

## Le Comité Départemental du Tourisme ne reste pas inactif

Il prépare l'avenir mais propose aussi des initiatives pour maintenant : voyager depuis chez soi



Le Comité Départemental du Tourisme ne reste pas inactif

En lien avec ses partenaires et ses Territoires, le Comité Départemental du Tourisme (CDT) du Gers a mis en place des actions de marketing visant à maintenir l'indice de sympathie envers la Destination et ses atouts.

Trois priorités s'en dégagent :

### 1 - Des actions de promotion sur les réseaux sociaux :

- en soutien aux pros de la Destination :

Le CDT est plus que jamais aux côtés des professionnels qui font du Gers une Destination de campagne vivante. Pour les soutenir, le CDT les a sollicité afin de collecter et communiquer leurs initiatives en cette période difficile.

Le CDT se veut être un relais auprès de la clientèle et de la population locale en faisant connaître les différentes mesures mises en place par les acteurs du tourisme gersois.

Dans ce sens, le CDT a mis en place un plan de publication sur ses réseaux sociaux (Twitter Grand Public, les pages Facebook des Clubs Marque et les stories Instagram) afin de valoriser les professionnels gersois, notamment :

- les initiatives commerciales des prestataires (possibilité de livraisons, présence sur des marchés, adaptation des horaires d'ouverture, mise en place de paniers gourmands...),
- un jeu-concours est en cours de préparation pour soutenir cette communication en s'appuyant sur les moments forts de communication que sont le 1er avril et Pâques
- les festivals gersois avec un rendez-vous hebdomadaire (vidéos, enregistrements sonores...),
- les prestataires à travers un portrait hebdomadaire,
- les sites proposant des visites virtuelles.

Aussi, le CDT relaie les communications Réseaux Sociaux mises en œuvre par les Offices de Tourisme de la Destination.

- une communication Image (photos et vidéos) avec des lancements originaux :

Le CDT a lancé une campagne d'images sur ses réseaux sociaux pour inviter à voyager depuis chez soi :

- des posts Facebook et Twitter pour "Préparer l'après", - des rendez-vous Instagram quotidiens "Le Gers vous fait voyager" (images, vidéos...),
- un défi lancé aux gersois, sur Instagram, pour un partage quotidien de leur plus belle "carte postale" du Gers.

Des hashtags à partager ont également été définis : "#RestezChezVous", "#LeGersVousFaitVoyager", "#RdvAprès".

### 2 - Des opérations d'e-marketing :

Le CDT maintient et adapte le contenu de ses newsletters commerciales et de séduction :

- **Que faire ce Week-end ? devient « Le Gers vous accompagne »** : valorisation Image de la Destination et mise en avant des initiatives des prestataires gersois.

Après avoir décliné des messages généraux en réponse immédiate à la crise (réseaux sociaux), les newsletters sont thématiques afin de soutenir l'envie de découverte en fonction des attentes de nos clients (œnotourisme, tourisme en famille, trend, slow tourisme...). Cette newsletter est envoyée aux contacts gersois et limitrophes, professionnels, prestataires et grand public.

- **Le Goût des Jours Heureux** : maintien des thématiques établies dans le plan d'actions annuel.

En mars, le thème "détente et bien-être" a été adapté avec la mise en avant de nos trois vidéos (outils de séduction). Cette newsletter Grand Public est envoyée à tous nos contacts France, ainsi qu'aux professionnels du tourisme (agences de voyages...) en France et à l'étranger (+ de 430 000 contacts).

Une newsletter dédiée, réalisée en partenariat avec la centrale de réservation, a été consacrée aux séjours Enfants estivaux. Cette newsletter Grand Public a été diffusée sur les bassins émetteurs sélectionnés par le prestataire, soit plus de 33 700 contacts. D'autres news de ce type sont prévues pour répondre aux besoins des filières touristiques.

- **Les Tops « Break in Gers »** :

Initialement prévus pour séduire la clientèle de proximité autour d'idées de vacances / courts séjours, ils sont consacrés aux réseaux sociaux en proposant de s'abonner à notre Top 4. Cette newsletter cible les bassins émetteurs de proximité, à savoir tous les départements d'Occitanie et sept départements de la région Nouvelle Aquitaine (+ de 85 000 contacts).

### 3 - L'accompagnement des médias... pour préparer l'après Covid-19

Enfin, le CDT poursuit ses actions d'accompagnement des médias :

- participation à des workshops virtuels comme par exemple le Glenaki goes Digital (médias belges - le jeudi 19 mars dernier),
- envoi d'informations ciblées et dossiers de presse à ses contacts Presse, > suivi des accueils de presse initialement prévus au printemps...

Une page réservée aux professionnels du Tourisme concernant les mesures d'aides et de soutien est à retrouver sur l'accès pro du CDT Destination Gers.

**Un pour Tous, Tous pour Un : soyons solidaires !**

[www.tourisme-gers.com/](http://www.tourisme-gers.com/)

**Photo de Une** : Découvrez le Gers grâce à nos lecteurs. Ici, une vue dégagée dans la campagne, à Faget-Abbatial - Merci à Morgane.