communauté et de la fédérer autour du #tourismegers

L'année en bref :

- 973 publications, • 6336 abonnés (+41,87%),
- 7086 posts / 21900 publications



11260 impressions



9 590 impressions

Top 3 publications



7 150 impressions

Performances @TourismeGers c'est :

- **973** publications depuis la création du compte en 2014 (dont **140 en 2019**),
- **6 336** abonnés soit près de **1 870** abonnés de plus qu'en 2018 soit + 41,87%,
- **7 086** posts faits avec le hashtag #TourismeGers qui a toujours autant de succès,
- au total ce sont plus de **21 900** publications qui ont été faites avec le #tourismegers, soit + **de 7 000** en 2019.



Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils

Cible
auprès du
Grand Public

PINTEREST

Réseau social de plus en plus prisé, la vocation de Pinterest est de partager des images (photos, affiches...). Pinterest est organisé comme un tableau où l'on vient épingler ses propres images (issues d'un site web ou de ses propres photos par exemple) ainsi que celles des autres. Un tableau est un support pour des images. On peut, par exemple, utiliser un tableau pour un thème (Paysage et nature du Gers, Gastronomie, Patrimoine...). En 2019, ceux des affiches de festivals et des portraits de ceux qui font le Gers ont été particulièrement travaillés par le CDT.

L'année en bref :

- 15 tableaux et 302 épingles (245 en 2018 soit + 23%),
- 390 vues de nos épingles en moyenne par jour (170 en 2018 soit + 129 %),
- Plus de 11 900 visiteurs uniques mensuels.



Tourisme dans le Gers

266 Abonnés • 121 Abonnements • www.tourisme-gers.com
Occitanie, France
Comité officiel du Comité Départemental du Tourisme Destination Gers.
Gers, cœur de Gascogne et du Sud-Ouest®. Gers, le complice des jours heureux®.

Meilleurs tableaux de Tourisme dans le Gers



YOUTUBE

La chaîne You Tube est axée sur les positionnements marketing de la destination qui sont valorisés au travers de plusieurs playlists (Gers, terre d'aventure et d'histoire ; Gers, terre d'équilibre entre l'homme et la nature...). Elle permet aussi au CDT d'enregistrer des rushes pour les diffuser sur ses différents réseaux sociaux.

L'année en bref :

- 18 644 vues générées en 2019 et compte au total plus de 89 206 vues depuis sa création.
- Les pays les plus représentés sont : La France (77 %), la Belgique (0,8%), le Canada (0,4%), la Suisse (0,4%), les Etats-Unis (0,2%)
- 322,6 heures de vidéos ont été visionnées, soit 13,4 jours.
- 1 minute et 15 s de durée moyenne de visionnage.

Top 3 publications



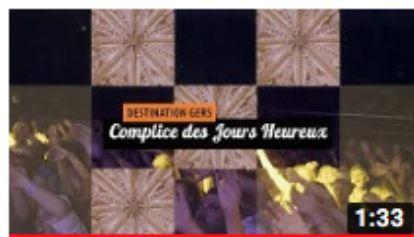
Gers, terre d'aventure et d'histoire

6 875 vues



Grand Site Armagnac, Abbaye et Cités

1 075 vues



Destination Gers, complice des jours heureux !

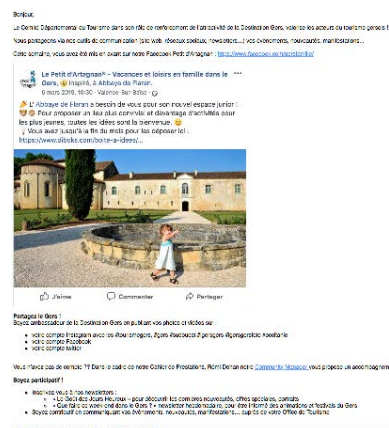
1 070 vues

LA VALORISATION DES PRESTATAIRES VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX

Le Comité Départemental du Tourisme, dans son rôle de renforcement de l'attractivité de la Destination Gers, valorise les acteurs du tourisme gersois et partage via tous ses outils de communication : site web, réseaux sociaux, newsletters... les événements, les nouveautés, les manifestations... des prestataires gersois.

Un mail est envoyé tous les 15 jours à chaque prestataire mis en avant afin de lui faire part de la valorisation de sa structure touristique par le CDT.

Un rappel des hastags à utiliser sur les réseaux et un appel à être contributif ensemble sont également mentionnés dans cet email.





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils

Cible
auprès du
Grand Public

LE E-MARKETING / LES NEWSLETTERS

L'année en bref :

- 20 newsletters thématiques et généralistes

En 2019, le Comité Départemental du Tourisme du Gers a poursuivi sa programmation d'E-Marketing générique et spécial «membres de clubs». C'est un total de **20** newsletters thématiques et généralistes qui a été réalisé tout au long de l'année à des périodes clés référencées, grâce à nos enquêtes de clientèle. Ainsi, les thèmes proposés correspondent aux attentes des clientèles qui fréquentent le Gers et à la segmentation de la base de données du CDT (450 000 contacts emails qualifiés).

DATES	THÈME PRINCIPAL	DATES	THÈME
17 janvier	Oenotourisme / Saint-Vincent des Vignerons	18 juillet	Saveurs de l'été
07 février	Saint-Valentin	8 août	Offres Loisirs de plein air
28 février	Gastronomie / Goût de France	29 août	20 ans Marchés Flottants du Sud-Ouest
21 mars	Thermoludisme	12 septembre	Patrimoine
04 avril	Vacances de Pâques en Famille	10 octobre	Spectacle vivant
24 avril	Les événements incontournables du printemps	30 octobre	Oenotourisme / Flamme Armagnac et Madiran
16 mai	Culture / Art contemporain	21 novembre	Ambiance Noël
6 juin	Randonnée Nature / Itinérance douce Slowtourisme	12 décembre	Réveillons du Nouvel An et Vendanges Tardives
27 juin	Événementiel estival		

• 4 Newsletters personnalisées pour les besoins des prestataires gersois ont été réalisées :

- La Fermes aux Buffles,
- Le salon des antiquaires de Terraube,
- Saint-Mont : Trail,
- Elusa, Capitale Antique.

En 2019, les Newsletters ont évolué :

- «**Le Goût des Jours Heureux**» met en avant une expérience, un portraits d'Ambassadeur de la Destination, un secret de territoire, des séjours... Pour faire un lien avec les réseaux sociaux, la photo Instagram «coup de coeur» de la Destination est également intégrée dans cette Newsletter. Les prestataires gersois ont la possibilité de faire la suppression de leur évènement ou de leur entreprise par le biais de bandeaux personnalisés.
- «**Que Faire ce Week-end**» a été réorganisée avec plus de visuel. La photo Instagram «coup de coeur» est également mise en avant.





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils

Cible
auprès du
Grand Public

L'année en bref :

- 24 expériences départementales avec +6 000 vues / 4 nouveaux portraits

LES EXPÉRIENCES

En 2019, le CDT a produit **24 expériences départementales**, co-construites avec les Offices de Tourisme de la Destination :

Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
Saint Vincent des Vignerons	Artisanat d'art	Thermalisme	Welcome in Tziganie	Art Contemporain	Vacances en famille
Saint-Valentin décalée	Goût de France	Gers Outdoor	Bandas	Elusa / Site de Béon / Sansan	Jazz In Marciac
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Courses Landaises	Loisirs insolites	Land'Art & Street'Art	Circa	Cittaslow	Art du Santon
Festival d'Artagnan	Sam'Africa	VTT (été indien)	Randonnées vue Pyrénées	Marché au gras	Vendanges Tardives

• **Expériences de territoires**, rédigées par les Offices de Tourisme et saisies par le CDT ont également été publiées :

- les vendanges tardives avec l'Office de Tourisme Coeur Sud-Ouest,
- au Pays des Illustrations avec l'Office de Tourisme Bastides de Lomagne,
- découverte culturelle et sportive avec l'Office de Tourisme de la Gascogne Toulousaine,
- Alambic Party avec l'Office de Tourisme de la Ténarèze.

Une fois publiées, toutes les expériences font ensuite l'objet d'un relais sur les réseaux sociaux du CDT.

Le réseau des Offices de Tourisme est également informé dès la publication d'une expérience pour en faire la promotion.

Performances

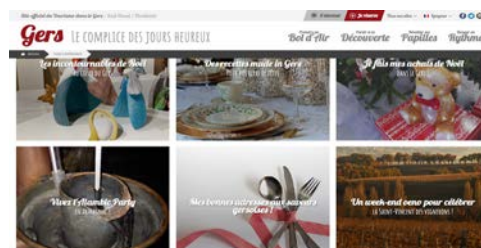
Au total, les expériences publiées sur le site du CDT ont générées plus de **6 000 vues**, soit **24,85% d'augmentation** par rapport à l'année 2018.

Expériences CRT

Le CDT du Gers a participé aux différents Comité éditoriaux du CRT Occitanie en présence de ses homologues régionaux. Ces rencontres ont permis d'échanger sur les pratiques rédactionnelles et la gestion des réseaux sociaux, ainsi que sur l'évolution de la ligne éditoriale des expériences.

Une expérience a été publiée sur le site du CRT Occitanie « Week-end gourmand en Lomagne », co-construite avec l'ADT Tarn-et-Garonne.

Les référents des Grands Sites Occitanie Gersois ont également été sollicités pour faire remonter leurs expériences sur la plateforme en 2020.



LES PORTRAITS

4 nouveaux portraits ont été intégrés à la plateforme touristique départementale www.tourisme-gers.com :

- Claire Nicolas – Terre de Vélo
- Claire Dufau – Domaine de Maouries
- Séverine Pailhès – Bouche à Oreille
- Marie Duffo – La chèvre qui rit





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils

Cible
auprès du
Grand Public

LES ÉDITIONS PRINT

Le CDT a édité plusieurs catalogues valorisant l'offre touristique départementale :

L'année en bref :



- **1 Carte touristique** (français – anglais) éditée à 55 000 exemplaires, offre touristique localisée et idées de circuits. Cette carte est également éditée en versions étrangères (espagnol / italien et néerlandais / allemand) à 3000 exemplaires.

- **4 Catalogues couvrant les différentes offres touristiques regroupées sous les thèmes suivants :**

- # Gers / Découverte - 20 000 exemplaires,
- # Gers / Vitalité - 12 000 exemplaires,
- # Gers / Convivialité - 7 000 exemplaires,
- # Gers / Confort - 7 000 exemplaires.

- **#Gers, le slow tourisme à la gersoise :**

Ce catalogue de Destination valorise l'expérience Slow Tourisme en mettant en avant la philosophie et les valeurs éco-responsables véhiculées par Terra Gers® ainsi que l'expérience de voyage (témoignages, idées de séjours...) - 8 000 exemplaires

- **1 Brochure «vacances en famille»** mettant en avant l'offre de séjours des membres du Club Marque «Le Petit d'Artagnan®». 10 000 exemplaires,

- **1 Carte touristique « Route des vignobles du Gers et de la Gascogne »** des prestataires touristiques labellisés Les Bons Crus d'Artagnan® / Vignobles & Découvertes® - 15 000 exemplaires.

- **Le Passeport Privilège**, brochure commerciale (offres et avantages). Partenariat avec la Banque du Tourisme - 17 000 exemplaires.

- **# Gers / Mariage :** 1 nouvelle brochure dédiée au mariage (hébergements, domaines, restaurants, traiteurs, photographes, fleuristes...), réalisée en appui à notre présence sur le salon du mariage de Paris les 26 et 27 janvier.



- **envoi de documentation** aux prestataires touristiques gersois et les particuliers souhaitant s'informer et/ou organiser leurs séjours.

- **assistance technique** à la saisie des stocks (gestion de stocks).

- **préparation des éditions 2020 :**

- exports, nettoyage et vérification des données pour les éditions print 2020

- réflexion sur les brochures hébergements, intégration de l'offre «ado» dans le Petit d'Artagnan®, ajout des nouveautés « itinérance douce » dans le vitalité et le Terra Gers (V82, sentier de la Baïse...), création d'une catégorie « art et environnement » dans le Découverte...



Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils

Cible
auprès du
Grand Public

LES INSERTIONS PUBLICITAIRES, PUBLI-RÉDACTIONNELS

L'année en bref :

EL DIARIO DE NAVARRA

- Une demi-page de publi-reportage et bandeau publicitaire, en appui à notre présence sur le salon Navartur (mi-février).
- Un bandeau publicitaire (fin février).

EL DIARIO VASCO

- Coordination de la réalisation d'un dossier de 12 pages dans Escapadas (partenariat des CDT / ADT 31, 81, 82 et HPA 32) dédié à la campagne vivante du Sud-Ouest, dont :
 - 2 pages d'introduction communes,
 - 2 pages de Destination Gers,
 - 2 pages à l'Hôtellerie de Plein Air dans le Gers.

Ce reportage était mentionné sur la page de couverture du magazine.

À noter également dans le magazine un dossier consacré au tourisme fluvial sur le canal du midi avec présentation de la navigation sur la rivière Baïse.

Escapadas est le supplément voyage annuel du quotidien espagnol El Diario Vasco, leader absolu dans la province de Gipuzkoa au Pays-Basque - 250 000 lecteurs quotidiens.

- Demi-page de publicité dans le quotidien El Diario Vasco, publiée en octobre 2019 (partenariat des CDT / ADT 31, 81, 82 et HPA 32).



Gers-Gascuña
Haute-Garonne
Tarn
Tarn-et-Garonne



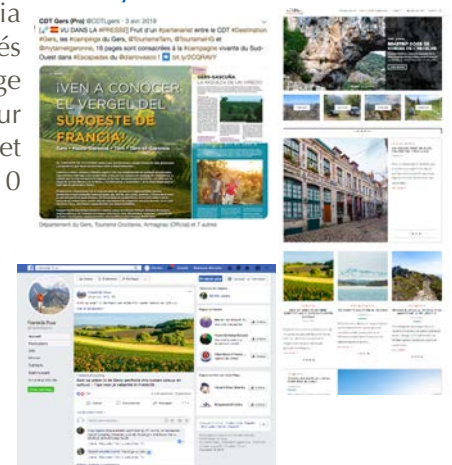
ANWB - KCK MAGAZINE (Pays-Bas)

Publi-rédactionnel en partenariat avec l'Hôtellerie de Plein Air consacré aux campings du Gers.



BLOG FRANKRIJK PUUR (Pays-Bas)

Campagne mix média avec 2 posts sponsorisés sur le blog de voyage néerlandais et leur relais sur Facebook et sur une newsletter (10 000 abonnés).





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils

Cible
auprès du
Grand Public

LES INSERTIONS PUBLICITAIRES, PUBLI-RÉDACTIONNELS

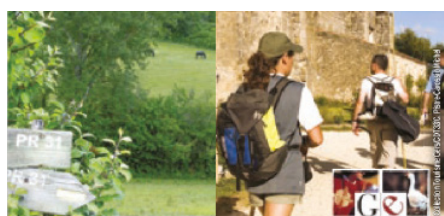
LA DÉPÊCHE DU MIDI - Guide de l'été

- Carte touristique du Gers



GUIDE DU MARCHEUR DE SAINT JACQUES DE COMPOSTELLE

- Partenariat Offices de Tourisme.
- Insertion publicitaire.



Le Gers, PARADIS DES RANDONNEURS...

Les paysages diversifiés de notre Destination, sa richesse patrimoniale et culturelle, incitent naturellement à la flânerie.

Explorez nos sentiers de campagne, mières et sites de charme qui font du Gers le paradis des promeneurs. Pour apprécier pleinement la douceur de vivre du pays gersois, choisissez des modes de déplacements doux qui favorisent la proximité avec la nature, laissent place aux rencontres et aux découvertes insolites.

Gers, LA MEILLEURE FAÇON DE MARCHER...

Pas moins de 3 000 km de sentiers de promenades et de randonnées (PR) et 500 km de chemins de grandes randonnées - Chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle et GR de Pays d'Occitanie, sillonnent le Gers.

Il faut y ajouter la voie verte de l'Armagnac, qui relie Condom à Lagrèze, ainsi que le sentier de la Baïse récemment aménagé,

qui relie le port de Valence-sur-Baïse à la remarquable abbaye cistercienne de Flaran. Adaptés à tous les niveaux, accessibles à la randonnée pédestre, équestre, au cyclotourisme, au VTT et même au vélo électrique, ces sentiers vous conduisent à la rencontre des joyaux de notre patrimoine. Entre modestes chapelles de campagne et monuments majeurs inscrits au Patrimoine Mondial de l'UNESCO, partez sur les traces des pèlerins, pour découvrir tout l'intérêt historique de ce grand département jacquaire qu'est le Gers.

Retrouvez tous nos circuits en téléchargement sur notre site internet :

www.tourisme-gers.com

GUIDE DU PETIT FUTÉ

- Insertion publicitaire dans le guide,
- Publicité sur le site internet du Petit Futé, rubrique « immanquable »,
- Opération téléphonique.



Tourisme Destination Gers

Pour préparer vos vacances ou durant votre séjour dans le Gers, difficile de vous passer de la mine d'informations fûtées délivrée par le Comité Départemental du Tourisme Destination Gers ! Idées de circuits, agenda des manifestations, patrimoine, rendez-vous culturels, hébergements, restauration, gastronomie, activités de loisirs ... vous trouverez toutes les propositions sur notre site !

www.tourisme-gers.com

COMITÉ DÉPARTEMENTAL DU TOURISME DESTINATION GERS
3 Boulevard Roqueslaure B.P. 50196 - 32002 Auch Cedex
Tél : +33(0)5 62 05 95 95 - Mail : info@tourisme-gers.com

Gers, LE COMPLICE DES JOURS HEUREUX®

FESTIVAL DES IMAGES AUX MOTS

Insertion publicitaire dans le programme du festival



CANAL DES DEUX MERS

Mise à jour de la carte touristique, avec l'ajout de la voie verte de l'Armagnac ; de la brochure restaurants et de l'application, pour valoriser l'offre autour de la rivière Baïse navigable.



PARTENARIAT CRT

GUIDE DU ROUTARD OCCITANIE

Contribution à l'élaboration de la trame du futur Guide du Routard Occitanie, réalisé par le CRT OCCITANIE.



Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils

LES OUTILS DE COMMUNICATION CRÉATIONS INTERNES

L'année en bref :

- 2 flyers / 2 nouveaux badges
- 1 nouveau kakémono / 16 nouveaux kakémons pour prestataires

FLYERS

- Flyer Grands Rendez-vous
- Flyer Marchés

KAKÉMONOS

Le CDT Destination Gers propose la création de kakémono respectant la charte graphique départementale aux prestataires touristiques du Gers.

En 2019, 16 kakémonos ont été réalisés par le CDT pour différents événements :

- **pour la journée nationale du Slow Tourisme de Samatan :**

- Mairie de Samatan

- **pour le Salon Vins et Terroirs de Toulouse :**

- Elusa Capitale Antique
- Le Domaine Herrebouc

- **pour le Salon du Mariage de Paris :**

- Changez d'air
- Chartreuse de Dane
- Château le Haget
- Domaine de Baulieu
- Domaine de Bilé
- Domaine du Grand Comté
- Gersement Bon
- Jérôme Narbonne Photographe
- Le Fou Gascon
- Munier Fleurs
- Prestamix
- Quad Concept
- RLS Animation

• **un kakémono « Outdoor »**, présentant les activités de pleine nature à réaliser dans le Gers, a également été créé par le CDT pour ses besoins lors des opérations de promotion extérieures.

BADGES

- création d'un badge Les Bons Crus Milady®.
- création des badges 20 ans Marchés Flottants du Sud-Ouest.



Cible
auprès du
Grand Public





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils

Cible
auprès du
Grand Public

LES OUTILS DE COMMUNICATION - COORDINATION DE PROJETS

L'année en bref :

- participation collection Clips Vidéo avec Offices de tourisme
- partenariat avec l'association Thermale et Climatique Gersoise pour collection 3 clips
- exportation d'OI pour l'application Escapades

CLIPS VIDÉOS OT

Le CDT du Gers a participé à plusieurs réunions pour la création d'une collection de clips vidéos concernant le Gers aux côtés des Offices de Tourisme, des PETR du Gers et des filières viticoles. Le choix du réalisateur, les synopsis des 19 clips et le choix d'une fin commune à l'ensemble des clips de la collection y ont été décidés.

Il a été convenu que le site internet www.tourisme-gers.com apparaisse à la fin de chaque vidéo, en tant que base de données départementale et compte tenu de l'investissement du CDT dans ce projet (5 000€).

Le CDT du Gers a également été désigné référent de la vidéo « Le Sens de la Fête ».

Il a donc géré le lien entre le réalisateur et les prestataires touristiques en fonction du calendrier de tournage.

La collection de clips vidéos sortira courant 2020.



CLIPS VIDEO THERMALISME

L'Association Thermale et Climatique Gersoise s'est associée au Comité Départemental du Tourisme du Gers pour valoriser les bienfaits des eaux thermales exploitées par les établissements de Barbotan-les-Thermes, Castéra-Verduzan et Lectoure.

Une collection de trois clips, d'une minute chacun, vante la pratique du thermalisme et du thermoludisme au sein de nos trois stations de campagne.

L'invitation au mieux-être, à la santé, au retour aux sources (thermales) donne aussi l'occasion de mettre en image les atouts de la Destination. Les paysages, le patrimoine, la culture, la gastronomie, le shopping, l'hébergement de charme, l'oenotourisme, l'itinérance douce... complètent la gamme de soins durant les séjours.

Bref, la collection de clips fait la part belle à un retour régénérant aux sources, très campagne, très So Gers !

Les clips sont à découvrir et à partager sur la chaîne Youtube Gers Gascogne Tourisme :

- Destination Gers, le retour aux sources : <https://www.youtube.com/watch?v=3zdzHDJg2HE&t>
- Destination Gers, le thermalisme à la campagne : <https://www.youtube.com/watch?v=5lLgGvO5YyE>
- Destination Gers, le thermoludisme à la campagne : <https://www.youtube.com/watch?v=enuEDgwFN7Q>

Nous avons communiqué cette nouveauté auprès de la presse à travers l'envoi d'un communiqué ainsi qu'en la mentionnant dans les nouveautés du **dossier de presse Gers 2019**.

APPLICATION EsCapades

Suite à la signature d'un partenariat entre le CDT Destination Gers et la Banque du Tourisme du Crédit Agricole, l'offre Terra Gers® est mise en avant dans l'application «esCapades» !

L'offre Terra Gers® et la Destination Gers bénéficient donc d'un affichage optimisé.

Les données affichées sont issues de l'AGIT32, base de données touristiques départementales, gérée par le CDT, le réseau des Offices de Tourisme et ses partenaires.

Exportation de plus de 1000 Objets d'Informations (OI).

CDT Gers et la Banque du Tourisme du Crédit Agricole - 18 juin 2019
L'appli "esCapades" a été lancée ! Le fruit d'une collaboration entre le CDT du Gers et la Banque du Tourisme du Crédit Agricole, qui a développé le projet. Un outil pour promouvoir tous les prestataires #TerraGers de la destination ! #slowtourisme [escapades.cirivi.com/#!/page-accueil](https://www.escapades.cirivi.com/#!/page-accueil)



Tourisme Occitanie, Région Occitanie, Réseau ATD et 7 autres



Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les actions / campagne de communication

LES SALONS

L'année en bref :

- 14 salons et opérations de communication «Grand Public» / • 4 workshops

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.

Ils favorisent la rencontre des cibles de clientèles selon différents bassins émetteurs et permettent de recueillir des informations relatives à leurs attentes.

Le CDT Destination Gers a été présent sur **14** salons et opérations de communication «Grand Public», tant en France qu'à l'international.

- Salon International du Tourisme, Nantes / du 25 au 27 janvier
- Salon du Mariage, Paris / 26 et 27 janvier Nouveau
- Festival du Voyage à vélo, Roques / le 09 février 
- Salon Navatur, Pampelune (Espagne) / du 22 au 24 février
- Salon International de l'Agriculture, Paris / du 23 au 25 février 
- Salon du Mondial du Tourisme, Paris / du 14 au 17 mars
- Salon Vins et Terroirs, Toulouse / du 15 au 17 mars 
- Salon Sevatur, Irun (Espagne) / du 22 au 24 mars
- Salon Vivre Nature, Toulouse / du 29 au 31 mars 
- Bordeaux Fête le Fleuve / du 20 au 23 juin 
- Marchés Flottants du Sud-Ouest, Paris / du 20 au 22 septembre 
- Saint-Avoid / 19 au 22 septembre Nouveau 
- Salon Vins et Terroir, Toulouse / du 1^{er} au 3 Novembre 
- Gers Entre Pros, Auch / le 2 avril

Chaque présence sur une opération a été une occasion d'asseoir notre notoriété auprès de la presse quotidienne régionale du bassin émetteur concerné, par l'envoi d'un Communiqué de presse et d'une Newsletter en amont.

Le CDT Destination Gers a également été présent sur :

- 4 workshops Presse.

amenant donc à **18** la participation du CDT Destination Gers à des opérations de promotion en 2019.



Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les actions / campagne de communication

LES SALONS FRANCE

LE SALON INTERNATIONAL DU TOURISME DE NANTES

Parc Expo La Beaujoire du 25 au 27 janvier

Cible
auprès du
Grand Public

Spécificité salon :

Le SIT de Nantes, l'un des salons majeurs du bassin Ouest, fêtait en 2019 ses 20 ans. Il accueille chaque année des professionnels de toute la France ainsi que des opérateurs étrangers. Le CDT du Gers disposait d'un stand de 9 m² partagé avec l'Hôtellerie de Plein Air du Gers ; sur un espace Sud-Ouest partagé avec la Haute-Garonne, le Tarn et le Tarn-et-Garonne.

Typologie de clientèle :

Pour la plupart, la clientèle était composée de seniors actifs et senior. Un public fortement camping-caristes et randonneurs. Revenus moyens et CSP+.

Les producteurs gersois :

Sur un espace animations-vente de 18m², le Domaine de Polignac et Terre Blanche, éleveur-producteur de canards gras, ont fait déguster leurs produits locaux.

Les partenaires gersois :

L'Hôtellerie de Plein Air du Gers était présente aux côtés du CDT Destination Gers, représentée par les gérants du Camping le Néri et du Camping Naturiste Devèze, pour promouvoir l'offre départementale.

NOUVEAU

SALON DU MARIAGE, PARIS PORTE DE VERSAILLES

Portes de Versailles - Les 26 et 27 janvier

Spécificité salon :

Le salon du Mariage est devenu un incontournable pour les futurs mariés afin de repérer les dernières tendances ou bien de trouver les prestataires qui les accompagneront le jour J. Photographes, traiteurs, décorateurs, DJ, joailliers, coiffeurs et maquilleurs... Plus de 200 exposants étaient présents sur un espace de 8000 m².

Les prestataires gersois :

12 prestataires gersois se sont unis avec le CDT, sur un stand 60m², afin de rassembler leurs activités autour de la Destination Gers ; le but étant d'attirer de futurs mariés à venir sceller leur union dans le Gers et de former une unité.

Les prestataires présents étaient les suivants :

- 3 lieux de réception : Le Domaine de Baulieu, La Chartreuse de Dane et Le Château du Hajet,
- 1 coiffeuse : Changez d'air,
- 1 fleuriste : Munier Fleurs,
- 1 photographe : Jérôme Narbonne Photographe,
- 2 productrices de vins : le Domaine de Bilé et Le Domaine du Grand Comté,
- 2 traiteurs gascon : Gersement Bon et Le Four Gascon,
- 1 DJ : R.L.S Animation,
- 1 Activité loisir : Quad Concept.

Animations :

Le Domaine de Polignac a assuré des dégustations de ses Flocs de Gascogne et Armagnac, tandis que Terre Blanche, en plus de la dégustation de ses produits, a effectué des découpes de canard et dégustations dans la foulée.

Fréquentation :

Fréquentation en forte baisse par rapport à 2018 : 28 752 visiteurs (-16,42 %). Le samedi a subi de plein fouet le blocage des transports en commun par les Gilets jaunes, justifiant à lui seul la baisse de visiteurs de cette édition. Les visiteurs qui se sont déplacés se sont cependant révélés d'une grande qualité.

En conclusion :

- Fréquentation en baisse par rapport à 2018.
- La Destination Gers bénéficie toujours d'une bonne image et le Gers est reconnu.



Un livret spécial salon, présentant les prestataires, a été créé et édité par le CDT ainsi qu'un communiqué de presse à l'attention de la PQR.

Animations :

Un planning d'animations mettant en avant chaque prestataire a été mis en place sur les 2 jours (démonstrations culinaires, confection de bouquets de mariée, dégustation de vins..).

Typologie de clientèle :

Un public parisien pour la plupart. De tout âge, allant des jeunes couples à d'autres plus âgés. Il y avait également des étrangers.

Fréquentation :

Forte fréquentation en continue sur les deux jours.

En conclusion :

Bien qu'il ne soit pas possible de connaître les retombées pour tous les prestataires, le bilan est positif ! De nombreux contacts ont été établis. Notre objectif de conquête a été atteint avec la séduction de nombreux curieux qui se sont arrêtés pour échanger avec nous ; discussions autour des prestations de mariage bien sûr mais également autour de nos atouts touristiques.





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les actions / campagne de communication

Cible
auprès du
Grand Public

FESTIVAL DU VOYAGE À VÉLO : LA ROUE TOURNE

Roques (31) le 9 février 2020

Spécificité salon :

Le Festival La Roue Tourne est l'un des seuls festivals consacré au tourisme à vélo dans le sud de la France. Le CDT du Gers disposait d'un espace de 6m2.

Typologie de clientèle :

Un public de proximité, toulousain pour la plupart. Ils connaissent le Gers et s'y sont déjà rendus. Des amateurs et des passionnés de vélo et de balades qui viennent à vélo et qui ne souhaitent pas se charger de beaucoup de documentation.

Un flyer sur le tourisme à Vélo dans le Gers a été créé pour cette journée sur 60 exemplaires imprimés, plus de 40 ont été distribués.

Fréquentation :

Faible passage, par vague lorsque les personnes sortaient des conférences.

Mise en avant du VAE : point fort pour un Gers vallonné.

En conclusion :

Manifestation ciblée avec une demande précise sur des circuits vélos.



CDT Gers (Pro) @CDTGers - 9 févr. 2019
La destination #gers est présente aujourd'hui au #festival du #vélo : La Roue Tourne à Roques-sur-Garonne ! Une journée pour faire découvrir les #riches de nos #chemins aux #passionnés du deux roues 🚲 ! #slowtourisme #slow #cyclotourisme



Gisèle Demouret, Département du Gers, Tourisme Occitanie et 6 autres

SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE

Portes de Versailles - Paris du 23 au 25 février

Spécificité salon :

Le Salon International de l'Agriculture de Paris est la plus importante foire agricole de France, très orientée vers le grand public, qui accueillit plus de 670 000 visiteurs en 9 jours en 2018. Le CDT du Gers s'est installé sur le stand du CRT Occitanie durant le premier week-end du Salon, à l'entrée du Pavillon 3, consacré aux régions.

Typologie de clientèle :

Clientèle tout public (Jeunes, Familles, Seniors...) en demande de séjours nature, gastronomie, oenotourisme et patrimoine.



Fréquentation :

Très forte fréquentation sur le week-end, allées bondées, beaucoup de passage du fait de l'emplacement à l'entrée du Pavillon 3.

En conclusion :

Une incontournable opération de promotion de notre Destination. Le Gers, grâce notamment à sa gastronomie et ses produits locaux, bénéficie d'une très bonne image.

Une destination reconnue par les visiteurs.



Philippe Martin @pmartin_32 - 23 fév. 2019
Le #Gers à #Paris
Le #Gers ici !
Bon Salon à tous les agriculteurs du @Gers32 présents au #SIA2019 ainsi qu'à @PrestationsLuis et ses équipes du @CDTGers, et merci à @LaRadio101fm @GisèleDemouret @RibeYvette @chelenet





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les actions / campagne de communication

Cible
auprès du
Grand Public

SALON DU MONDIAL DU TOURISME

Paris - Porte de Versailles - du 14 au 17 mars

Spécificité salon :

Ce salon est «le rendez-vous» incontournable de structures touristiques pour promouvoir et vendre à la clientèle francilienne près de 500 destinations de vacances.

Le Mondial du Tourisme se déroule en parallèle du salon Destination Nature.

Le CDT du Gers disposait d'un stand de 9m².



Typologie de clientèle :

Clientèle en majorité composée de seniors et d'amateurs de destination campagne et nature.

Fréquentation :

Plutôt moyenne, avec des seniors actifs le jeudi et le vendredi. Un samedi très calme lié au blocage de tous les transports en commun parisiens. Un dimanche avec un flux de passage par vague avec un peu plus de familles.

En conclusion :

Fréquentation en baisse par rapport à 2018.

La Destination Gers bénéficie toujours d'une bonne image et le Gers est reconnu.

SALON VINS ET TERROIRS

Parc des expositions - Toulouse - du 15 au 17 mars

Spécificité salon :

Ce salon est le pendant du salon d'automne, organisé avec succès depuis plus de 19 ans à Toulouse. Cette 5^{ème} édition était l'occasion pour les organisateurs d'associer de nouveaux partenaires du monde du vin en général. Cette année encore, nous étions la seule Destination à être présente sur la thématique oenotourisme. Le CDT du Gers disposait d'un stand de 15m².

Typologie de clientèle :

Clientèle assez diverse en fonction des journées : Seniors et connaisseurs du vin le vendredi en journée, plus jeune pour la nocturne du même jour. Le samedi a été très jeune (moins de 25 ans), avec un public intéressé quasi exclusivement par les dégustations. Le dimanche était une journée grand public où se sont mêlés couples, couples d'amis et familles. Les demandes de renseignements portaient sur le vignoble, la nature, le patrimoine, la gastronomie et les activités famille.

Les partenaires gersois :

Elusa Capitale Antique, lieu emblématique au coeur du vignoble gersois était présent à nos côtés lors du salon et a pu se faire connaître du public toulousain.

Fréquentation :

Bonne fréquentation le vendredi, plus basse le samedi et très bonne le dimanche (13 500 visiteurs, 97% de satisfaits).

En conclusion :

Un salon moyen avec une fréquentation faible, dû au très mauvais emplacement, en fond de salle.

Fait doublon avec le salon de l'automne, mutualisé en G4.





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les actions / campagne de communication

Cible
auprès du
Grand Public

SALON VIVRE NATURE

Parc des expositions - Toulouse - du 29 au 31 mars

Spécificité salon :

Pour la 6^{ème} année consécutive, le CDT Destination Gers a participé au Salon Vivre Nature à Toulouse afin de présenter les potentialités du tourisme gersois et notamment de la marque Terra Gers®. Seule Destination présente sur ce salon dédié aux produits bio et bien-être, le Gers, département de campagne par excellence, a pu présenter son environnement naturel, culturel et sociétal au travers d'une sélection d'hébergements, de restaurants, de producteurs à la ferme, d'événements culturels et d'activités de loisirs. Les visiteurs ont pu trouver sur place toutes les informations pour organiser leurs prochaines vacances durables dans le Gers.

Le CDT du Gers disposait d'un stand de 5m2.



BORDEAUX FÊTE LE FLEUVE

du 20 au 23 juin

Spécificité salon :

Les Quais de la Garonne, au cœur du patrimoine mondial de l'Unesco, accueillent une nouvelle fois le rendez-vous incontournable des amateurs de vins : Bordeaux Fête le Fleuve. Consacrée à la découverte des vins de Bordeaux et de la Nouvelle-Aquitaine, il marque cette année, l'ouverture de la saison culturelle «Liberté ! Bordeaux 2019». Ces 4 jours des grands concerts, des animations nautiques, un spectacle nocturne, un feu d'artifice... attirent des dizaines de milliers de visiteurs.

Le CDT du Gers disposait d'un stand de 6m2.

Les prestataires gersois :

La stand Gers était partagé avec le DOMAINE REY, producteur de Porc Noir de Bigorre à nos côtés pour faire la promotion de ses charcuteries haut de gamme avec dégustations gratuites / vente de ses produits.

ELUSA CAPITALE ANTIQUE était également sur cet espace pour promouvoir ses différents sites.

Typologie de clientèle :

La clientèle était principalement composée de seniors le vendredi. Le Samedi et le Dimanche, seniors, couples, familles et amis se sont rendus sur le stand du Gers. Les demandes concernaient la nature, les activités de plein air et la randonnée, le patrimoine, la gastronomie, les activités en famille et les séjours de groupes.

Fréquentation :

Bonne fréquentation dans l'ensemble, répartie sur les 3 jours, grâce notamment à l'emplacement entre 2 espaces de restauration et près des conférences familles.

En conclusion :

Un bon salon à faible coût qui permet de toucher une clientèle de proximité et promouvoir le slowtourisme dans le Gers.



Typologie de clientèle :

Clientèle de tout âge, intéressée par le patrimoine, les festivals, les produits du terroir et le vignoble gersois.

Fréquentation :

Le beau temps qui était au rendez-vous 3 jours sur 4 a invité les bordelais et autres visiteurs à venir sur les quais. Forte fréquentation également due à la Fête de la Musique le 21 juin.

En conclusion :

Une opération intense avec des contacts qualifiés et enthousiastes. Le GERS confirme sa position de destination de proximité pour de nombreux touristes de Nouvelle Aquitaine.





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les actions / campagne de communication

Cible
auprès du
Grand Public

SALON VINS ET TERROIRS

Parc des expositions - Toulouse - du 1^{er} au 3 novembre

Spécificité salon :

Comme le salon de mars, cette manifestation est l'occasion pour les organisateurs d'associer de nouveaux partenaires du monde du vin en général.

Le CDT a participé à ce salon avec les membres du G4, sous une enseigne commune «Vins du Sud-Ouest» pour une meilleure mise en valeur de l'oenotourisme dans le Sud-Ouest. Il y avait donc à nos côtés, les départements du Tarn, de la Haute-Garonne et du Tarn-et-Garonne sur un stand de 15 m2. Une bâche de fond de stand a été créée pour le salon.

Animations :

Un intervenant de l'IVSO était présent sur le stand tout au long du week end pour réaliser des animations et faire déguster les vins des 4 départements.



NOUVEAU

SALON AGRI SYNERGIE

Saint-Avold - les 20, 21 et 22 septembre 2019.

La commune de Fleurance était l'invité d'honneur de la 6^{ème} édition du Salon «Agri Synergie : terre de saveurs et de savoirs» de Saint-Avold (Moselle). Ce sont plus de 25 000 visiteurs qui se sont retrouvés dans un hall de 4 000 m2.

Spécificité salon :

- Le CDT était présent afin de faire connaître la destination Gers.
- Egalement sur place, **8 enseignes représentatives de nos différents savoir-faire** :
 - les laboratoires Méségué de Fleurance (plantes médicinales et cosmétiques),
 - l'association A Ciel Ouvert et le Festival d'astronomie de Fleurance,
 - Croc et Miam (biscuiterie fleurantine),
 - les Délices d'Isabelle (producteur de foie gras à Mauvezin),
 - la Panacée bio (producteur d'ail et notamment noir),
 - la ferme de Bidache de Castéra-Verduzan (charcuterie de porc noir)
 - la cave des Hauts de MontRouge à Nogaro (vins et spiritueux gersois),
 - la ferme de Hitton de Castéra-Verduzan (savon d'ânesse).

Typologie de clientèle :

Les visiteurs étaient majoritairement des seniors, intéressés par la gastronomie. Peu connaissaient la Destination ; ce qui fut l'occasion de les sensibiliser à notre offre à travers la diffusion de nos cartes touristiques et des catalogues Découverte.



CDT Gers (Pro) @CDT.gers - 20 sept. 2019
Le CDT du #Gers est aussi présent ce weekend à #SaintAvold avec la ville de #Fleurance et de nombreux partenaires pour valoriser la Destination #Gers qui est à l'honneur ! Cc @L.Labo_Messague, @FermesdesEtoiles, @AideLomagne, @LBidache, @LafermeduHitton #tourismegers



Tourisme Occitanie, Département du Gers, Philippe Martin et 7 autres



Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les actions / campagne de communication

LES SALONS ESPAGNE

Cible
auprès du
Grand Public

SALON NAVATUR

Pampelune - Espagne - du 22 au 24 février

Spécificité salon :

Salon très fréquenté, qui a attiré 41 266 visiteurs en 2019. Il est important de maintenir notre présence sur ce salon car la Destination Gers n'est pas à ce jour connue.

Typologie de clientèle :

Cette clientèle est habituée à se rendre dans les Pyrénées françaises, sur la côte Atlantique et dans les grandes destinations françaises (Paris, Normandie, Bretagne, Alsace).

La proximité du Gers est un atout (4h), argument de week-end. Le passeport privilège est une bonne accroche.

Animations :

Un intervenant de l'IVSO était présent sur le stand tout au long du week-end pour réaliser des animations et faire déguster les vins des 4 départements.

Intérêts de la clientèle :

Clientèle attentive qui apprécie les circuits, a besoin de supports papier (sauf pour l'hébergement), intéressée par l'Hôtellerie de Plein Air, pour la Toscane française, d'Artagnan, les villages de caractère, la bonne gastronomie et l'oenotourisme.

SALON SEVATUR

Irun - Espagne du 22 au 24 mars

Spécificité salon :

Pour cette première édition à Irun, malgré le changement de site, la météo exceptionnelle et événements nombreux dans la province, le Sevatur a été un rendez-vous obligatoire pour 19 000 visiteurs fidèles venus chercher des idées de séjours pour la semaine sainte, pour des courts séjours et les vacances d'été.

Centres d'intérêt : la découverte, l'itinérance en camping-car, l'itinérance douce (pédestre et cyclo), la famille, l'oenotourisme (dans un second temps).

Hébergement camping et camping-car.

Argument de proximité à faire connaître (2h30).

Retombées média :

Cadena Ser / Onda Cero / El Diario de Navarra / Noticias de Navarra.



Typologie de clientèle :

Pour cette clientèle, d'Artagnan, la Gascogne, la Toscane Française sont des incontournables. Le slow tourisme a également la cote.

Fréquentation :

En baisse mais qualitative (CSP +).

Retombées médias :

interviews ETB -TV / Diario Vasco





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les actions / campagne de communication

L'ÉVÉNEMENTIEL NATIONAL

UNE 20ÈME ÉDITION GIRLY DES MARCHÉS FLOTTANTS DU SUD-OUEST

Paris / du 20 au 22 Septembre

L'organisation de la 20^{ème} année des Marchés Flottants s'est déroulée les 20, 21 et 22 septembre 2019, sous la présidence du Comité Départemental du Tourisme Destination Gers.

Cette année encore, la manifestation était structurée autour de deux espaces d'animation :

- le quai Montebello qui accueillait les 3 stands Tourisme et le marché de producteurs des 3 Destinations.
- le quai de la Tournelle dédié aux animations, à la distribution gratuite de fruits (de 10h30 à 13h et de 15h30 à 18h30) et à l'espace restauration avec le restaurant éphémère le J'Go Marciac les animations rythmées de la banda « Les Kanari's » ont complétés avec succès la mise en valeur des saveurs de nos 3 Destinations.



Pour cette 20^{ème} édition, les Marchés Flottants du Sud-Ouest ont été réalisés dans un contexte particulier après l'incendie de la Cathédrale Notre-Dame mi-avril.

En ce week-end des Journées Européennes du Patrimoine, les Parisiens et les touristes étaient au rendez-vous et sont venus en nombre participer à cette nouvelle édition, alors même que Notre-Dame ne constituait pas un centre d'intérêt de visites.

La météo a été très favorable le vendredi et le samedi mais la pluie du dimanche, à partir de la fin de matinée, a découragé de nombreux visiteurs.

Les diverses manifestations sociales (gilets jaunes, marche pour le climat) du samedi ont probablement privé les Marchés Flottants d'un public ne résidant pas à proximité (fermeture par arrêtés préfectoraux de certaines lignes de métro).

les producteurs gersois

13 producteurs du Gers :

La Ferme d'En Siguès - Domaine Apicole du Pillardon - Domaine de Bilé - La Ferme de Michel - Les Délices d'Aliénor - Domaine Laguille - Melon de Lectoure - Domaine Rey - Foie Gras Liliane Lanusse - Brasserie du Vaillant Fourquet - Domaine d'Embidoure - Domaine de Herrebouc - Maison Tête.

l'espace tourisme

Sur les 3 jours :

- le Gers a distribué plus de 800 documents touristiques dont une majorité de cartes touristiques.
- s'ajoute à cela des badges et cartes postales Marchés Flottants, des crayons, des casquettes et des foulards.
- la nature des demandes était : activités Nature, grands événements, Patrimoine et Plus Beaux Villages de France.





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les actions / campagne de communication

Cible
auprès du
Grand Public

L'ÉVÉNEMENTIEL NATIONAL

Les animations

Les apéritifs géants :

À partir de 18h30, le vendredi et le samedi et à midi le dimanche, des apéritifs géants, offerts par les filières vitivinicoles du Gers (Floc de Gascogne, Armagnac, Côtes de Gascogne), étaient servis sur le quai Montebello. Ces animations permettent d'attirer les passants et de promouvoir nos appellations.

Fruits d'une collaboration entre le Floc de Gascogne et le brasseur le Vaillant Fourquet, deux cocktails ont été conçus et lancés en avant-première pour l'anniversaire des 20 ans des Marchés Flottants du Sud-Ouest.

Ce mariage du Floc de Gascogne et de la bière blonde bio du Gers a su séduire les nombreux passants (1 000 cocktails distribués).

ZOOM SUR L'OPÉRATION SLOW COCKTAILS

Pendant plusieurs mois, une réflexion a été menée entre le CDT, le Syndicat Interprofessionnel du Floc de Gascogne et la brasserie le Vaillant Fourquet afin de créer des slows cocktails à base de deux produits artisanaux, le Floc de Gascogne et la bière Bio du Gers.

De cette union sont nés 2 cocktails dont la sortie en avant-première a eu lieu à l'occasion des 20 ans des Marchés des Marchés Flottants : LE WHITE SLOC, chauffé à blanc et LE RED SLOC, rouge d'émotion.

Ils seront à l'honneur tout au long de l'année 2020 pour fêter les 30 ans de l'appellation d'origine contrôlée Floc de Gascogne mais également ceux de l'interprofession qui est en charge de sa promotion et communication.

Le CDT et le Floc de Gascogne ont travaillé ensemble en partenariat à la réalisation d'une communication punchy, à l'image des cocktails (flyer), et affirmant le positionnement et les valeurs du slow tourisme à la gersoise de la Destination.



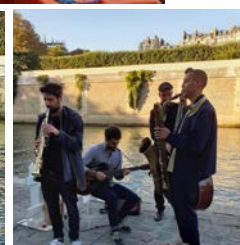
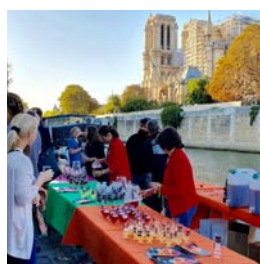
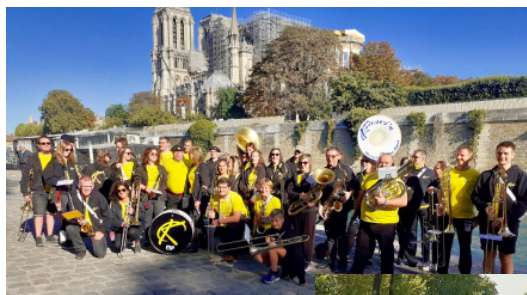
Le concert de Jazz :

Le vendredi soir, pour animer que l'apéritif géant, un concert a été donné grâce au partenariat avec le Festival Jazz In Marciac. Le groupe ZOOT COLLECTIF porté par de jeunes musiciens venus de toute la France, a joué ses morceaux de Jazz : une façon de faire connaître l'univers du Jazz et le Festival de Marciac, mais également la diversité des savoir-faire culturels de nos 3 Destinations.

Le brûlot :

Comme les précédentes années présidées par le département du Gers, le vendredi et le samedi soir, dès 21h, les vigneronnes du Domaine d'Embidouze ont fait découvrir aux visiteurs la magie du brûlot.

Nombreux étaient ceux qui ont assisté à cette démonstration-dégustation.





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les actions / campagne de communication

Cible
auprès du
Grand Public

L'ÉVÉNEMENTIEL NATIONAL

Le quai de la Tournelle

Le Gers Gascogne Expérience avec les Milady® :

Cette année, le Gers a mis en avant son vignoble et proposait une expérience ludique et sensorielle autour des saveurs de ses 6 appellations. Les ambassadeurs des 3 filières viticoles (Floc de Gascogne, Côtes de Gascogne et Armagnac) et les vigneronnes les Bons Crus Milady® (vigneronnes dynamiques et engagées) ont partagé leur passion tout au long du week-end sur cet espace.



La Distribution gratuite de Produits Locaux

Distribution gratuite de 5,5 tonnes de produits du terroir dont 1 tonne d'Ail Blanc de Lomagne du Gers. Celle-ci a rencontré un grand succès avec une file d'attente qui commençait à se former, en général, plus d'une demi-heure avant l'ouverture du stand. Des sachets primeurs invitant à découvrir les Marchés Flottants et à participer à la distribution gratuite ont été distribués par les street-marqueurs.

Les street-marketeurs

Grâce à un partenariat avec l'école de commerce Sud Management d'Agen, 8 étudiants ont été recrutés pour des opérations de street-marketing. Pendant les 3 jours, cette équipe, composée de jeunes gens venus du Sud-Ouest et représentatifs de nos trois départements, a distribué des poches et des flyers afin de capter les passants.





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les actions / campagne de communication

Cible
auprès du
Grand Public

L'ÉVÉNEMENTIEL NATIONAL

Le restaurant éphémère Le J'Go Marciac

Comme l'an passé, un chapiteau ouvert sur la Seine avec un éclairage « guinguette » a été installé pour l'espace restauration qui était ouvert de 12h à 14h et de 19h à 21h30 le vendredi et le samedi, et de 12h à 16h le dimanche. Le J'Go Marciac, a comme signature « omnivore, paysan, durable » ; un résumé du travail entrepris par cette enseigne familiale en faveur du goût, des paysans, et de la qualité nutritionnelle de ses assiettes.

Il représente l'excellence des terroirs du Sud-Ouest et dynamise les idées toutes faites sur la ruralité.

Les clients avaient le choix entre deux menus et une carte de grignotage.

Une carte des boissons avec des vins et jus de fruits des 3 départements a été proposée.

Communication spéciale 20 ans

Pour célébrer l'anniversaire des 20 ans des Marchés Flottants du Sud-Ouest, l'agence TAO a réalisé une nouvelle charte graphique, une identité encore plus festive, qui a été appliquée à tous les éléments de communication cités ci-dessous.

Affichage métro

Pour la première fois, chaque CDT/ADT a eu droit à son affiche personnalisée pour une mise en avant de chaque destination touristique dans le métro parisien.

Sur les 5 faces alignées côte à côte, 3 concernaient donc chacune des destinations, les deux autres faisant la promotion globale de l'évènement.

L'affichage de ces 5 faces a eu lieu du 28 août au 10 septembre à la station Châtelet et du 10 au 24 septembre à la station Montparnasse.

De plus, 200 faces ont été placardées dans les différentes stations de métro du 10 au 23 septembre.

Audience : 4,7 millions de franciliens touchés

Le partenariat, avec la ville de Paris

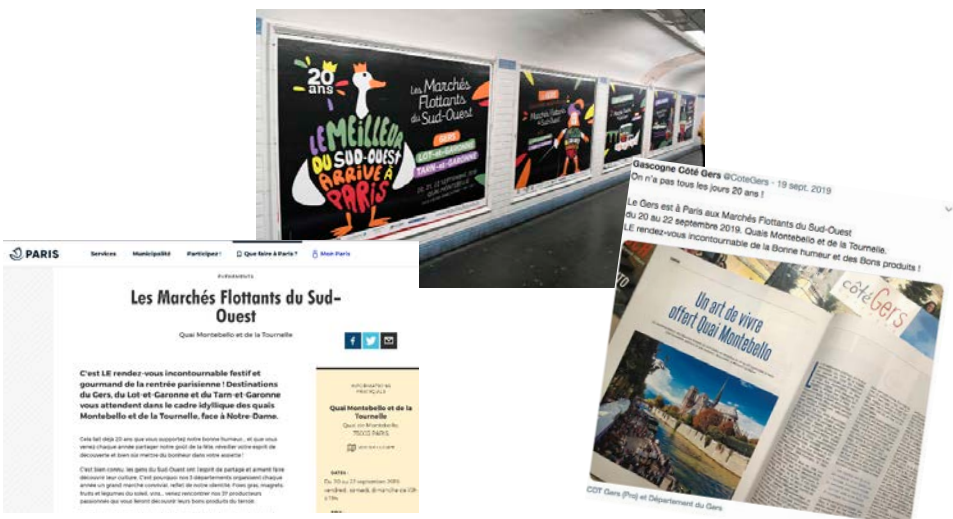
- présentation de l'évènement dans le journal municipal « À Paris »,
- présentation de l'évènement sur les sites « Paris.fr » et « Que faire à Paris »,
- diffusion de 200 affiches dans les mairies d'arrondissement.

Distribution de poches

65 000 poches diffusées :

=> 25 000 poches distribuées en boîtes aux lettres ciblées la semaine de l'évènement, dans les 4e, 5e, 6e, 7e et 8e arrondissements de Paris.

=> 40 000 poches distribuées lors des Marchés Flottants sur l'espace de distribution de fruits, ainsi qu'en street-marketing aux abords de l'évènement par 1 équipe de 8 étudiants de Sud-Management d'Agen.



Partenariat avec le magazine Côté Gers : article de deux pages consacré aux Marchés Flottants du Sud-Ouest dans le numéro de l'été 2019





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les actions / campagne de communication

Cible
auprès du
Grand Public

L'ÉVÉNEMENTIEL NATIONAL

Le site web

Le site internet www.marchesflottantsdusudouest.com a été entièrement mis à jour aussi bien dans ses contenus que dans sa mise en page. Il présente de manière exhaustive l'ensemble de la manifestation et renvoie sur les sites de nos trois CDT / ADT via l'Espace Tourisme. Un espace est également dédié à la presse avec mise en ligne du communiqué et du dossier de presse. Le site a reçu près de 10 000 visites entre le 1^{er} juin et le 30 septembre et a généré près de 26.000 pages vues. 83,5% des visites proviennent de l'Ile-de-France.

Les newsletters

Chaque CDT et ADT a envoyé à la fin du mois d'août et au début du mois de septembre, une newsletter d'invitation de la clientèle francilienne à partir de sa base de données clients sur Paris et l'Ile-de-France ; ce qui représente plus de 100 000 destinataires franciliens touchés.

Documents distribués :

- dépliant tourisme : édité à 9 000 exemplaires,
- flyer producteurs édité à 3 000 exemplaires,
- set de table édité à 2 000 exemplaires,
- cartes postales éditées à 4 000 exemplaires, distribuées sur les stands tourisme et par les producteurs sur leurs étals.

Les badges : 500 badges estampillés Marchés Flottants du Sud-Ouest et 500 badges estampillés Gers ont été édités par le CDT Destination Gers. Plus de 700 ont été distribués gratuitement sur son stand tourisme.

Les tabliers et les Tote bags : des tabliers noirs, spécial 20 ans, ont été créés par le CDT Destination Gers et distribués à l'ensemble des 36 producteurs des 3 destinations.

Des Tote Bags ont également été réalisés par le CDT Destination Gers et offerts aux influenceurs, journalistes, élus et autres invités par les 3 destinations.

L'arche

Autre nouveauté pour les 20 ans des Marchés Flottants, une arche de 4 mètres de haut sur 8 mètres de large signalait l'entrée de l'évènement aux visiteurs. C'est notamment sous celle-ci qu'a été coupé le ruban lors de l'inauguration par la Maire de Paris, Anne Hidalgo et la Présidente de Région, Carole Delga.

Le jeu-concours

Un Jeu-concours a été mis en place à l'occasion des 20 ans des Marchés Flottants. Les participants devaient remplir un bulletin-réponse disponible sur l'espace Tourisme afin de gagner un panier de produits du Sud-Ouest. Le questionnaire incitait les participants à déambuler sur les différents espaces des Marchés Flottants (distribution de fruits, marché de producteurs et espace Tourisme) pour trouver les réponses et compléter le coupon. Les gagnants étaient photographiés et mis en avant sur Twitter et Instagram (story) pour inciter les gens à participer au jeu. Une centaine de personnes a participé au jeu sur les 3 jours, permettant de récupérer 40 contacts pour les newsletters de nos CDT / ADT. Ce jeu a permis de créer de l'interaction avec les visiteurs.





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les actions / campagne de communication

Cible
auprès du
Grand Public

L'ÉVÉNEMENTIEL NATIONAL

Les réseaux sociaux

Les trois CDT et ADT ont largement promu l'évènement sur leurs réseaux sociaux avec une forte présence sur Twitter, Instagram et Facebook. Plusieurs dizaines de publications de promotion de l'évènement, très relayées ont été réalisées avant, pendant (lives tweet, lives facebook et direct Instagram) et après les Marchés Flottants. Les producteurs ont également beaucoup utilisé ce moyen de communication pour annoncer leur présence à Paris.

L'instameet

Les Marchés Flottants ont été l'occasion pour les trois CDT /ADT d'organiser un Instameet, le vendredi soir, pour rencontrer et échanger avec des blogueurs et influenceurs parisiens. Une rencontre conviviale, en petit comité, qui a permis de créer des liens entre les CDT/ADT et les blogueurs présents et faciliter de futures collaborations : plusieurs contacts se sont concrétisés en accueils blogueurs dans nos destinations et d'autres sont à venir.

Sur la soixantaine d'invitations envoyées, 8 influenceurs et journalistes ont répondu présents.

=> 5 ont participé à l'instameet :

- Le Yin du blog « Le Chameau Bleu »
- Gaëlle Pernelle du blog « Mademoiselle Bon Plan »
- Sarah du blog « Le Blog de Sarah »
- Emily Zanize du blog « Travel and Film »
- Vincent Gaudin du « Journal du Trek / Journal du Trail »

Ils ont déambulé dans les différents espaces des Marchés Flottants pour profiter du marché de producteurs, de l'espace animation, d'un apéritif convivial, du concert de jazz, et d'un repas au restaurant éphémère le J'Go Marciac.

=> 3 influenceuses sont passées sur la manifestation et l'ont relayée :

- Marie-Anne Bruschi, journaliste et auteur du Guide du Paris Alternatif
- Margaux Grosman, du blog « À ma sauce »
- Céline du blog « La marinière en voyage »

Cet Instameet a permis de faire la promotion des Marchés Flottants du Sud-Ouest sur les réseaux sociaux des influenceurs participants, qui cumulent plus de 100 000 abonnés.

Les relations presse

Réalisation d'un nouveau dossier de presse (avec la valorisation de nos 3 départements et de nos thématiques communes : le slowtourisme & l'oenotourisme) et de communiqués de presse aux couleurs des 20 ans de l'évènement, envoyés par chaque CDT/ADT à son fichier de presse parisienne ainsi qu'à la presse locale. Ces outils ont également été mis en ligne dans la rubrique Presse du site internet des Marchés Flottants.

Les radios Cool Direct et Hit FM présents sur la manifestation, ont également fait le relais de l'évènement sur leurs antennes.





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les actions / campagne de communication

Cible
auprès du
Grand Public

L'ÉVÉNEMENTIEL GERSOIS

GOÛT DE FRANCE

Du 21 au 24 mars, dans le Gers

Goût de France, anciennement connu sous le nom de Fête de la Gastronomie, s'est tenu en mars, sous l'égide de Terra Gers® !

L'occasion pour l'ensemble des acteurs du tourisme gersois de resserrer les liens et partenariats entre eux, confirmer la Destination Slow Tourisme, faire parler du Gers en mettant en scène les savoir-faire locaux...

- coordination de la communication au niveau départemental (centralisation de l'information, réalisation de communiqué et dossier de presse, conférence de presse), régional (avec le CRT Occitanie) et national (avec le Ministère de l'Economie),
- animation des Offices de Tourisme, des communes gersois Citalow autour de l'organisation de manifestations,
- coordination d'un accueil d'influenceurs.

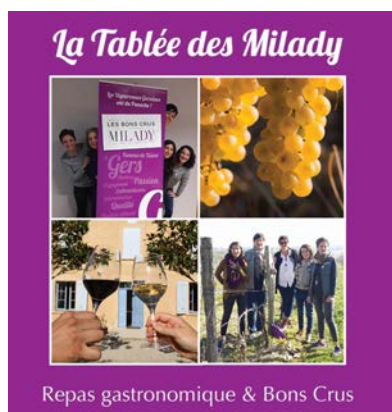


LA TABLÉE DES MILADY®

Le CDT a accompagné les vigneronnes « Les Bons Crus Milady® » dans l'organisation et la communication autour de leur premier événement, la Tablée des Milady, prévu le 28 avril 2019 au Domaine du Grand Comté. Annulation par manque de participants.

Nos actions en amont :

- réalisation d'un flyer,
- relais de l'information sur les réseaux sociaux,
- mise en avant sur la homepage du site www.tourisme-gers.com
- bandeau dans les newsletters Que Faire ce Week-End ?



Événement !

Venez partager « La Tablée des Milady » !
Domaine du Grand Comté - Roquelaure
28 avril 2019 - 11h00

Les vigneronnes du Gers vous invitent à leur table pour un moment de convivialité et de partage autour d'un repas gourmand, accompagné de leurs vins.

INSCRIPTION





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les actions / campagne de communication

Cible
auprès du
Grand Public

LES OPÉRATIONS DE SÉDUCTION

L'année en bref :

- présence du CDT à la soirée des internes
- accueil de participants dans le cadre de Fresh Circus
- relais et intermédiaire organisation venue du Club Galaxie

SOIRÉE DES INTERNES EN MEDECINE EN STAGE DANS LE GERS



L'objectif de cette soirée d'accueil nouvelle formule : favoriser les échanges sur les points d'intérêts des internes, qu'il soit au début ou à la fin de leur internat, garder un côté convivial et festif, emblématique du Gers et propices aux échanges.

Chaque « guinguette thématique » était tenue par plusieurs intervenants identifiés parmi les professionnels de santé mais également des professionnels qui ne relèvent pas du monde de la santé.

Présence du CDT lors de cette soirée pour présenter les atouts touristiques de la Destination Gers.

FRESH CIRCUS - partenariat CIRCA

Dans le cadre du séminaire international FRESH CIRCUS#5 qui s'est déroulé du 21 au 24 octobre 2019, en plein cœur du Festival de cirque actuel CIRCa, le CDT a participé à l'activité « Explorations cirque », un jeu de piste organisé au cœur de la ville d'Auch.

Les participants au séminaire, répartis en groupe de 8 à 15 à personnes, ont sillonné la haute ville avec un itinéraire prédéfini, pendant une matinée. Ils découvrirent ainsi 3 lieux (privés, publics, commerces...) au sein desquels se sont déroulées des rencontres d'environ 30 min.

Elles sont animées par un artiste de cirque et/ou une compagnie et un professionnel du tourisme autour de la thématique « tourisme - culture ».

Le CDT a accueilli ces participants et a présenté son activité touristique mis en avant le partenariat tourisme-culture.



CDT Gers (Pro) @CDTLgers · 23 oct. 2019

Le CDT #Destination #Gers accueille le Fresh Circus, #seminaire international des professionnels du #cirque, et réaffirme les liens entre #Tourisme et #Culture ! Une vision économique, politique, d'attractivité et de notoriété. Le Gers est une terre de #rencontre et d'échanges !



CLUB GALAXIE

Basé à la Cité de l'espace qu'il soutient, le Club GALAXIE regroupe une centaine d'entreprises et institutions qui représentent 18 000 emplois industriels et de service en terre toulousaine. Le Club GALAXIE œuvre pour le développement du spatial, de l'aéronautique et de l'économie régionale en partageant son goût pour l'aventure technologique et l'entrepreneuriat. Le Club GALAXIE contribue également à la promotion et au développement de l'image de Toulouse et de la Région Occitanie.

Le Club GALAXIE organise régulièrement des rencontres - ouvertes à tous - avec des personnalités du monde économique ou institutionnel.

Focus

Le CDT a été un des relais et intermédiaire pour l'organisation de la venue de 50 personnes du Club GALAXIE sur Lecture les 28 et 29 juin 2019.

L'objectif de leur venue était de faire connaître le Gers du point de vue culturel, œnologique et gastronomique...



Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété les actions / campagne de communication

Cible
auprès du
Grand Public

LES CAMPAGNES DE SÉDUCTION

L'année en bref :

- 52 jours de visibilité pour notre Destination !
- participation à la 1^{ère} campagne de communication touristique collective nationale organisée par le CRT Occitanie.

CAMPAGNE DIGITALE AÉROPORT DE TOULOUSE-BLAGNAC

Diffusion d'un spot vidéo Tourisme sur écran géant (8m x 8m), en alternance avec les spots du Conseil Départemental du Gers et Gers Numérique, pour une visibilité du Gers toute l'année, à la sortie de l'aéroport Toulouse-Blagnac, pour toucher un maximum de visiteurs.

Planning de diffusion du clip Destination Gers

- Tous les vendredis et samedis, du 26 avril au 26 octobre.
- Les ponts :
 - du vendredi 19 au lundi 22 avril,
 - du mercredi 1^{er} au dimanche 5 mai,
 - du mercredi 8 au dimanche 12 mai,
 - du jeudi 30 mai au dimanche 2 juin,
 - du vendredi 7 au lundi 10 juin,
 - du jeudi 15 au dimanche 18 août,
 - du vendredi 1^{er} au dimanche 3 novembre,
 - du vendredi 8 au lundi 11 novembre.



CAMPAGNE RÉGIONALE #ON ATTEND QUE TOI

Le CDT du Gers, en partenariat avec l'Office de Tourisme Grand Auch Coeur de Gascogne, a participé à la campagne digitale #Onattendquetoi, première campagne de communication touristique collective nationale lancée par le Comité Régional du Tourisme Occitanie.

- du 11 mars au 6 avril, le CRT Occitanie a proposé aux internautes de partager le meilleur de l'Occitanie en photos, en les publiant sur Instagram avec le hashtag #OnAttendQueToi.

Une étape suivie d'une campagne de communication nationale dans les gares, aéroports...

- du 1^{er} mai au 30 juin, les clichés retenus ont été déclinés au travers d'une campagne on-line organisée par les ADT/CDT d'Occitanie.

- sur cette campagne, le CDT Destination Gers a bénéficié de bannières qui ont pointé vers une expérience famille, co-construite avec l'Office de Tourisme du Grand Auch Coeur de Gascogne via Google Search, Social Ads, et Google Display.





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les outils de communication dédiés

Cible
auprès des
influenceurs

L'année en bref :

- 1 dossier de presse général / dossiers de presse thématiques
- 6 Newsletters GersInfos
- 2 780 visites et 4 550 pages vues sur le site pro

LES DOSSIERS DE PRESSE

DOSSIER DE PRESSE GÉNÉRAL

Le CDT Destination Gers dispose d'outils propres pour informer et séduire la presse autour des atouts majeurs du département. Chaque année est ainsi publié un dossier de presse général portant sur la Destination avec ses nouveautés (français, espagnol, anglais).

Il a été adressé en début d'année aux principaux médias nationaux généralistes, spécialisés dans le tourisme (voyages, art de vivre, bien-être, ou encore féminins, gastronomiques...) et distribué tout au long de l'année à chaque échange effectué avec un influenceur.

DOSSIER DE PRESSE OENOTOURISME

Mise à jour du dossier de presse Oenotourisme avec mise en avant des vigneronnes Les Bons Crus Milady® (présentation du groupement, portraits...).

Partenariat avec le CRT OCCITANIE

Contributions aux dossiers de presse thématiques régionaux :

- nouveautés
- rugby,
- thermalisme,
- gallo-romanité,
- nautisme,
- grands sites occitanie

LA NEWSLETTER GERSINFOS



Après 10 ans de succès, le musée des Amériques-Auch a été élu « musée de l'année 2015 » par le magazine L'Espresso.

Musée des Amériques - Auch
Le musée des Amériques - Auch a été élu « musée de l'année 2015 » par le magazine L'Espresso. Cette reconnaissance internationale est le résultat d'un travail remarquable de médiation et de valorisation du patrimoine.

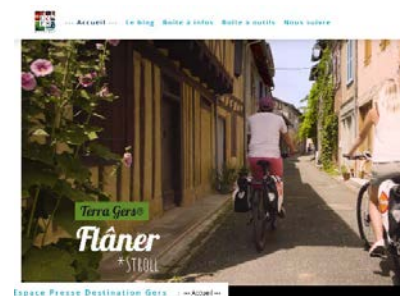


EL USA
Le magazine EL USA a été élu « magazine de l'année 2015 » par le magazine L'Espresso. Cette reconnaissance internationale est le résultat d'un travail remarquable de médiation et de valorisation du patrimoine.

LE CRU DE LA TERRE OCCITANIE
Le magazine LE CRU DE LA TERRE OCCITANIE a été élu « magazine de l'année 2015 » par le magazine L'Espresso. Cette reconnaissance internationale est le résultat d'un travail remarquable de médiation et de valorisation du patrimoine.

L'ESPACE PRESSE presse.tourisme-gers.com

Lancement du nouvel espace presse dédié aux influenceurs (journalistes, blogueurs...). Il donne la part belle à l'expérience de voyage, aux portraits, et son contenu permet aux influenceurs de trouver la matière pour rédiger facilement posts et articles. Il comprend un espace « ressources » (dossiers de presse départementaux en téléchargement ainsi que ceux de tous les prestataires touristiques majeurs, accès à la médiathèque, à la revue de presse...) et présente également nos actualités dans un blog (coups de cœur, agenda).



Focus

- refonte de l'espace Presse
- montage des pages, redirection du domaine
- gestion du référencement



Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les opérations de séduction

Cible
auprès des
influenceurs

WORKSHOPS PRESSE - OPÉRATIONS DE SÉDUCTION D'INFLUENCEURS en France et à l'étranger FORUM DEPTOUR Paris - 14 & 15 janvier 2019

Le grand rendez-vous de la presse à Paris où les journalistes viennent chercher de nouvelles idées de reportages...

38 influenceurs rencontrés : Au fil des lieux, Récrémag, Campagne Décoration, Dandy / Voyager luxe / Excellence magazine, Claireenfrance.fr, JT 13h – TF1, Le coin des voyageurs / webzine Enfrance aussi. fr, Femme Actuelle, Le blog de Gilles Pudlowski, Les Echos Week-end, Food Ile Le Mag, La quotidienne du tourisme, France 2 – C'est au programme !, Trip in Wild, Le Télégramme de Brest, Le Monde du Camping-Car, Côté Sud / Mag Sud Ouest, Autoretro, Les Globe Blogueurs, Guide vert Michelin, Profession la vie, mafamilleen.com, L'évasion des sens / Petites affiches, Michelin voyage, A/R Magazine, Magcentre, France.fr, Géo (hors série) / Marie France / Le Journal des Femmes / Tour Hebdo, JCG 48 (50,6K), Quotidien du tourisme / Aletheia (actus religieuses) / Hôtels & Lodges (5*), Leroutard.com, Agence de com Bergamotte, Le Monde, Les Coflocs, Histoire et Découvertes Patrimoine, Régala, Europe 1

MEDIATOUR GLENAKI Nouveau

Bruxelles (Belgique) - 28 février 2019
Partenariat avec les CDT / ADT 31, 81 et 82

14 influenceurs rencontrés : Vlamse Kampeertoeristen, Mag Rotary / Op Weg, Play Golf, Reisoesting.be, La Terre est un jardin, blog Justetara.com, Tasted 4 You, Le Soir magazine / le VIF / Le Soir, blog Du Monde au Tournant, KW Weekend, Pedalar magazine, Feeling / Gael, Plus Magazine, blog Getoutoftown.be

CDT Gers (Pro) @CDTLgers - 25 mars 2019
[WORKSHOP PRESSE] Le CDT #Destination #Gers, aux côtés des Adt/Cdt 31 - 81 - 82, se prépare à séduire les #médiatours britanniques à l'occasion du @TravMedia_UK ! #IMM2019



Presse Occitanie Sud de France, La Dépêche 32, Tourisme Tarn et

CDT Gers (Pro) @CDTLgers - 14 janv. 2019
Le CDT du #Gers est à #Paris pour le #Forum Deptour, rendez-vous incontournable #media ! Deux journées de présentation des nouveautés 2019 de la #Destination aux influenceurs, et aux journalistes de la #presse nationale ou spécialisée dans le #tourisme. #tourismegers



ame Occitanie, Département du Gers, Gers/Bleu et 6 autres

CDT Gers (Pro) @CDTLgers - 28 fév. 2019
Le CDT #Destination #Gers est au #workshop #presse organisé par @glenaki à #Bruxelles ! Une opération en partenariat avec @PressTourisme82, @TourismeTarn et @TourismeHG. Plus de 120 #influencers sont attendus ! #tourismegers #media



s, Gers/Bleu et 7 autres



Tourisme Occitanie, Département du Gers, Midi-Pyrénées et 8 autres





Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les opérations de séduction

Cible
auprès des
influenceurs

WORKSHOPS PRESSE - OPÉRATIONS DE SÉDUCTION D'INFLUENCEURS en France et à l'étranger

Le CDT a organisé en 2019 **20 accueils de presse**, soit 26 médias, seul ou avec ses partenaires (CRT, OT, filières, prestataires privés), sur ses thématiques prioritaires.

À noter, à titre d'exemple, la venue de :

- l'ANWB (partenariat HPA),
- RécréMag (partenariat avec des Offices de Tourisme Grand Auch Coeur de Gascogne, Gascogne Lomagne, Ténarèze),
- 6 médias à l'occasion de l'ouverture de l'hôtel Le Collège des Doctrinaires (partenariat Valvital), > du Figaro Magazine et du Sunday Times Travel Magazine (partenariat CRT Occitanie),
- blogueuses Le Blog de Sarah, Travel & Film (partenariat ADT82)
- Op Weg (partenariat ADT82/31/81)

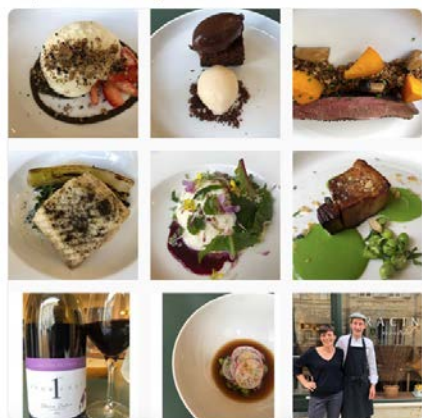
CDT Gers (Pro) @CDTLgers · 2 avr. 2019

[ACCUEIL DE PRESSE] C'est parti pour 4 jours de #découverte du #Gers pour le #blogueur néerlandais de @FrankrijkPuur 🇳🇱 ! Au programme : #patrimoine, #culture, #gastronomie et #nature ! 🍷 #Slowtourisme



CDT Gers (Pro) @CDTLgers · 24 avr. 2019

Nouvel accueil de #presse pour le CDT qui reçoit @gillespudowski, célèbre chroniqueur gastronomique, et #rédacteur en chef du #blog "Les pieds dans le plat" ! Début des réjouissances au #restaurant Racine de #Lectoure, top départ de 3 jours sur les traces du #goût du #Gers !



Tourisme Occitanie, Département du Gers, Ville de Lectoure et 7 autres

CDT Gers (Pro) @CDTLgers · 16 avr. 2019

Nouvel accueil de #presse pour le CDT du #Gers qui reçoit 2 journalistes du @giroscopovlaja pour 4 jours de #découvertes au coeur de nos #territoires. Début des réjouissances à l'Echappée Belle de L'Isle-Jourdain et à la brasserie Jean Brasse de Gimont ! #tourismegers



Tourisme Occitanie, Département du Gers, La France en Espagne et 7 autres

L'année en bref :

240 accompagnements individuels et personnalisés d'influenceurs

Par ailleurs, le CDT a également organisé **des conférences / événements presse**.

A noter à titre d'exemple :

- présentation de la programmation de la FÊTE DE LA GASTRONOMIE, au CDT (mars)
- lancement de la saison des MARCHÉS TERRA GERS®, sur le marché de Fleurance (juin)
- présentation de la nouvelle édition du festival MUSIQUE EN CHEMIN, au CDT (juillet)
- présentation du groupement de vigneronnes Les Bons Crus Milady® à la presse parisienne, dans la boutique de l'Armagnac Castarède, amont des Marchés Flottants du Sud-Ouest (septembre).
- instameet aux Marchés Flottants du Sud-Ouest, à Paris (septembre).

Enfin, le CDT prodigue également une assistance technique en matière d'informations, visuels...

CDT Gers (Pro) @CDTLgers · 5 mars 2019
Présentation conviviale du programme de la #fête de la @gastronomie_ #GoutDeFrance à la #presse ! Le #goût du #Gers à l'honneur du 21 au 24 au cœur des #territoires de notre #destination ! Soyons tous #ambassadeurs la #gastronomie gersoise ! fete-gastronomie-gers.jimdo.com/le-programm



CDT Gers (Pro) @CDTLgers · 19 sept. 2019

Quand nos vigneronnes des #BonsCrus Milady débarquent à @Paris pour séduire la #presse, ça passe dans la boutique @Castarede dans une ambiance #girly et conviviale 🍷 🇫🇷 ! @ParisLeTaime #tourismegers



Philippe Martin, Gisèle Biemouret, Terre de Vins et 7 autres



Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les opérations de séduction

Cible
auprès des
TO/
Voyagistes/
Pro

LES ÉDUCTOURS / PRÉ-TOURS

Poursuite des actions de séduction vis à vis des organisateurs de voyages français et étrangers.

TOURISME GOURMAND EN OCCITANIE

Le CDT soutien l'association Tourisme Gourmand en Occitanie, composée de différents domaines et fabriques d'Occitanie et du Gers. Cette association propose des journées ou séjours gourmands chez un ou plusieurs membres de l'association. Cela s'adresse aux professionnels qui cherchent une prestation «clé en main» ou «sur mesure» pour leur team building.

Le CDT a participé à la rencontre du jeudi 24 octobre à la Maison Ramajo à Dému.

DESTINATION OCCITANIE

Circuit : les Pyrénées, les Mousquetaires et l'armagnac

Partie Gers : Arrivée à Lupiac, visite du Domaine Armagnac Delord, déjeuner à la Falène Bleue et visite guidée de la ville d'Auch.

Participants :

13 tours opérateurs internationaux et agences de voyages ont été reçus le dimanche 31 mars 2019 :

- JTB France - Agence de voyage
- MARCO POLO INTERNATIONAL - Association
- FRANCE EUROMANCE VOYAGES - Agence de voyage
- PHILIBERT TRAVEL&EVENTS - Agence de voyage - Autocariste
- ACCES ORGANISATION/ Aora EVENTS - Agence de voyage
- PANDA VOYAGES - Réceptif
- PERIGORD WELCOME - Agence de voyage
- ALLER SAFRAN - Association
- ORA VOYAGES - Agence de voyage
- UNLIMITED TRAVEL AGENCY - Réceptif
- JUMBO TOURS France - réceptif



RENDEZ-VOUS EN FRANCE

Circuit : Grand Sites d'Occitanie autour des vignobles de Fronton, du Cahors Malbec et de l'Armagnac

Partie Gers : Visite de l'Office de Tourisme de la Tenarèze, Déjeuner au restaurant Bistronomique La Falène Bleue, visite du Domaine Armagnac Delord, installation à l'Hôtel de Beaulieu, visite du Domaine de Grand Comté.

Participants :

12 tours opérateurs internationaux ont été reçus le dimanche 17 et lundi 18 mars 2019 :

- ROBIN TOURS - Autriche
- KIA ORA TRAVEL
- BON TOUR - Russie
- UNIVERSAL TOUR
- MGM OPERADORA - Brésil
- MAGNOLIA VACATIONS - USA
- L'OCCITANE VOYAGES - Italie
- IN TRAVEL.IT
- VIA TRAVEL
- BELVEDERE - Israël
- FRT OPERADORA
- ALPINA - République Tchèque

CDT Gers (Pro) @CDTLgers · 17 mars 2019

[PRETOUR RDVF] Le cdt #Destination #Gers accueille 12 tours opérateurs internationaux à la découverte du #vignoble, de la #gastronomie et du #patrimoine gersois. Première étape à l'office de #tourisme de Montréal-du-Gers avec dégustation de @ChateauDeMonluc #tourismeoccitaniepro



Département du Gers, Philippe Martin, GiseleBlémouret et 6 autres

CDT Gers (Pro) @CDTLgers · 17 mars 2019

[PRETOUR RDVF] 2ème étape dans le #Gers pour nos professionnels du #tourisme : Lannepax avec son #restaurant @LesTablesduGers La Falène Bleue et l'@ArmagnacDelord. #TourismeOccitaniePro



Département du Gers, GiseleBlémouret, Armagnac (Official) et 5 autres

Ces actions de séduction sont organisées en partenariat avec le CRT Occitanie



Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les opérations de séduction

Cible
auprès des
TO/
Voyagistes/
Pro

L'année en bref :

- 1 500 visites et 5 430 pages vues. site groupe
- 1 salon professionnel / • 1 Doc Market (64)

LE SITE DÉDIÉ DE SÉDUCTION

LE SITE DÉDIÉ À L'ACCUEIL DES GROUPES www.groupe-tourisme-gers.com

Le CDT Destination Gers continue de développer ses outils en direction des clientèles groupes.

Pour répondre à leurs attentes, le site dédié qui met en avant un potentiel touristique ainsi que des entreprises départementales qualifiées a évolué.

Le site dédié propose différentes prestations pour les Organisateurs de voyages, de séminaires, Tourisme d'Affaires, Incentive, secteur MICE :

- à la carte (e-manuel de vente)
- idées journées et séjours : réorganisation de la rubrique avec présentation de l'offre par territoire et par thématique
- offres « sur mesure » : nouvel onglet permettant de demander des cotations groupes directement aux structures qui ont l'immatriculation permettant de le faire,
- séminaires,
- mariage : nouveau (promotion de prestations dédiées à l'organisation de mariages),

Focus :

- Refonte du site dédié aux groupes avec mise en avant :
par thématique, des entreprises touristiques accueillant du groupe dans « à la carte » des « idées de journées & séjours » par thème ou par Territoire de tous les acteurs touristiques autorisés à commercialiser de tous les acteurs touristiques autorisés à commercialiser pour proposer une offre sur mesure aux organisateurs de la thématique « séminaire » qui renvoie vers le contact pro de l'UMIH32 mais aussi vers les entreprises touristiques identifiées comme accueillant du groupe d'une page « mariage » : en cours de construction,
- Ce site dédié qui fait la part belle aux images, vidéos et réseaux sociaux est alimenté par l'AGIT, base de données touristiques départementale.



LES SALONS / RENCONTRES PROFESSIONNELLES

GERS ENTRE PROS EN BREF :

Maison de Gascogne le 2 avril

Spécificité salon :

Organisé par une association de professionnels gersois, cette journée a pour objet de faire découvrir, d'informer et de promouvoir, auprès des responsables de TPE/PME et de CE, les produits et services proposés par les professionnels gersois de tous les secteurs d'activités.

Typologie de clientèle :

Une clientèle pro avec pour la plupart des représentants des chefs d'entreprise ou de CE qui recherchent des idées pour leurs employés.



Fréquentation :

Passage moyen pendant la journée. La soirée exposants permet d'échanger avec les différents professionnels gersois.

En conclusion :

Journée qui permet d'entretenir le lien entre le CDT et les professionnels gersois.



LE DOC'MARKET 2019 :

Le CDT a participé à l'échange de documentation du mardi 9 avril au Château de Crouseilles (64). Organisé par l'ADT Béarn Pays Basque, il a permis au CDT de fournir la documentation départementale 2019 aux différents visiteurs professionnels et échanger avec les exposants présents sur le forum.



Promouvoir la Destination Gers et asseoir sa notoriété : les opérations de séduction

Cible
auprès des
TO/
Voyagistes/
Pro

L'année en bref :

- 8 rencontres personnalisées
- 3 formations
- 2 grands rendez-vous

LA NEWSLETTER GERS TOUR

2 newsletters dédiées aux professionnels du voyage (TO, agences de voyage...) sont envoyées chaque année (mai et octobre 2019) afin de communiquer nos nouveautés (hôtels, musées, visites...).

LES RENDEZ-VOUS PRO 2019 DE LA DESTINATION GERS

Le CDT Destination Gers a adressé à tous les acteurs du Tourisme du Gers par courrier, la plaquette "Les rendez-vous Pro 2019".

Cette nouvelle formule permet à tous d'être informé des divers rendez-vous, ateliers, éducteurs programmés ou que le CDT programmera au fil des semaines.

En effet, cette année, les ateliers personnalisés, les rencontres Clubs, les journées portes ouvertes, les éducteurs... seront communiqués via les actugers par trimestre pour vous permettre de vous inscrire au fur et à mesure et en fonction de vos besoins.



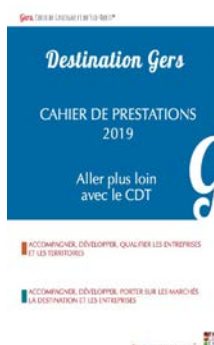
A noter entre autre :

- 14 février : l'atelier "création de site web avec Jimdo" dédié aux professionnels de l'ADEAR
- 12 avril : les Rencontres du Tourisme à Condom sur le thème "Tourisme & Culture" organisées par le CDT, l'Office de Tourisme de la Ténarèze et la Mairie de Condom
- 20 mai : l'éducteur de Printemps organisé par le CDT
- 20 juin : la journée nationale "SlowTourisme" à Samatan organisée par la DGE.

Rencontres personnalisées d'entreprises touristiques :

- La Ferme aux Buffles,
- Circa,
- Main Harmonique,
- Échappée Belle Belle,
- Elusa, Capitale Antique,
- Musée des Amériques_Auch,
- Maison Ramajo,
- Salon des Antiquaires Terraube.

Ces rencontres personnalisées permettent de faire le point sur leur activité et leur proposer un accompagnement personnalisé issu du Cahier des Prestations.



Destination Gers

Enjeu 4
observer, connaître sa clientèle, des outils
d'observation & d'analyse





Observer, connaître sa clientèle, des outils d'observation & d'analyse

L'Observation Économique fait partie des missions assurées par le CDT Destination Gers qui est :

- en charge du suivi et de la mesure de l'activité touristique départementale,
- au service de l'ensemble des acteurs du tourisme gersois.

Dans le cadre de ses missions, l'Observatoire Économique met à disposition :

- le suivi et l'analyse de l'offre touristique au niveau départemental et infra-départemental,
- les enquêtes de conjoncture : tendances de l'activité en cours de saison (mai à septembre),
- les enquêtes de fréquentation dans les hébergements marchands (hôtels, campings, villages vacances, résidences de tourisme, locatif,...),
- des études et des enquêtes sur le comportement et le profil des clientèles,
- la mesure de la fréquentation des territoires..., du patrimoine, des loisirs, de l'événementiel,
- l'analyse de la performance des outils numériques,
- les fiches marchés,
- le bilan économique.

Les missions menées sont en réseau avec l'observatoire régional du tourisme du CRT Occitanie, en partenariat avec les observatoires des ADT/CDT de la région.

LE SUIVI DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

FLUX VISION TOURISME

En partenariat avec le CRT Occitanie, dans le cadre de la poursuite, de la mutualisation de l'étude des Flux touristiques, commande via le CRT du dispositif Flux Vision Tourisme développé par Orange.

Le principe de cette méthode est de convertir les données mobiles en séries d'indicateurs touristiques pour la mesure des flux sur une zone géographique.

Les données mobiles collectées font l'objet d'un redressement tenant compte du taux de pénétration mobile et des parts de marché de chacun des opérateurs.

Cette méthode permet, pour la première fois, de distinguer les différents types de publics : résidents, excursionnistes, touristes sur des territoires pouvant être de niveau départemental et infra-départementaux :

- analyse des données 2018 avec résultats infra départementaux ; publication des résultats dans le bilan économique 2018 ; mise en évidence des spécificités des territoires départementaux,
- réalisation d'un premier bilan du tourisme de la Destination Gers de janvier à septembre 2019 avec les données,
- présentation des résultats en comité territorial aux OT, Communautés de Communes, PETR...
- suivi des travaux avec le CRT Occitanie.

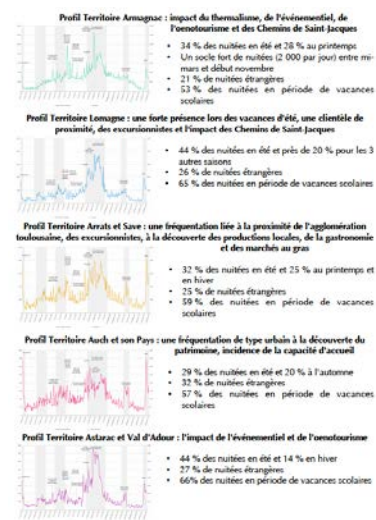
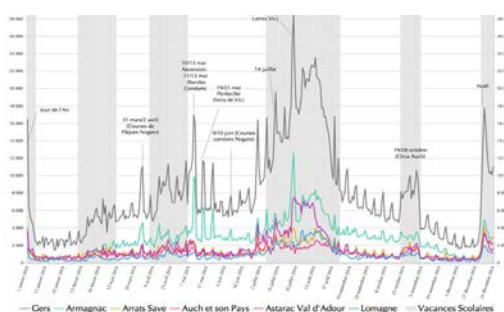
Focus

Flux Vision Tourisme Territoires (départemental, infra-départemental) :

Pour la 2^{ème} année, des données infra départementales couvrant l'ensemble du Département viennent compléter les résultats de niveau départemental. Les zones infra-départementales étudiées : Armagnac, Lomagne, Arrats et Save, Auch et son pays, Astarac et Val d'Adour.

Ces données nous ont permis de mettre en valeur les spécificités de chaque territoire.

Elles ont fait l'objet d'une présentation sur les territoires au mois de mai auprès des acteurs du tourisme gersois (OT, prestataires, filières...).



CDT Destination Gers BILAN 2018 Flux Touristiques/Caractéristiques des territoires Page 3



Observer, connaître sa clientèle, des outils d'observation & d'analyse

ENQUÊTE DE FRÉQUENTATION DES HÉBERGEMENTS

- suivi des enquêtes de fréquentation « hôtels, campings » dans le cadre de conventions de partenariat avec l'INSEE et le CRT,
- suivi et exploitation des résultats des enquêtes sur les autres modes d'hébergement : villages de vacances/résidences de tourisme (INSEE, national et régional), locatif et chambres d'hôtes (CRT, régional et départemental)
- les données recueillies dans ces enquêtes nous permettent de communiquer les taux d'occupation, nuitées, arrivées, la proportion de la clientèle étrangère, les principales nationalités...

SUIVI DE LA CONJONCTURE

Partenariat avec le CRT Occitanie dans le cadre d'un dispositif régional d'enquête de conjoncture (système Obsetour) d'un panel complémentaire interrogé par mail (évènementiel, thermalisme, centrale de réservation).
ATOUT France / Tourisme et territoires : réponses aux questionnaires en ligne.

Focus

- 1 200 professionnels interrogés par mail et par téléphone,
- 5 vagues mensuelles : avant-saison-mai, juin, juillet, août, septembre cumulé au bilan de la saison estivale,
- rédaction d'une note de conjoncture (mensuelle et bilan de la saison estivale) et diffusion via @ctuGers, organismes, Presse PQR...

BILAN ÉCONOMIQUE ANNUEL

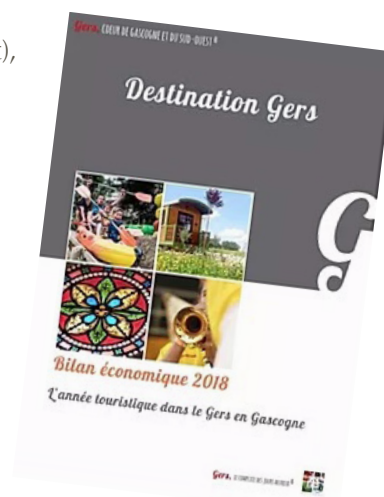
Ce bilan annuel réalisé au cours des 4 premiers mois de l'année est basé sur :

- les données Météo France,
- l'analyse des enquêtes INSEE de fréquentation des hébergements « hôtels », « campings », villages de vacances et résidences de tourisme (en partenariat le CRT Occitanie),
- la collecte des fréquentations et données sur l'ensemble de l'offre touristique pour l'année (OT, sites et monuments, équipements et activités de loisirs, tourisme technique, évènementiel...),
- les indicateurs flux vision tourisme,
- l'analyse et la mise en forme des résultats.
- en partenariat avec le Conseil Départemental du Gers, cartographie de l'offre hébergement et fréquentation des activités de loisirs, l'évènementiel...,
- rédaction et diffusion du bilan principalement en format électronique,
- la mise à disposition de « focus bilan » via @ctuGers et le site pro.

En 2019, le bilan a été reformaté pour être plus efficace, les focus ont été revus afin de compléter le bilan que vous retrouvez sur le site pro : <https://www.pro.tourisme-gers.com/bilans>

Focus

- reconduction des questionnaires (oenotourisme, évènementiel) pour évaluation 2018 ; préparation et restitution des données dans le cadre de l'animation des clubs de prestataires,
- intégration de données TIC (indicateurs de fréquentation des sites internet), de données liées au tourisme durable (écofestivals Terra Gers®),
- valorisation de ces données sur le bilan 2018,
- Focus sur les Clubs et notamment Passeport, « Bons Crus d'Artagnan® », Évènementiel.





Observer, connaître sa clientèle, des outils d'observation & d'analyse

LE SUIVI DE LA DEMANDE / ENQUÊTE SATISFACTION / ÉTUDES

ÉVALUATION ÉVÈNEMENTIEL

Finalisation du cycle d'étude des grands événements gersois avec l'outil Flux Vision Tourisme (proposition sans suite à l'offre circuit de Nogaro) ; synthèse et données de cadrage départementales (été 2019)

Avec la Communauté de Communes d'Artagnan en Fezensac et l'Office de Tourisme, approfondissement de la démarche avec la couverture de l'ensemble des événementiels du territoire (Pentecotavic, Tempo Latino, Festival d'Artagnan et étude des dépenses d'organisation – ventilation géographique (2019/2020).

Action différée en 2020 : les mauvaises conditions météo le jour du festival d'Artagnan à Lupiac n'ont pas permis la réalisation de l'enquête de clientèle sur site.

ENQUÊTE RÉGIONALE DE CLIENTÈLE OCCITANIE

Malgré les relais via newsletters, réseaux sociaux, informations auprès des partenaires gersois, le nombre de répondants gersois est resté inférieur au quota nécessaire pour l'obtention de résultats personnalisés Gers.

Des données de cadrage seront cependant disponibles ainsi que des résultats par thématique / domaines d'activités / espaces au cours du 1^{er} semestre 2020.

ÉTUDE DÉPARTEMENTALE DE CLIENTÈLE

Elaboration d'un premier cahier des charges basé sur un cofinancement.

Après consultation des partenaires territoriaux (PETR, OT, SCoT) et l'impossibilité de trouver un partenariat financier, une consultation a été lancée et un second cahier des charges a été élaboré en fin d'année sur une étude de clientèle qualitative (format tables rondes) autour du marqueur qualité Terra Gers®, du positionnement de la Destination Gers tourisme durable, slow tourisme (étude réalisée en 2020).

ÉTUDE DE NOTORIÉTÉ DESTINATIONS

Participation à l'élaboration du cahier des charges de l'étude (ADT CDT CRT Occitanie) ; étude réalisée en 2020. Ces 3 dernières études viendront enrichir les travaux 5ème schéma au cours du 1^{er} semestre 2020.

ENQUÊTE PLAISANCIERS BAÏSE (Club Baïse)

Enquête de profil et satisfaction clientèle auprès des plaisanciers en bateaux habitables naviguant sur la Baïse, réalisée en partenariat avec les Conseils Départementaux du Gers et du Lot-et-Garonne, le CDT Lot-et-Garonne, les Communautés de Communes et Offices de Tourisme de la Ténarèze et d'Albret.

Le CDT Destination Gers assure l'animation de l'enquête auprès de l'ensemble des partenaires, la saisie, l'analyse des données et la diffusion des résultats.







Observer, connaître sa clientèle, des outils d'observation & d'analyse

OUTIL DE COMPTAGE / GRC DESTINATION GERS

Dans le cadre du suivi de l'activité, l'observatoire économique du CDT travaille en partenariat avec le réseau des Offices de Tourisme pour la collecte et l'analyse des données de fréquentation.

Depuis le 1^{er} Janvier 2017, l'outil comptage / GRC Destination Gers est opérationnel dans les Offices de Tourisme du Gers.

Cet outil en ligne, simple d'utilisation, intuitif, répondant aux besoins de chacun, permet d'être plus performants dans la promotion et la valorisation de la Destination Gers, grâce à une meilleure utilisation des données de comptage, son harmonisation et sa fiabilité, la qualification des contacts, la connaissances des demandes...

Dans une volonté d'harmoniser et fiabiliser les modes de comptages utilisés pour l'ensemble des acteurs du Tourisme Gerso, l'outil a été ouvert aux prestataires du tourisme. Ainsi ce sont une dizaine de prestataires du tourisme, dans tous les domaines d'activités (sites, cavistes, ...) qui ont choisi d'adopter cet outil.

Développé dans le cadre du SIT Départemental, il prend en compte :

- le dispositif d'outil de comptage visiteurs/demandes d'informations,
- dans un deuxième temps, sera développé le volet GRC (Gestion Relation Client) afin de se doter d'un dispositif complet de gestion de la relation clients (grand public et professionnels à des fins marketing ; demande d'info /gestion de documentation).

Focus

Ce sont près de 84 000 contacts qui ont été qualifiés dans l'outil de comptage / GRC Destination Gers, correspondant à 183 400 personnes.

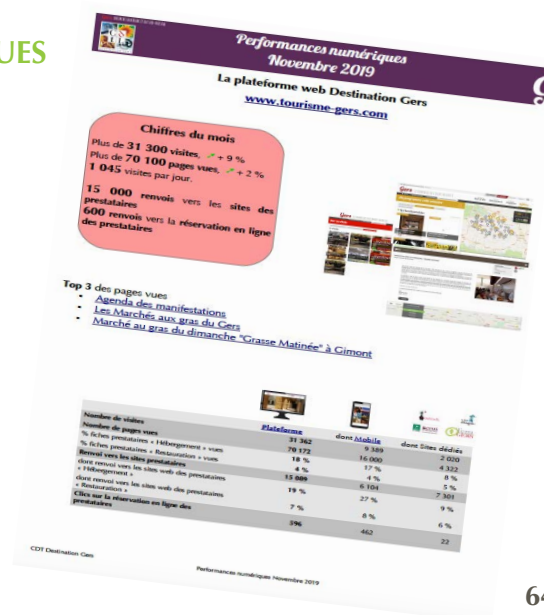
En 2019, une réflexion a été menée avec les Offices de Tourisme afin d'alléger le nombre de thématiques des demandes.

Suite à leur utilisation certaines s'étaient révélées peu utilisées.

ANALYSE DE LA PERFORMANCES DES OUTILS NUMÉRIQUES

Chaque mois, les performances des sites webs, réseaux sociaux de la Destination Gers sont relevées, analysées et publiées.

En 2019 une nouvelle présentation de ces performances a été mise en ligne.





La Maison Départementale du Tourisme 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,
- le Comité Départemental de Golf,
- le Comité Départemental de Tourisme Equestre,
- l'Association «Ronde des Mousquetaires».

Rappel

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. 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...).

Les conventions d'occupation ont été entièrement revues par le Conseil Départemental du Gers : de nouveaux avenants aux conventions ont été signés en 2014 entre la Collectivité et chaque organisme abrité dans la Maison Départementale du Tourisme.

En effet, depuis le 1^{er} juillet 2014, c'est le Conseil Départemental qui gère en direct les charges (eau, électricité et gaz) de la Maison Départementale du Tourisme et qui les refacture à ses occupants.





La gestion statutaire, administrative, ressources financières et ressources humaines du CDT Destination Gers

RGPD

Avec l'entrée en vigueur, le 25 mai 2018, du Règlement Général de Protection des Données, le CDT a désigné un DPO qui a suivi une formation, sensibilisé son équipe et a entamé les travaux de mise en conformité :

- mise en ligne de la mise à jour des mentions légales : intégration de la notion de RGPD.

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 intègrent la représentativité des Territoires.

Le Conseil d'Administration et Assemblée Générale se sont réunis à plusieurs reprises :

Conseil d'Administration

- 8 mars
- 3 juin
- 16 décembre

Assemblée Générale Ordinaire

- 3 juin

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 comptabilité procède aux écritures. Monsieur le Trésorier est en charge des règlements (signature).

La gestion financière est également contrôlée par notre Cabinet d'Expertise Comptable qui rédige le bilan financier annuel que notre Commissaire aux Comptes contrôle. L'ensemble de la gestion, tant financière qu'administrative, est contrôlé une fois par an par notre Commissaire aux Comptes.

En 2019, le CDT Destination Gers a reçu une subvention globale de la part du Conseil Départemental d'un montant de 960 000 € qui a permis au CDT Destination Gers la mise en oeuvre de son plan actions. La subvention de la Collectivité Territoriale a été versée sous forme d'acomptes mensuels, selon un échéancier arrêté en début d'année.

Le CDT Destination Gers s'applique à générer de l'autofinancement.

En effet, entre autre, les adhésions aux Clubs Marque complètent ses ressources à hauteur de 26000 €.

Des prestations issues du Cahier des Prestations complètent cet autofinancement telles que des mises en avant de structures via des créations de bandeaux, des envois de newsletters, classement meublés, démarche qualité, formations.... pour un montant de 9 573€.



La gestion statutaire, administrative, ressources financières et ressources humaines du CDT Destination Gers

LES RESSOURCES HUMAINES

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 : «Accompagner, Développer, Qualifier les Entreprises et les Territoires» et le Pôle « Accompagner, Développer, Porter sur les Marchés la Destination et les Entreprises ». Être à votre service, au service de la compétitivité du Tourisme du Gers, accroître l'attractivité de la destination touristique départementale sont les priorités absolues de notre organisme.

De la création de votre entreprise jusqu'à sa mise sur le marché, le CDT Destination Gers accompagne votre développement. Il est un véritable outil d'ingénierie au service des Professionnels, des Collectivités, des Offices de Tourisme....



Gisèle BIÉMOURET
Présidente
direction@tourisme-gers.com



José-Louis PEREIRA
Directeur
direction@tourisme-gers.com Tél. direct : +33(0)5 62 05 87 35

ADMINISTRATION



Cathy PISTRE
Assistante de Direction
direction1@tourisme-gers.com
Tél. direct : +33(0)5 62 05 87 35

PÔLE ACCOMPAGNER, DÉVELOPPER, PORTER SUR LES MARCHÉS LA DESTINATION ET LES ENTREPRISES



Raphaëlle LEQUAI
Coordinatrice Pôle Marketing
Responsable Presse &
Communication
communication@tourisme-gers.com
Tél. direct : +33 (0)5 62 05 87 37



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



Rémi DEHAN - SANTRÉ
Community Manager
promotion1@tourisme-gers.com
Tél. +33 (0)5 62 05 95 95
Tapez 1



Fiona NISOLI
Valorisation des Acteurs Touristiques
Accueil / Facturation
pros@tourisme-gers.com
Tél. +33 (0)5 62 05 95 95
Tapez 1

PÔLE ACCOMPAGNER, DÉVELOPPER, QUALIFIER LES ENTREPRISES ET LES TERRITOIRES



Thierry BLANCHARD
Coordinateur Pôle Développement
Manager Etudes & Ingénierie
developpement@tourisme-gers.com
Tél. direct : +33 (0)5 62 05 87 38



Céline BAX
Responsable Data Center
centredoc@tourisme-gers.com
Tél. : +33 (0)5 62 05 95 95
Tapez 3



Emmanuelle BOYÉ-CAPDET
Responsable Qualification
& Animation réseaux locaux
Suppléante Meublés
territoires@tourisme-gers.com
Tél. direct : +33 (0)5 62 05 87 39



Isabelle CARDOUAT
Responsable Qualité & Clubs de
prestataires
Référente Meublés
amenagement@tourisme-gers.com
Tél. : +33 (0)5 62 05 95 95
Tapez 2



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

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2019

CDT Destination Gers

Email : info@tourisme-gers.com
Site internet : www.tourisme-gers.com
Site pro : www.pro.tourisme-gers.com
Site groupes : www.groupes-tourisme-gers.com

COMITÉ DÉPARTEMENTAL DU TOURISME DESTINATION GERS

3, boulevard Roquelaure – 32002 AUCH Cedex
Tél.+33(0)5 62 05 95 95 – Fax.+33(0)5 62 05 02 16



DESTINATION GERS