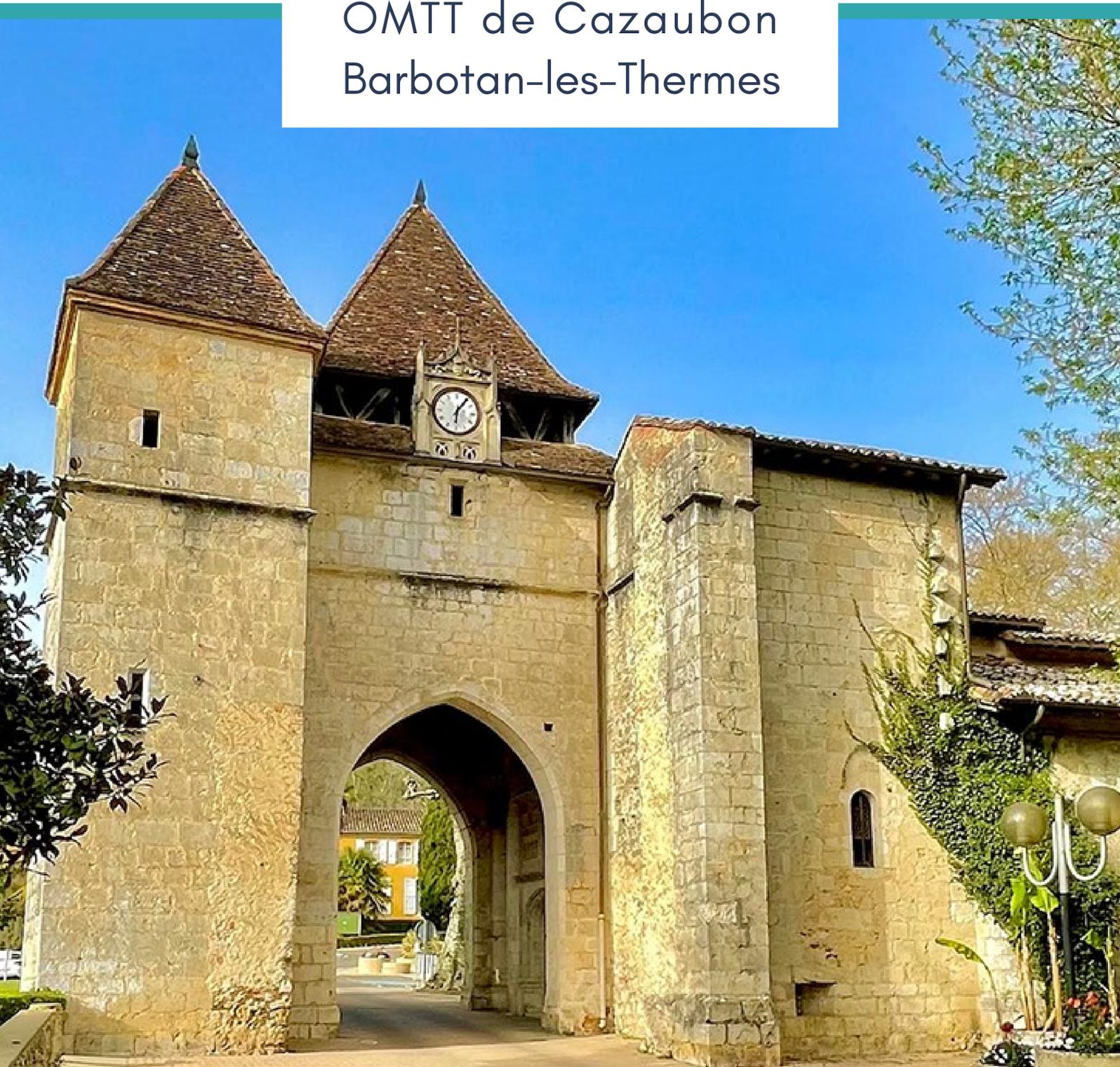


RAPPORT D'ACTIVITÉ

2021

OMTT de Cazaubon
Barbotan-les-Thermes



| SOMMAIRE

| | |
|-------|---------------------------|
| 3-6 | OBSERVATION TOURISTIQUE |
| 7-21 | ACCUEIL & INFORMATION |
| 22-26 | PROMOTION & COMMUNICATION |
| 27 | LE BILAN FINANCIER |
| 28-29 | PROJETS 2022 |





L'OBSERVATION TOURISTIQUE

tendances nationales 2021

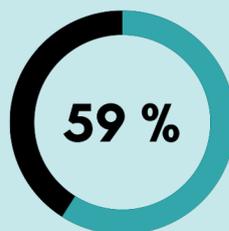


Les analyses de la fréquentation touristique nationale font apparaître des résultats meilleurs qu'espérés, même si la crise sanitaire liée au covid-19 a durement affecté les acteurs du tourisme.

- Dans les trois quarts des territoires **les LOCATIONS DE VACANCES** sont en hausse une tendance amorcée depuis le début de la crise et qui se confirme. On note également des tendances positives pour l'hôtellerie et les campings, record en Occitanie notamment dans le haut de gamme
- **FRÉQUENTATION DE PROXIMITÉ** accrue, en provenance des territoires limitrophes voire du département ;
- Saison marquée par les **RÉSERVATIONS DE DERNIÈRE MINUTE**, comportement dû à l'incertitude liée à l'évolution sanitaire.

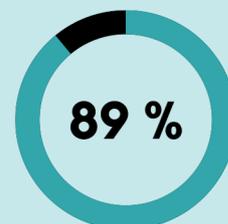
Le choix des touristes concernant leur lieu de séjour a été lié, en grande partie, à la capacité des destinations à proposer un environnement sécurisé. Il a également été dépendant de l'impact des actions de communications des territoires et des promotions proposées par les professionnels.

À noter, une clientèle française différente des années précédentes, avec la présence accrue de français partant traditionnellement à l'étranger. La présence de touristes européens de pays voisins (Belgique, Pays-Bas, Suisse) a permis de soutenir la fréquentation touristique nationale.



des français sont partis en vacances cet été (contre 53% en 2020)

des partants sont restés en France



TENDANCES RÉGIONALES ET DÉPARTEMENTALES

En Occitanie :

- 6 millions de lits pour 158 millions de nuitées (208 millions en 2019)
- Activité touristique globalement satisfaisante au regard du contexte et des prévisions faites, sous l'impulsion du rural et du littoral ;
- Des professionnels qui s'adaptent pour pouvoir exercer une activité « normale »;
- 15,9 milliards de consommation touristique pour 100 milles emplois
- 1 ère régions d'accueil des touristes français en nombre de nuitée, principale région d'origine, Occitanie 26%, Ile de France 17% , Auvergne Rhône alpes 15%.
L'Occitanie est la seconde région la plus fréquenté pour les campings et les locatifs

Dans le Jers :

- 72% des professionnels considèrent que la saison s'est déroulée comme prévu voir mieux. 62% estiment que l'activité de la saison était assez satisfaisante avec notamment une clientèle de proximité le retour de l'événementiel malgré l'impact du pass sanitaire. Les propriétaire des campings sont les plus satisfait à 53%. 57% des hôteliers restaurants estiment que la saison à été assez satisfaisante
- La clientèle familiale a été vu en baisse en début de saison et la clientèle française est en hausse pour cette saison néanmoins les chiffres d'affaires restent moyens pour 44%.
- Parmi les hôtel et restaurants 48% considèrent que c'est égal a 2020. 60% des hôtels de pleins airs estime que la fréquentation était supérieure à 2020. Le locatif représente 47% de la fréquentation étant supérieur à 2020.
- Point sur les Offices de Tourisme, 67% considère que la saison à été supérieur à 2020.
- L'activité thermale supérieur à 2020 (9533 curistes contre 5500 en 2020)



UN NOUVEL OFFICE DE TOURISME

Isabelle TINTANÉ Maire et Présidente de l'Office de Tourisme a souhaité dans son programme politique remettre en place l'Office de Tourisme de destination avec une nouvelle équipe et des locaux complètement réorganisés et optimisés. Dès le mois de Janvier l'équipe municipale en place a créé un comité directeur avec les forces vives de la destination puis à compter du 1er Mars un directeur a été recruté et fu complété par son équipe.

UNE NOUVELLE ÉQUIPE

DIRECTION



Patrice GAUT
Directeur

COMMUNICATION



Lauranne JONAH REQUIER
Chargée de communication

ACCUEIL & INFORMATION



Marie GESTA
Conseillère en séjour



Léane MOLIE
Conseillère en séjour



Carmen BON
Conseillère en séjour

UNE NOUVEAU LOGO

Après 5 propositions, suite à la réunion du comité directeur et suite aux demandes, l'OT a proposé deux autres versions qui répondent aux critères suivant: un style moderne et innovant, renouvellement de l'identité, évocateur d'eau (Thermes, Lac de l'Uby, Eau de vie) et nature. S'en est décidé du logo ci-contre.



UN BUREAU D'ACCUEIL RÉAMÉNAGÉ

- Ouverture de l'espace avec suppression du comptoir d'accueil
- Mise en place de tables hautes et de tabourets
- Petit salon à disposition
- 2 écrans; un pour diffuser les animations de la commune et un autre qui diffuse des films de présentation de la commune, de la base de loisirs du lac de l'Uby, les festivités, du terroir et des traditions.



LES LABELS ET MARQUES DE QUALITÉ

L'Office de tourisme de Cazaubon/Barbotan-les-Thermes en partenariat avec la Mairie de Cazaubon a obtenu plusieurs labels et marques. Ceux ci participent notamment à notre objectif premier, d'obtenir la qualité tourisme et le classement catégorie I, afin de montrer un véritable signe d'excellence de nos services. L'OT est également amené à échanger régulièrement avec les organismes institutionnels, ce travail de réseau permettant de mutualiser les moyens et d'œuvrer ensemble au développement touristique de notre destination.

NOS LABELS



- Obtention du label Station Verte le 19 avril 2010
- Les Stations Vertes ont des pôles touristiques dédiés aux loisirs, aux activités et sports en nature dans des espaces préservés et naturels.
- Année 2021 auto-évaluation



- Obtention du label Station Pêche le 12 octobre 2017
- L'obtention du label "Station Pêche" nécessite de répondre à une charte qualité qui s'articule autour de 10 engagements avec un total de 30 critères, dont 25 obligatoires et 5 complémentaires.
- Année 2021 auto-évaluation



- Obtention du label Cittaslow le 22 juin 2019
- Label attribué aux Communes où il fait bon vivre et qui adoptent les mesures du développement durable, de l'éco-responsabilité, du slow-food...

LES OBJECTIFS POUR 2023



- Objectif: mai 2023
- Utiliser la démarche qualité comme outil de management, en motivant l'équipe autour de projets communs et en favorisant la montée en compétences des salariés dans un objectif d'amélioration professionnelle constante

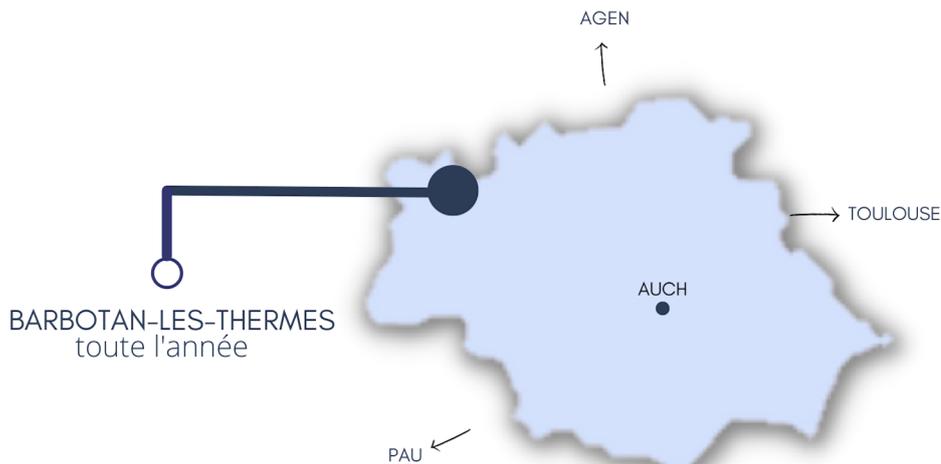


- Objectif: mai 2023
- Plus haut niveau de classement pour un office de tourisme. Cela permet à la collectivité de garder son label Station de Tourisme et qui correspond à l'excellence en terme d'accueil de la clientèle touristique



LE PÔLE ACCUEIL et relation clients

LA PRÉSENCE «ACCUEIL»



7 466

visiteurs à
l'office de tourisme



33

visiteurs par
jour en moyenne



96%

de français



2 607

réponses aux demandes
par téléphone



2 152

mails envoyés



205

courriers envoyés

LE PROFIL DES CLIENTÈLES ACCUEILLIES À L'OFFICE DE TOURISME

Comme dans l'ensemble du Gers, la clientèle de Barbotan-les-Thermes/Cazaubon est largement française. Avec la pandémie, les français ont été prédominants.



9,4/10
sont Français

L'Office de Tourisme accueille, renseigne et propose ses services à la population de Cazaubon/Barbotan-les-Thermes en particulier sur des informations pratiques de ce qui peut être communiqué par le service accueil de la mairie de Cazaubon.



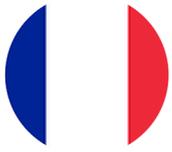
3/10
sont issus du 32

L'ORIGINE DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE



L'ORIGINE DES CLIENTÈLES PAR PAYS

Une clientèle essentiellement européenne.



96%



1%

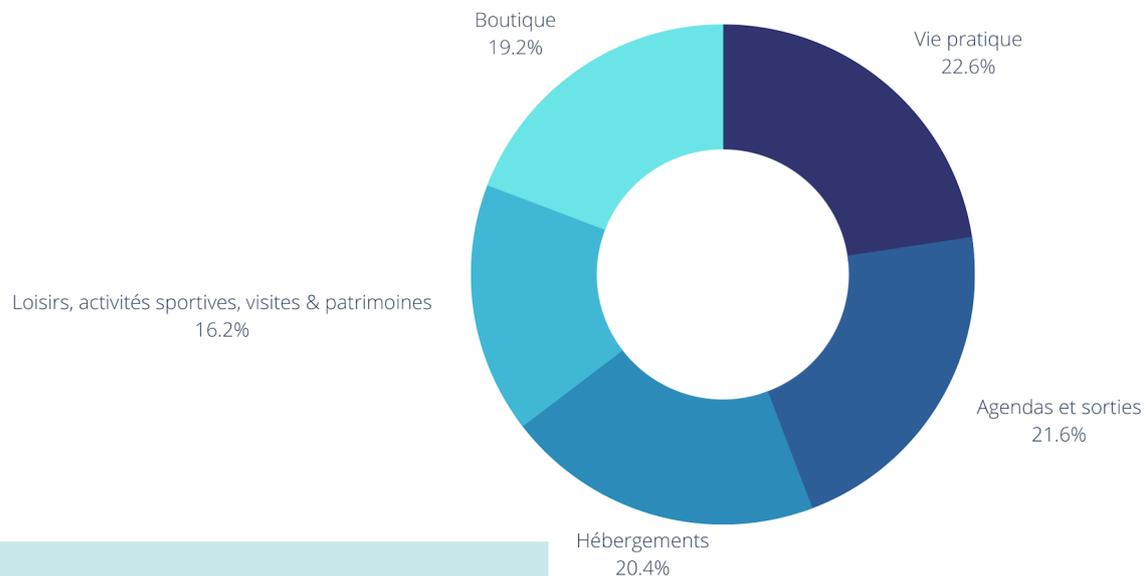


2%



1%

LES CENTRES D'INTÉRÊT DE NOTRE CLIENTÈLE



Vie pratique: 22,6%

Demandes générales sur la communes, plans, transports, commerces, horaires de bus, jours de marchés, stationnement

- 50% souhaite un plan
- 16% des infos villes en général
- 34% les infos transports

Agendas et sorties: 21,6%

- 47% des demandes pour le programme des animations
- 35% de demandes plus précises (concerts, spectacles, vide-greniers)
- 18% sont les demandes liées aux excursions et restaurants

Loisirs, activités sportives, visites et patrimoines: 16,2%

- 67% des demandes représentent les randonnées et ballades
- 21% sont des renseignements sur la Base d'Uby
- 10% pour la pêche
- 2% pour les parcs animaliers ou à thèmes

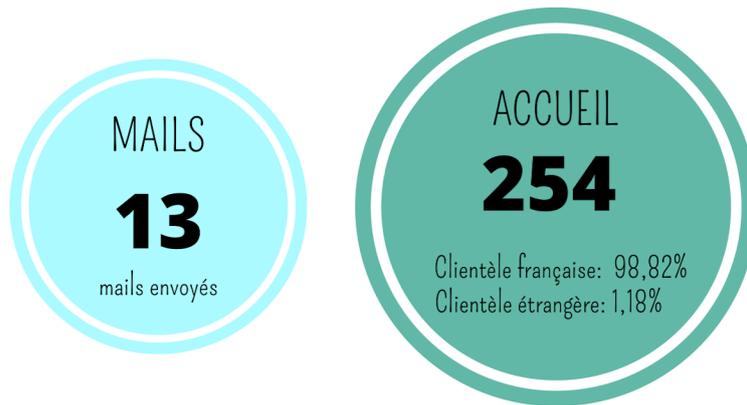
Hébergements: 20,4%

- 83% des demandes concernent les logements pour les cures

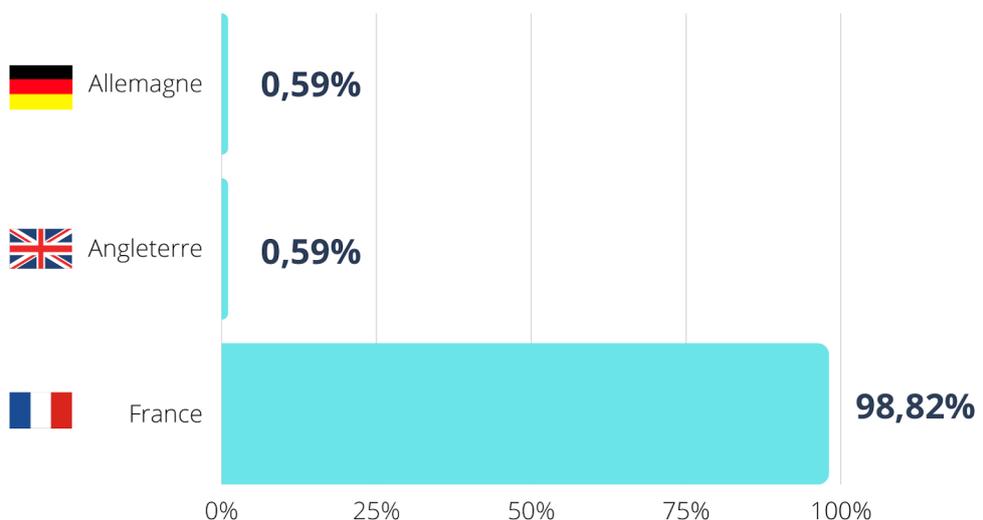
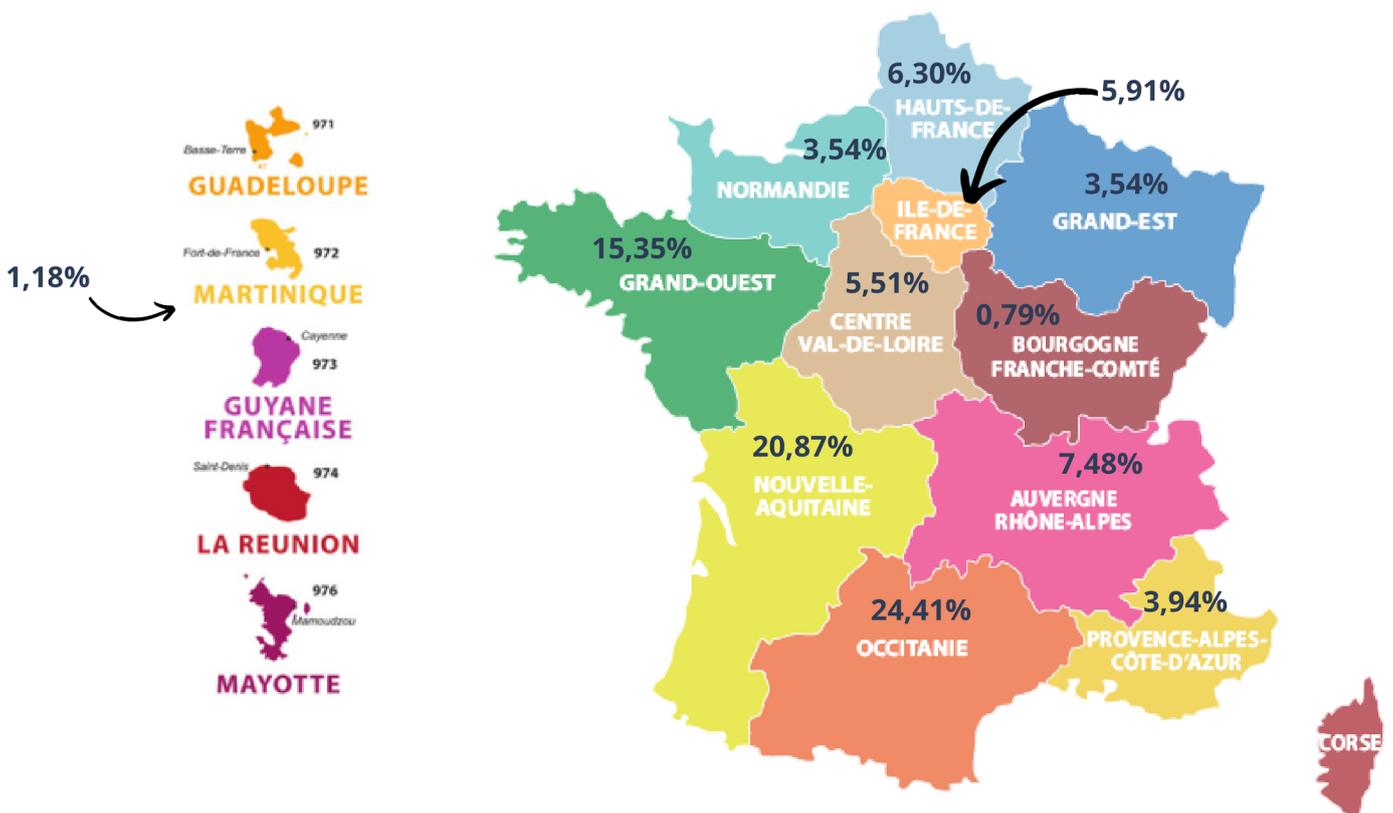
Boutique : 19,2%

- 72% des demandes sont liées à la vente des produits dans notre boutique
- 28% sont les demandes liées aux informations sur les producteurs exposant dans notre boutique

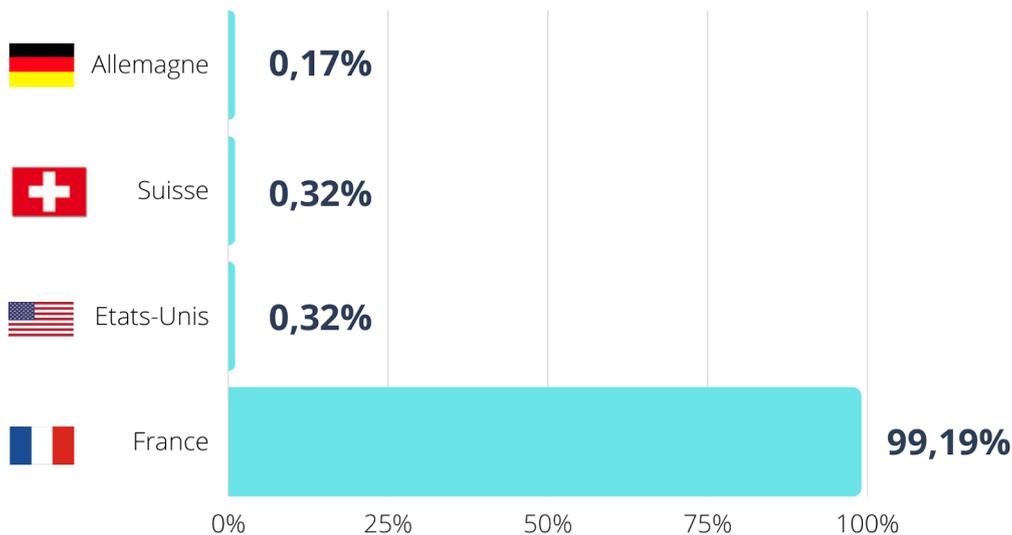
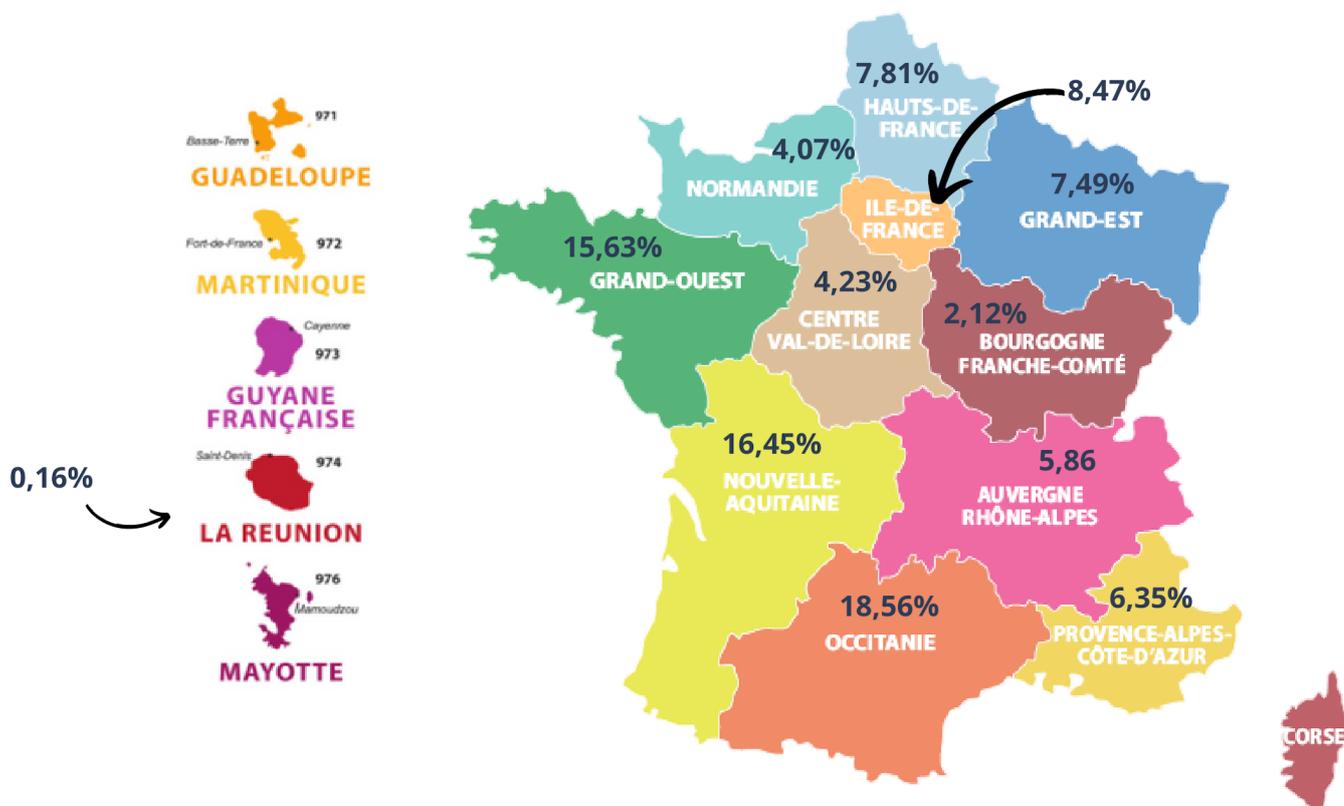
LE MOIS DE MAI 2021



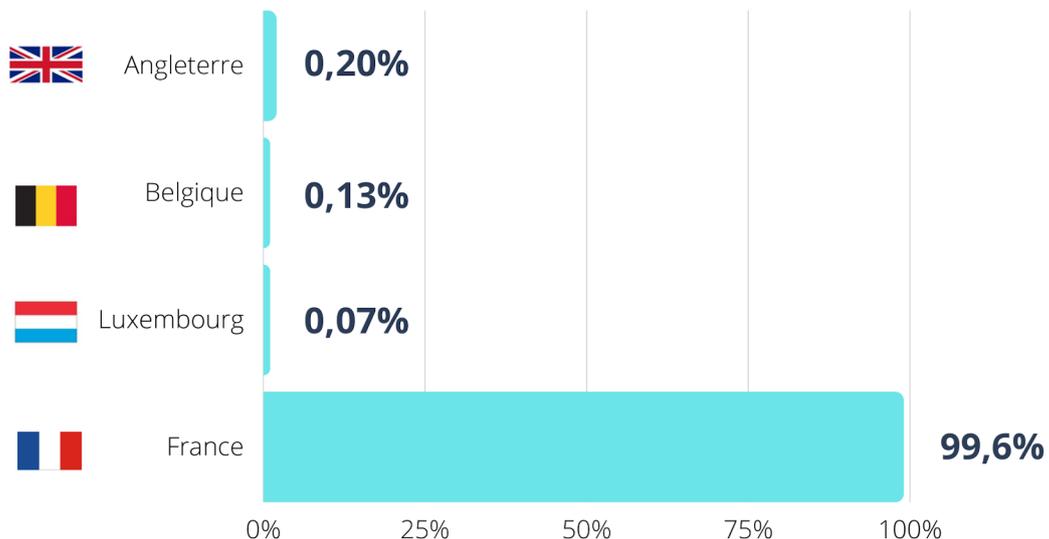
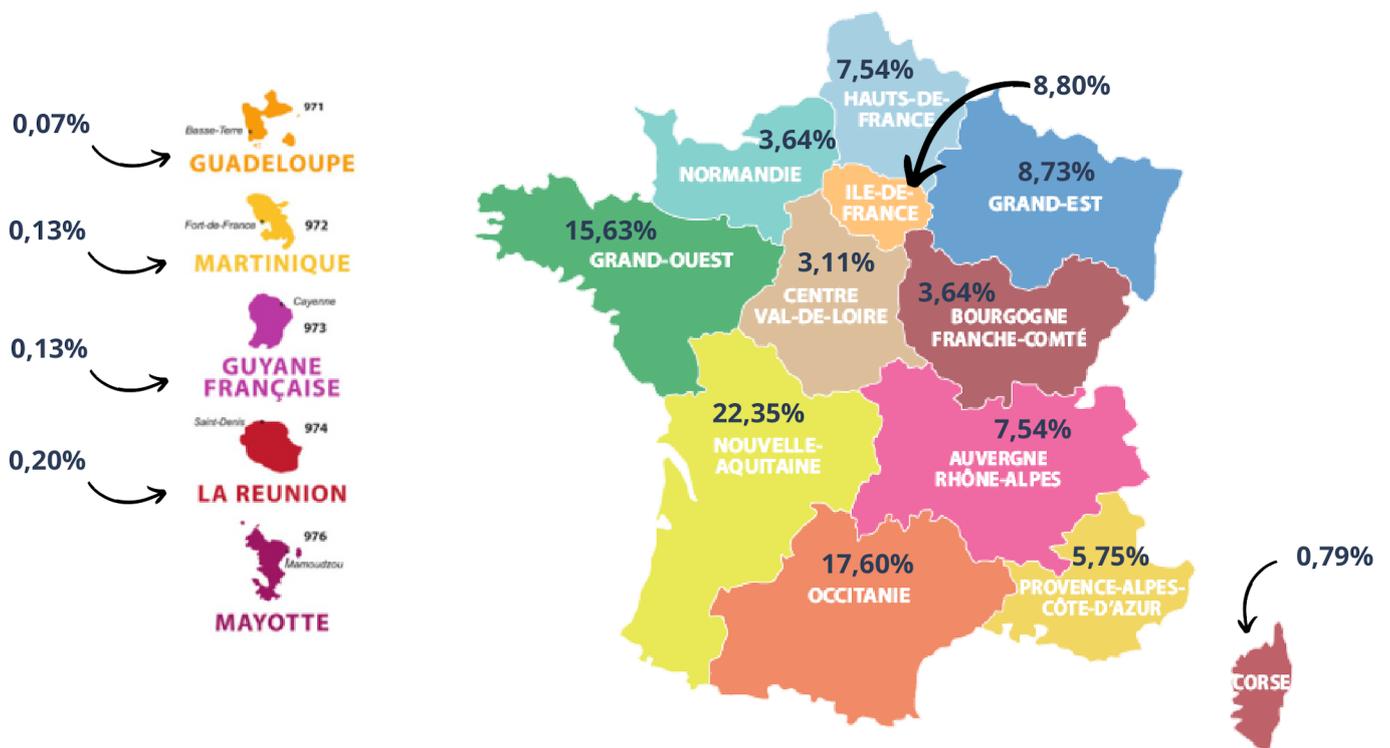
L'ouverture de l'Office de Tourisme s'est faite le 17 Mai 2021.



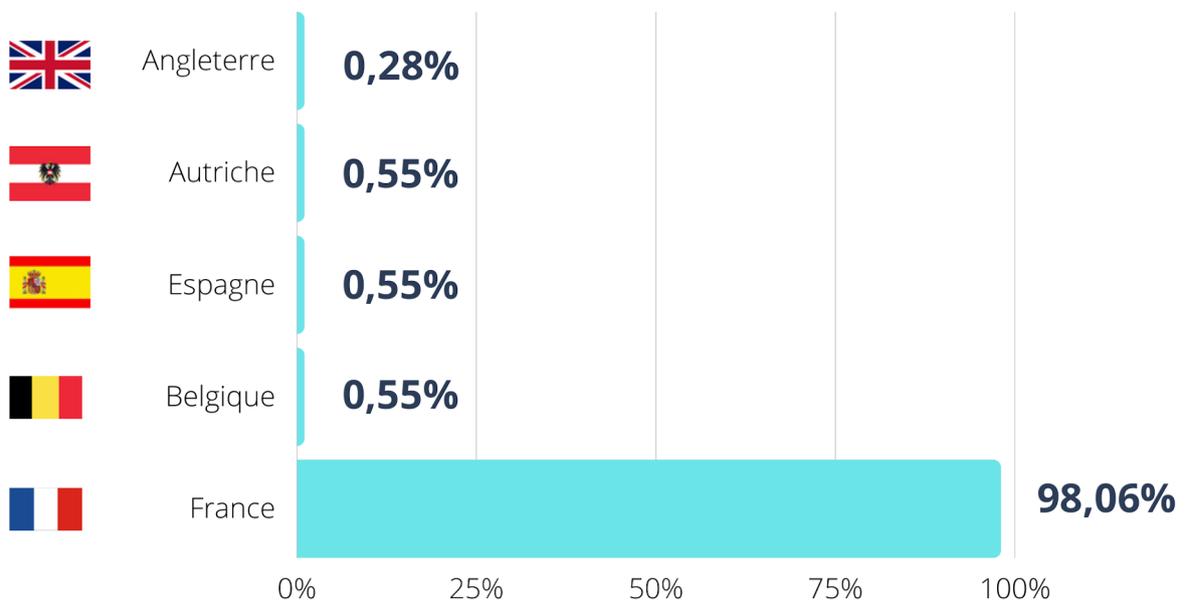
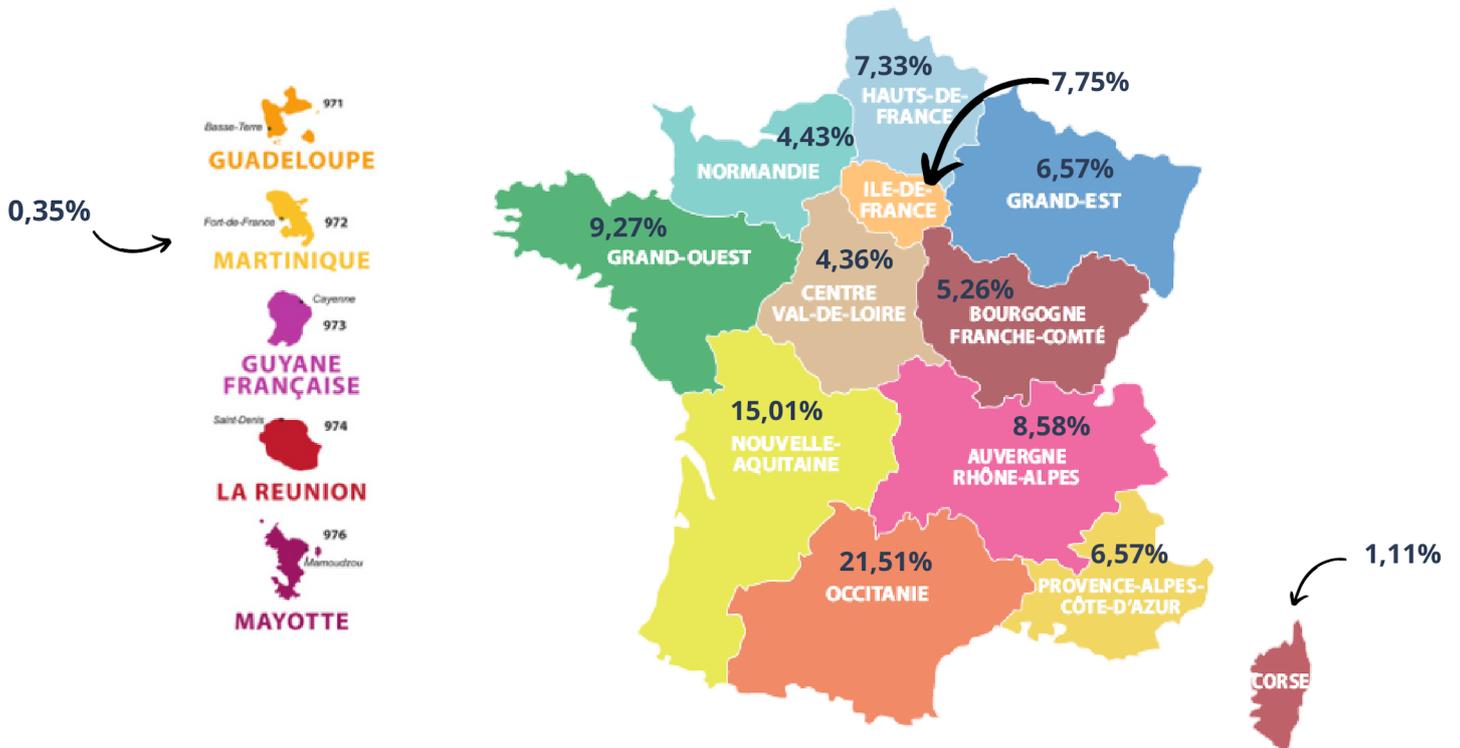
LE MOIS DE JUIN 2021



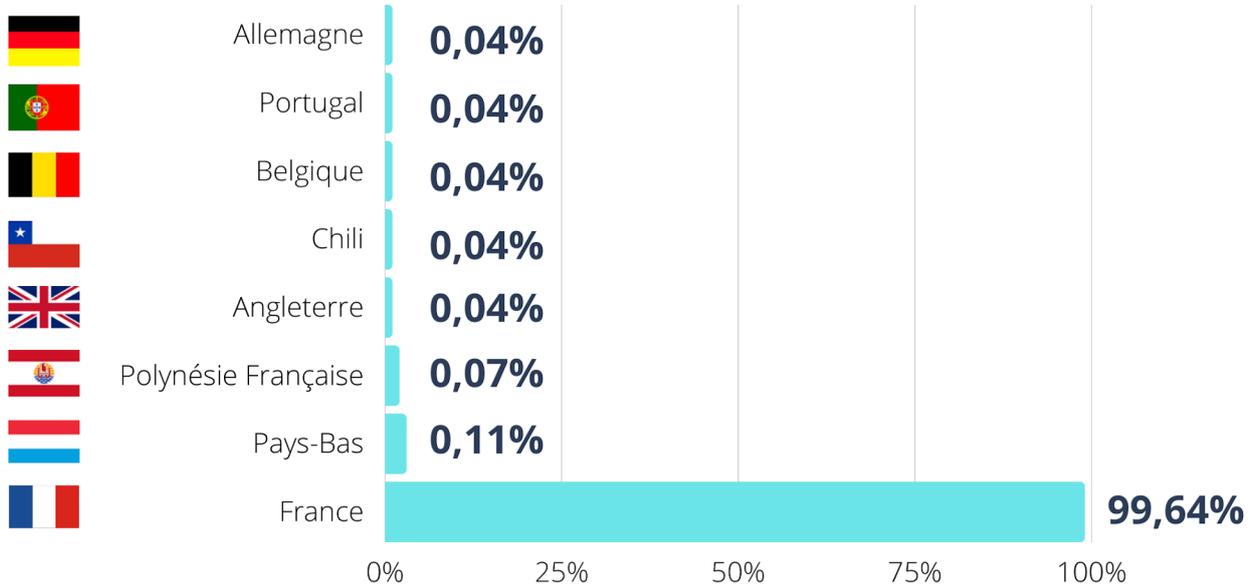
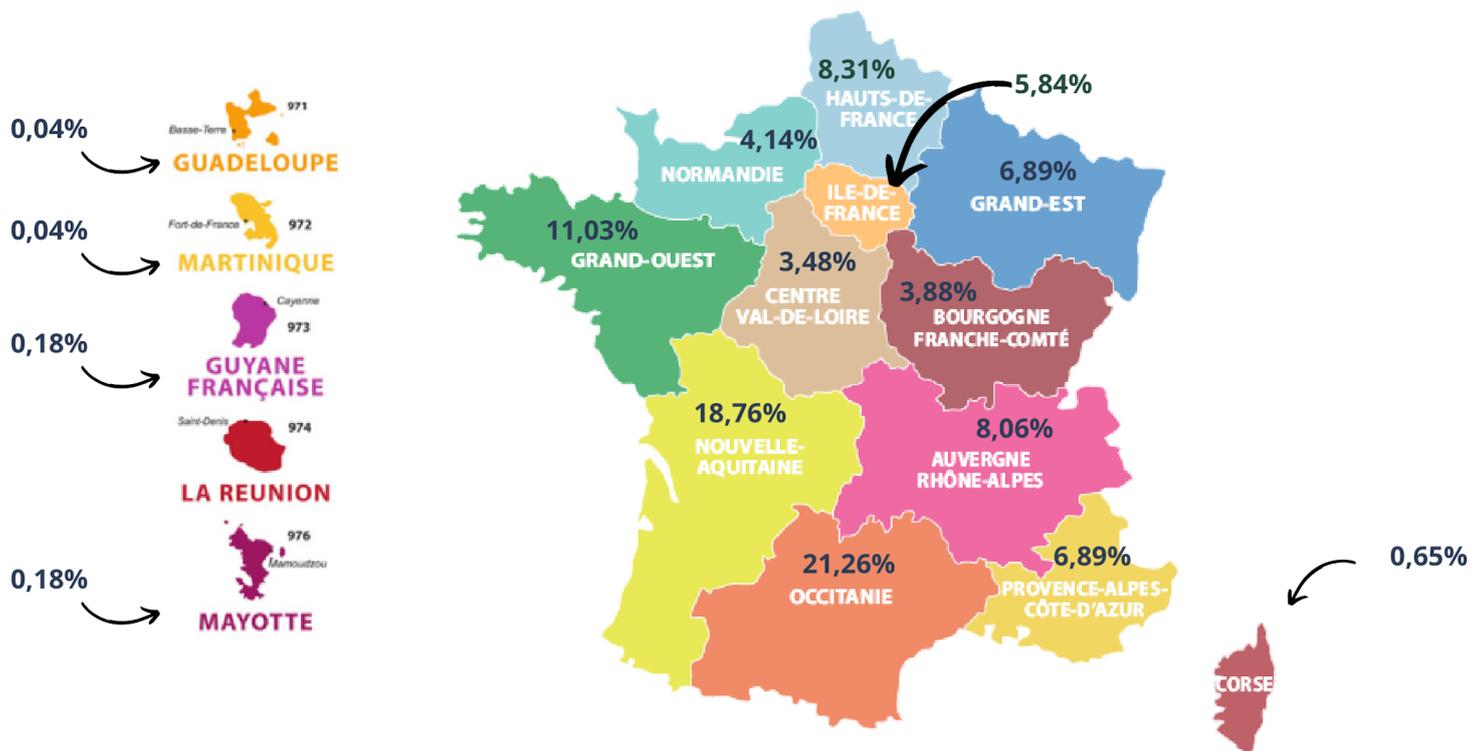
LE MOIS DE JUILLET 2021



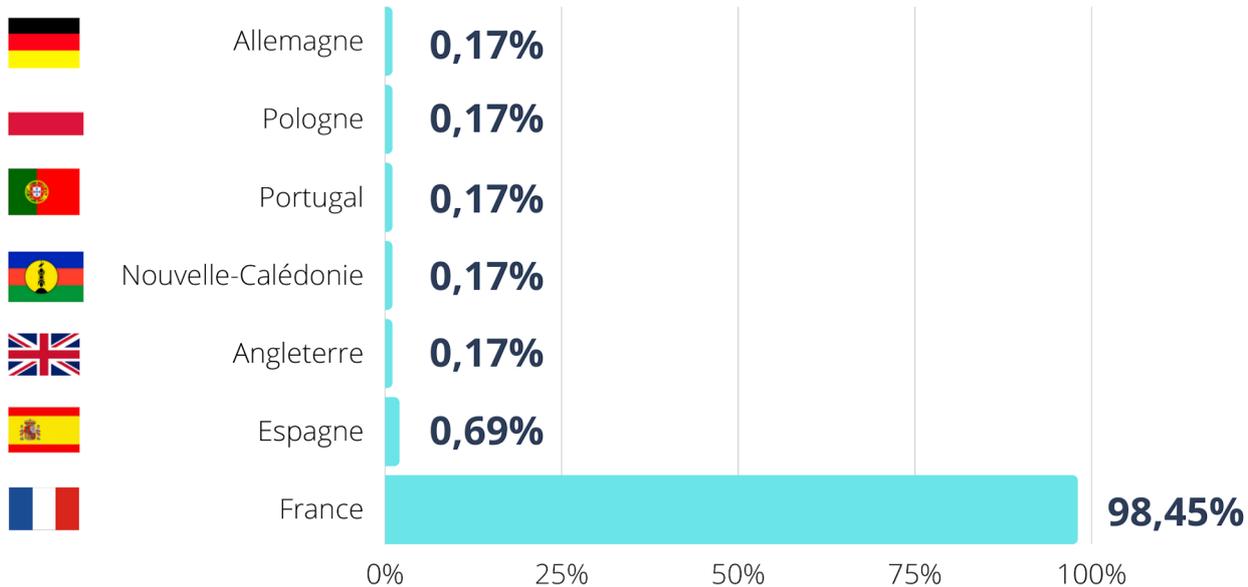
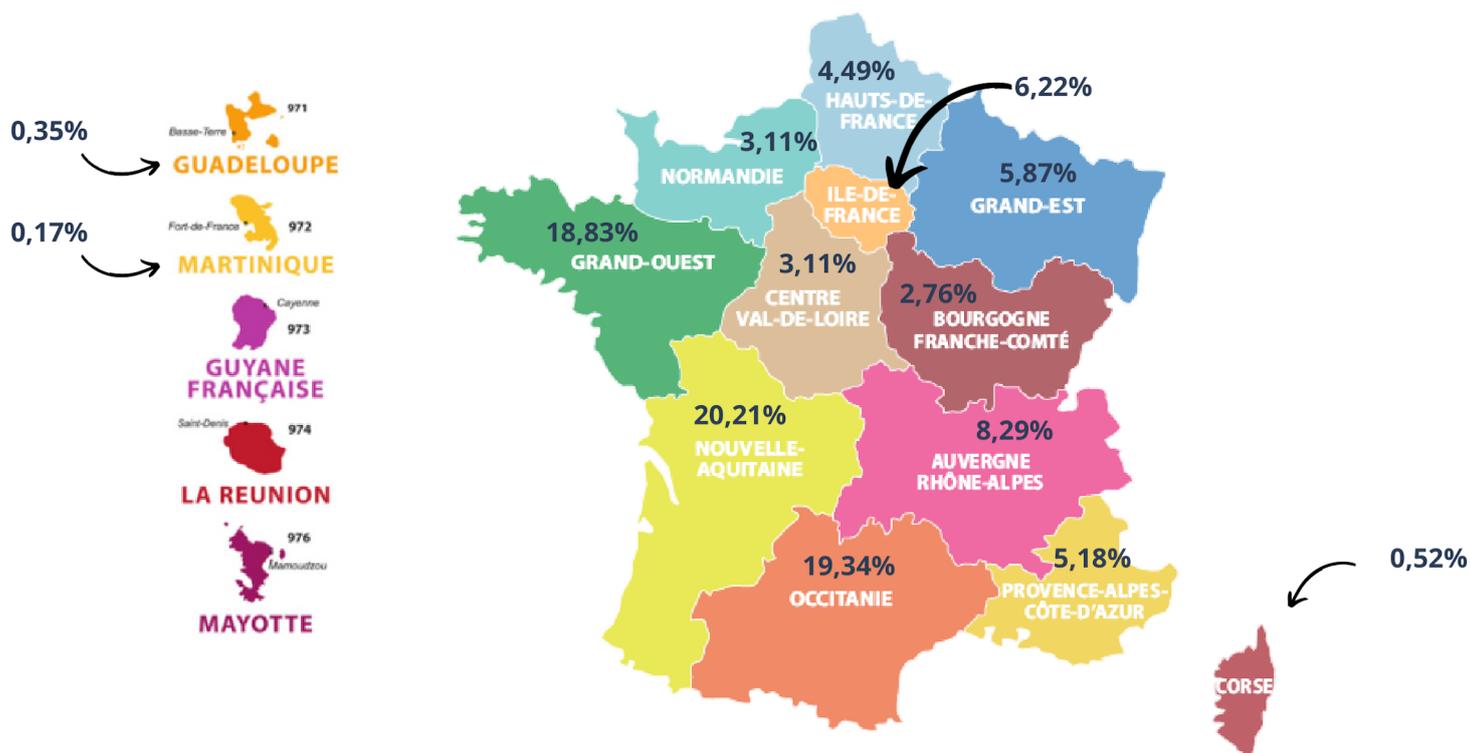
LE MOIS D'AÔÛT 2021



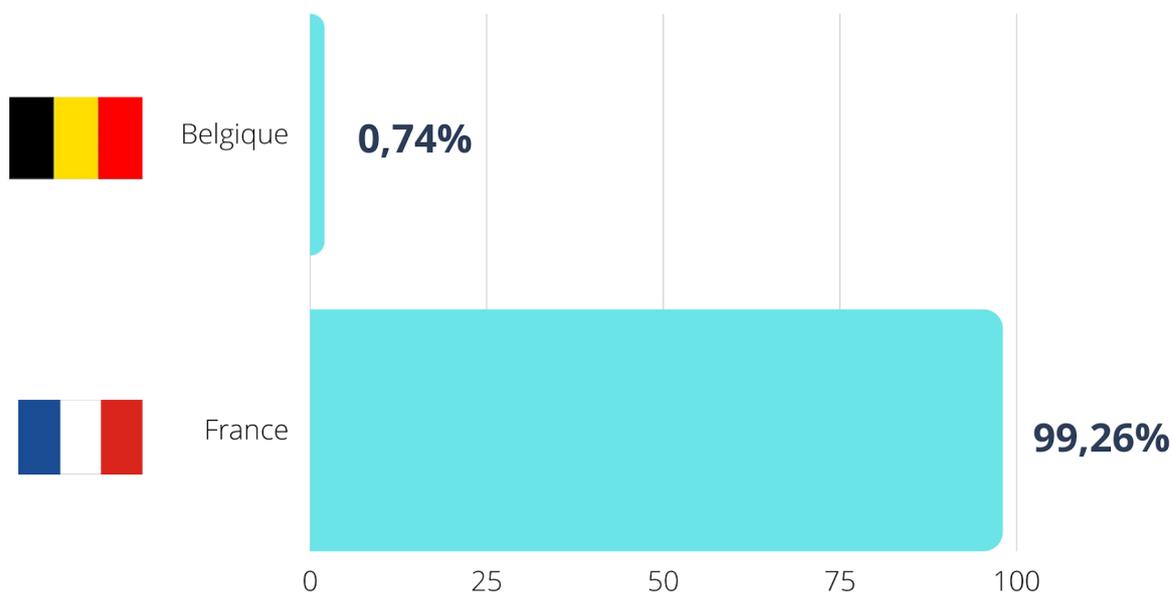
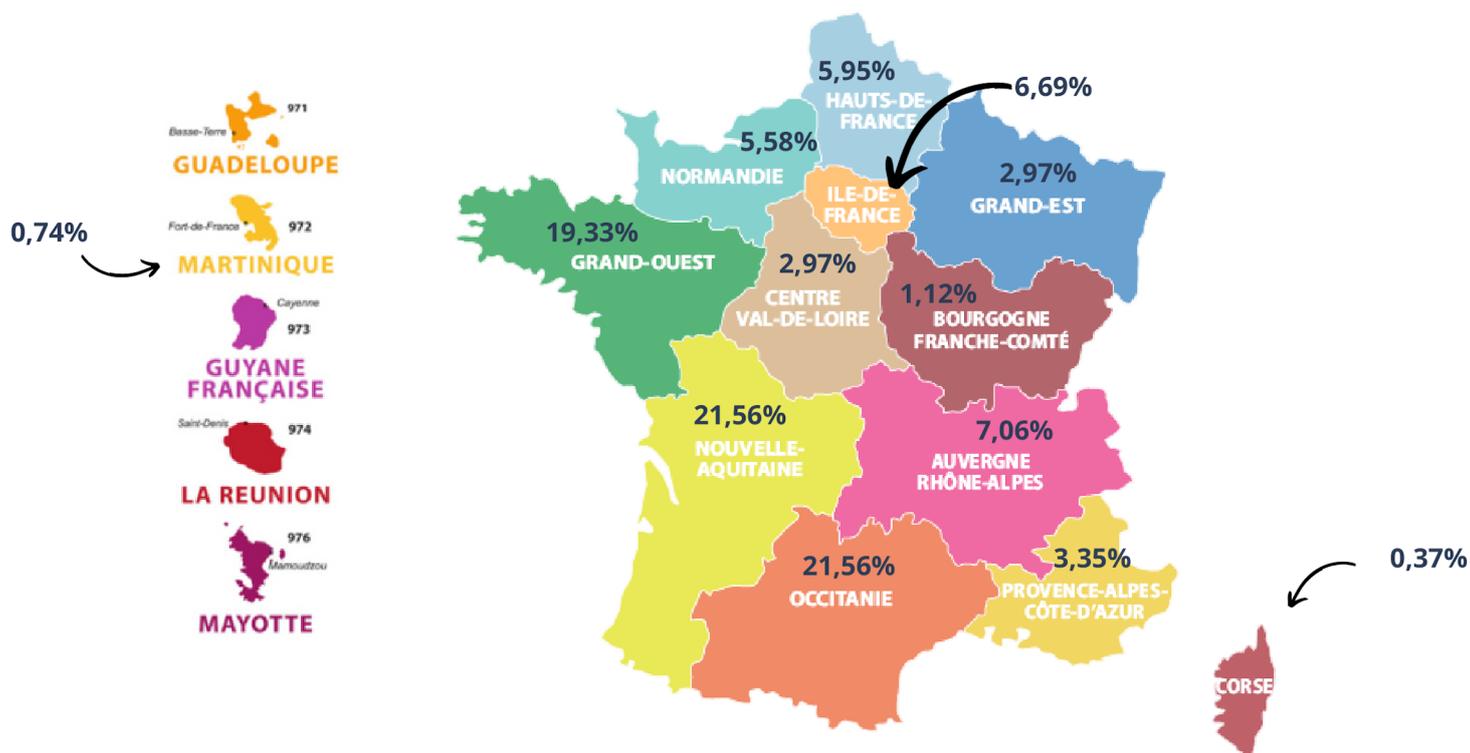
LE MOIS DE SEPTEMBRE 2021



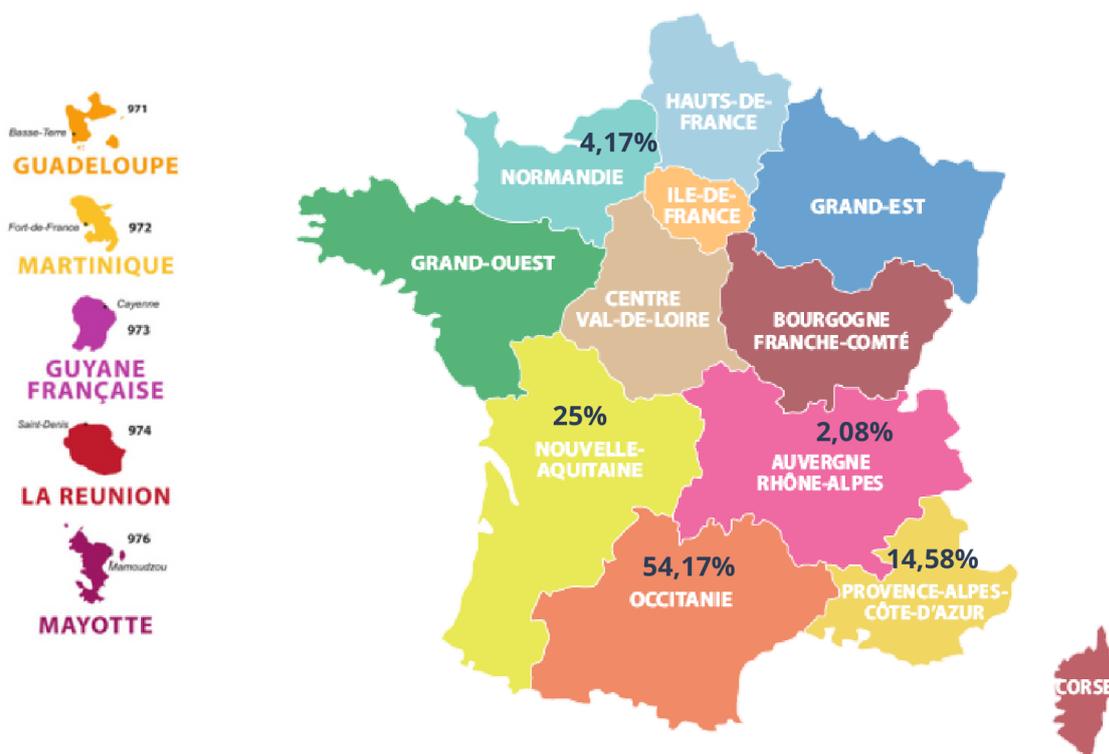
LE MOIS D'OCTOBRE 2021



LE MOIS DE NOVEMBRE 2021



LE MOIS DE DÉCEMBRE 2021

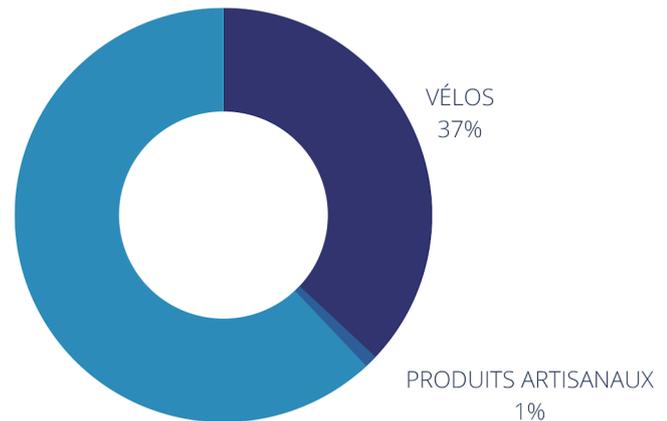


LES VENTES À L'OFFICE DE TOURISME

Plusieurs produits à destination des visiteurs sont proposés à la vente à l'accueil de l'office de tourisme :

- La boutique avec des produits alimentaires de nos producteurs locaux
- Des produits artisanaux
- La location de vélos

RÉPARTITION DES VENTES



176 ARTICLES VENDUS

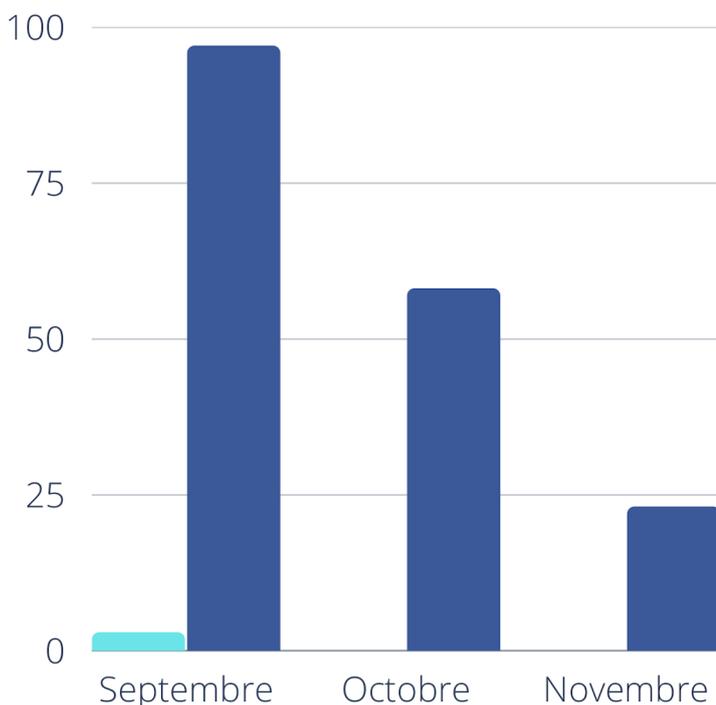
PRODUITS ALIMENTAIRES
62%

105 VÉLOS LOUÉS

6 271,83€ TTC DE CHIFFRES D'AFFAIRES

FOCUS SUR LA BOUTIQUE

RÉPARTITION DES VENTES PAR MOIS



Artisanat d'art

Produits locaux

ARTISANAT D'ART

Fabrications artisanales avec de la céramique (nichoirs, samourais...) mais aussi des mugs au logo de l'OT.



SAVEURS GASCONNES

Produits locaux Armagnac, Floc, Conserve de canard, Garbure, Cassoulet, Rillettes, Foie gras...

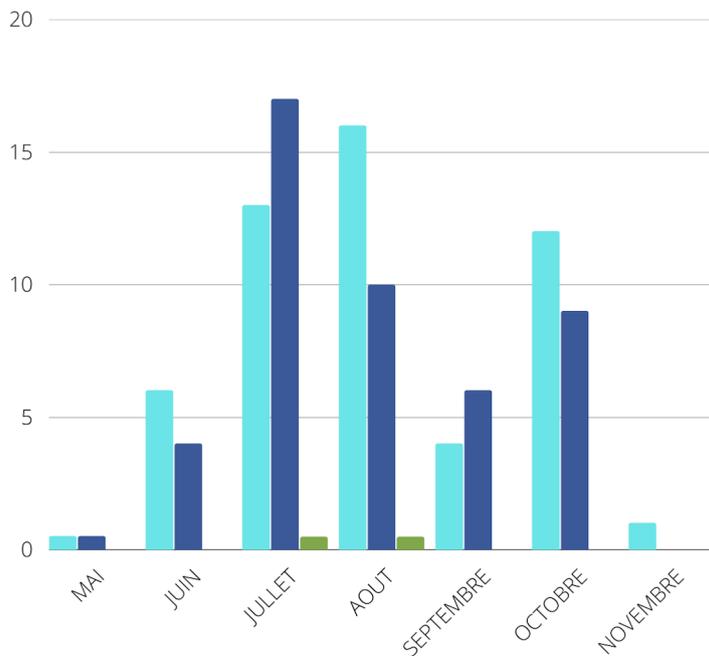


LA LOCATION DE VÉLOS

Depuis le 29 mai 2021:

Retours clients:

- Tarifs raisonnables
- Toujours de la disponibilité
- Tranches horaires pour la récupération et le retour des vélos très large
- Large choix de vélo (VAE/VTT/VTC/Enfants)
- Équipement fournis dans le prix (casque, gilet jaune, antivol)
- Bon service après vente



■ VTT/VTC
 ■ VAE
 ■ ENFANTS

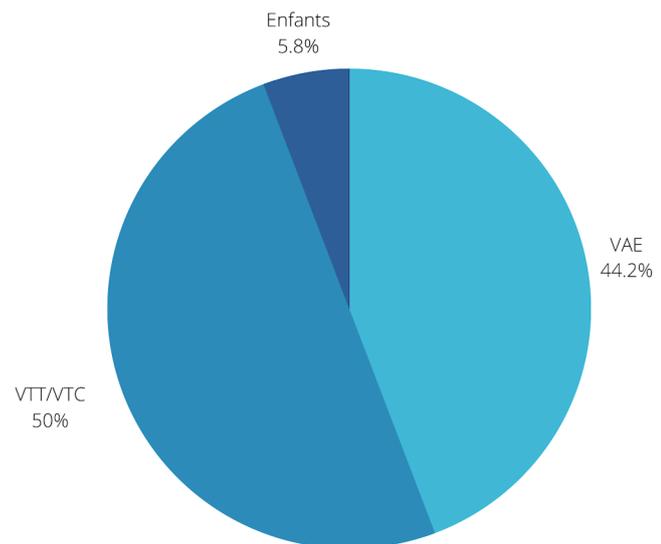


Tarif de location en euros saison 2021.

| DURÉE | ELECTRIQUE | VILLE/VTC/VTT | ENFANT |
|----------------------|------------|---------------|--------|
| ½ Journée | 23 | 10 | 8 |
| 1 Jour | 32 | 18 | 10 |
| 24 Heures | 38 | 22 | 15 |
| 2 Jours | 55 | 25 | 18 |
| 3 Jours | 75 | 31 | 24 |
| 4 Jours | 95 | 38 | 28 |
| 5 Jours | 105 | 46 | 34 |
| 6 Jours | 109 | 55 | 40 |
| Jour supplémentaires | 12 | 6 | 4 |

Tarifs curistes 2021 :

Vélos électriques :189 € les 21 jours de cure avec accessoires.



LES ANIMATIONS

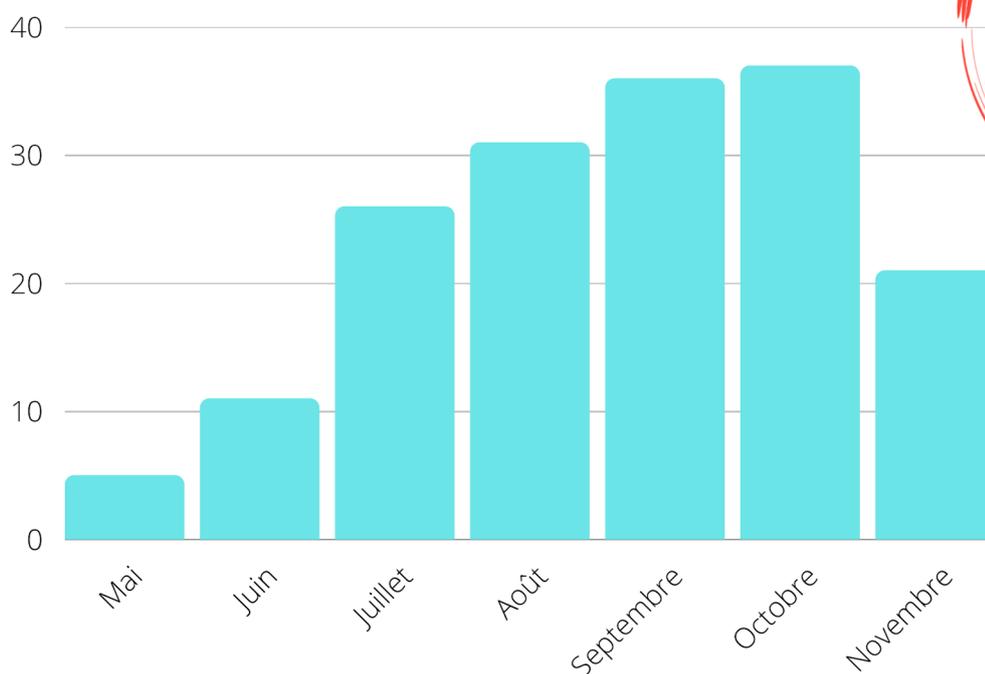
Les animations en partenariats avec l'Office de Tourisme

- Les Défilés LAS MURGAS (10 prestations)
- Les bals à la Maison du Tourisme : MELODIE MUSETTE, DUO CARAV'ELLES (2 prestations)
- Les journées du Patrimoine Culinaires
- Les pots de bienvenue (2)

Les autres animations

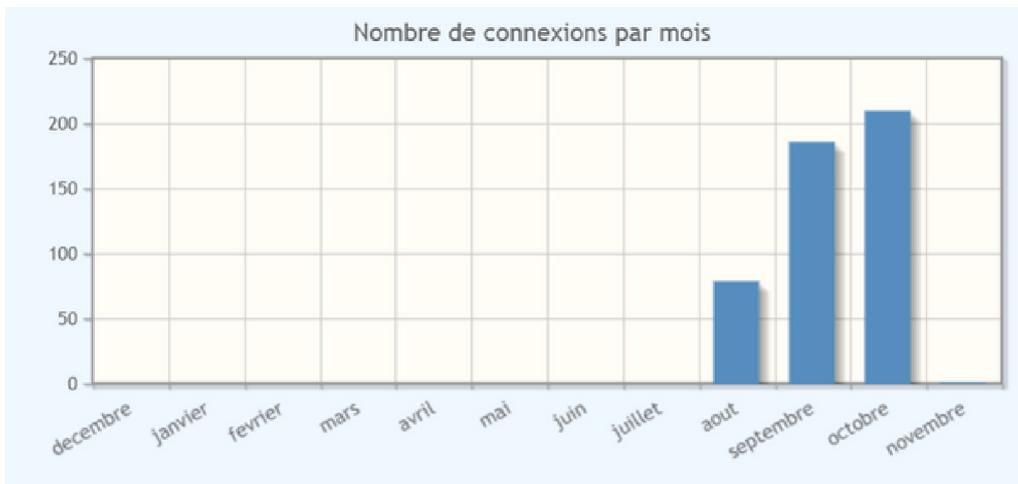
- Les GASCOSTOMPERS (2 prestations)
- BETTY DOPP'S (2 prestations)
- MARTIAL SANCEY (2 prestations)
- SI DJANGO M'ÉTAIT CONTÉ (1 prestation)
- Banda musicale Union Musicale de St Justin (1 prestation)
- Compagnie WAHKAN/spectacle de feu (2 prestations)
- Les Incognitos et Let's dance pour Cazaubon en fête
- Concert Les Divines
- Animation à la médiathèque
- Animations UTEPSIAA (sans les ateliers hebdomadaires)
- Cazaubon en fête (corrida portugaise, course landaise, courses de chevaux..)
- Octobre Rose
- Cinéma de plein air

NOMBRE D'ANIMATIONS AU MOIS

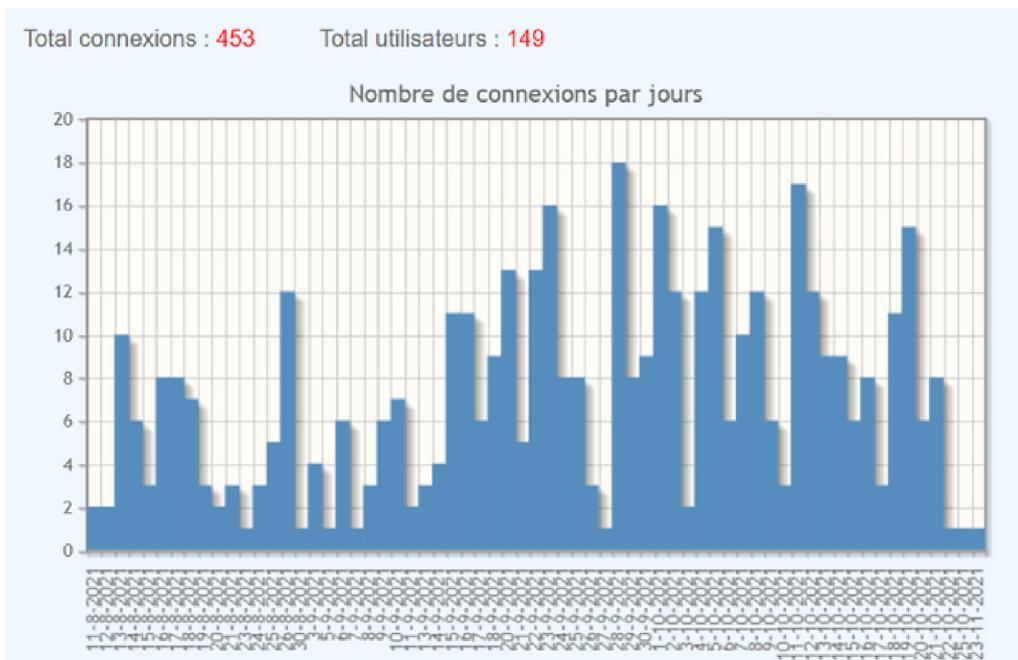


167
animations

NOMBRE DE CONNEXIONS PAR MOIS



NOMBRE DE CONNEXIONS PAR JOURS





PÔLE DIGITAL PROMOTION ET COMMUNICATION et contenus

NOTRE GAMME ÉDITORIALE

ANNUAIRE: Il concentre les commerces, les logements, les restaurants ainsi que les professionnels de santé.

1500 exemplaires



BALADES A VÉLO:

6 itinéraires cyclo au départ de Barbotan-les-Thermes de 20km à 60km.

CARNET DE BALADES:

9 itinéraires à pied au départ de Barbotan-les-Thermes de 5km à 15km.

LES SUPPORTS WEB

LE SITE INTERNET

471

C'est le nombre de visite du site internet provisoire
www.barbotantourisme.fr

Il a pour objectif :

- Informer les visiteurs potentiels de l'offre de la destination (visiteurs, hébergements, activités nature, agenda ...).
- Séduire les publics par des photos/vidéos.
- Informer les professionnels dans « l'espace Pro ».

Les rubriques les plus consultées : à voir à faire (votre séjour)

Agenda • Randonnées • Hébergements.

LES RÉSEAUX SOCIAUX

Ils ont pour objectif :

- Accroître la notoriété et la visibilité de Cazaubon / Barbotan-les-Thermes
- Construire une communauté engagée et susciter l'envie de consommer
- Être à l'écoute des besoins des consommateurs
- Multiplier les points de contact avant, pendant et après le séjour



LES RÉSEAUX SOCIAUX

FACEBOOK EN QUELQUES CHIFFRES

646 fans *

829 abonnés

254 publications

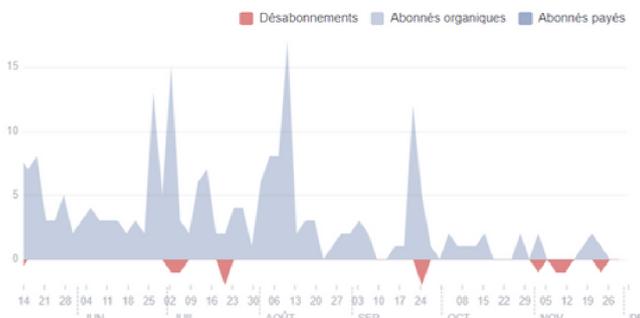


ANALYSE DES RÉSULTATS 2021

On enregistre, en moyenne, 105 nouveaux fans par mois et 135 nouveaux abonnés. On peut observer un pic d'abonnement en juillet. Le taux d'engagement** moyen de la page est de 8%. On peut également noter une forte hausse des interactions durant la période d'août (+95,54%) avec une moyenne de 2700 interactions par mois. C'est le signe que notre communauté continue à gagner en maturité et interagit de plus en plus avec nos contenus.

Notre communauté Facebook s'accroît progressivement et régulièrement grâce à une animation régulière de la page (entre 5h et 10h de travail par semaine - et ce malgré les nombreux projets menés en parallèle). Cette tendance devrait se renforcer sur l'année 2022.

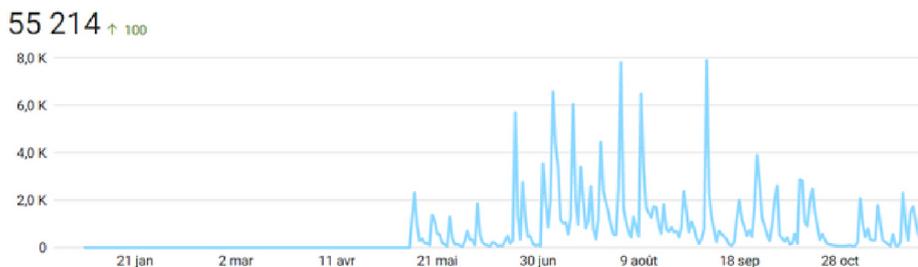
NOMBRE D'ABONNÉS



NOMBRE DE MENTIONS J'AIME



COUVERTURE DE LA PAGE



Nombre de personnes ayant consulté un contenu sur votre Page ou portant sur votre Page, notamment des publications, des stories, des publicités, des informations sociales sur les visiteurs qui interagissent avec votre Page, etc. La couverture est différente des impressions, qui peuvent inclure plusieurs vues de vos publications par une seule et même personne.

* Un abonné est une personne qui suit une page (ses actualités, ses posts apparaîtront dans son fil d'actualité). Un fan est une personne qui aime la page (la page apparaîtra dans les mentions J'aime du profil de la personne). Une personne qui aime la page deviendra automatiquement un abonné de celle-ci. À l'inverse, une personne peut s'abonner à une page sans l'aimer.

** le taux d'engagement est le rapport entre le nombre de personnes ayant potentiellement vu nos publications et le nombre d'interactions qu'elles ont reçues (mentions j'aime, commentaires, partages...)

LES RÉSEAUX SOCIAUX

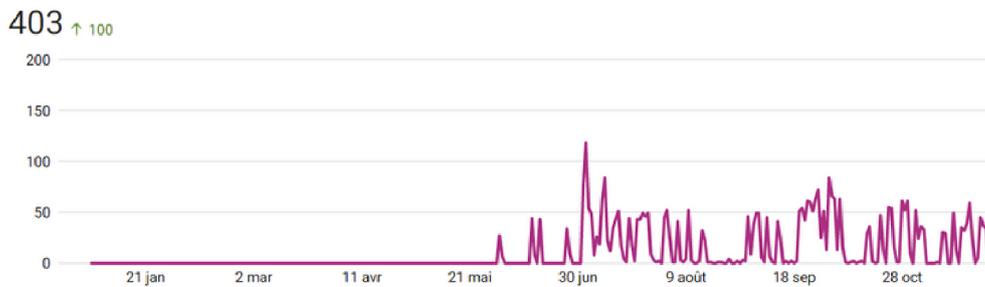
INSTAGRAM EN QUELQUES CHIFFRES

218 abonnés

60 publications



COUVERTURE DE LA PAGE

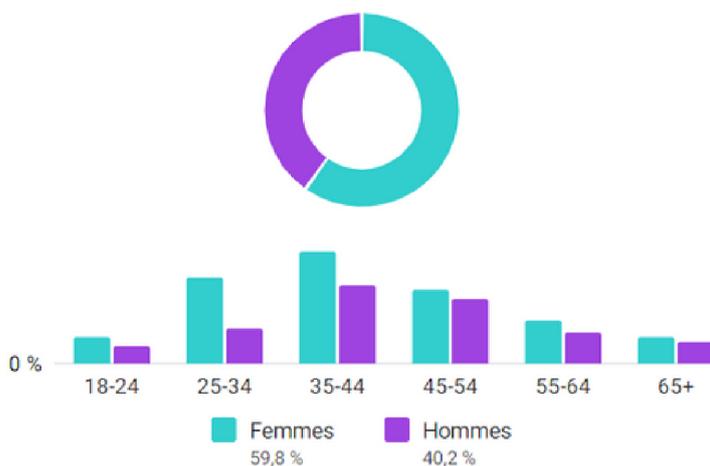


Nombre de personnes ayant consulté un contenu sur votre Page ou portant sur votre Page, notamment des publications, des stories, des publicités, des informations sociales sur les visiteurs qui interagissent avec votre Page, etc. La couverture est différente des impressions, qui peuvent inclure plusieurs vues de vos publications par une seule et même personne.

NOMBRE D'ABONNÉS

218

Âge et genre



Principales villes



LES RELATIONS PRESSE

TEMPS FORTS PRESSE ET BLOGUEURS

MAI

- **Actu armagnacaise**
Fête de l'écotourisme
- **Sud Radio**
Interview du directeur pour les Thermes dans les matinales

JUIN

- **Le Journal du Gers**
 - L'Office de Tourisme est municipal
 - L'Office de Tourisme devient municipal



JUILLET

- **Actu armagnacaise**
Ouverture de l'Office de Tourisme
- **Le journal du Gers**
Un nouvel Office de Tourisme de proximité au service de tous



AOÛT

- **Radio (VDA et RDA)**
Vente de place pour la corrida portugaise à l'OT



SEPTEMBRE

- **Pour les Journées du Patrimoine Culinaire**
 - France 3 (1 reportage)
 - Sud Radio
 - La dépêche du midi
 - Sud Ouest
 - Radio France Bleu
 - RTL
 - Radio la cool family
 - Actu armagnacaise



NOVEMBRE

- **Pyrénées Pass**
Application présentation et proposition d'offre de la destination dans 3 pays différents (France, Andorre, Espagne)



LE BILAN FINANCIER 2021

TABLEAU DE RÉPARTITION DES RECETTES ET DÉPENSES

au 13/12/2021

DÉPENSES

| | |
|----------------------------------|-----------------|
| CHARGES DE PERSONNEL | 95 555€ |
| DÉPENSES PROMOTION/COMMUNICATION | 16 405€ |
| CHARGES DE FONCTIONNEMENT | 13 356€ |
| ACHATS ET PRODUITS POUR REVENTE | 400€ |
| TOTAL DÉPENSES | 122 716€ |

RECETTES

| | |
|-----------------------------|-----------------|
| SUBVENTIONS | 180 000€ |
| RECETTES SUR ACTES DE VENTE | 1 789€ |
| TAXE DE SÉJOUR | 0€ |
| PARTENARIATS/COTISATIONS | 1 170€ |
| AUTRES PRODUITS | 342€ |
| TOTAL RECETTES | 183 301€ |



LES PROJETS DE L'ANNÉE 2022

PROJETS ACCUEIL

- Mise en place des "hors les murs"
- Mise en place d'un outil de comptage
- Achat d'une borne d'accueil



PROJETS PROMOTION & COMMUNICATION

- Guide hébergements
- Guide touristique
- Plan de la commune sous forme de sous-mains
- Cartes touristiques
- Site Web (version définitive)
- Promotion sur les panneaux sucettes
- Développement de l'OT sur l'application TikTok
- Publications de vidéos sur YouTube
- Dossier de presse en collaboration avec l'OT du pays

PROJETS COMMERCIALISATION DE PRODUITS TOURISTIQUE

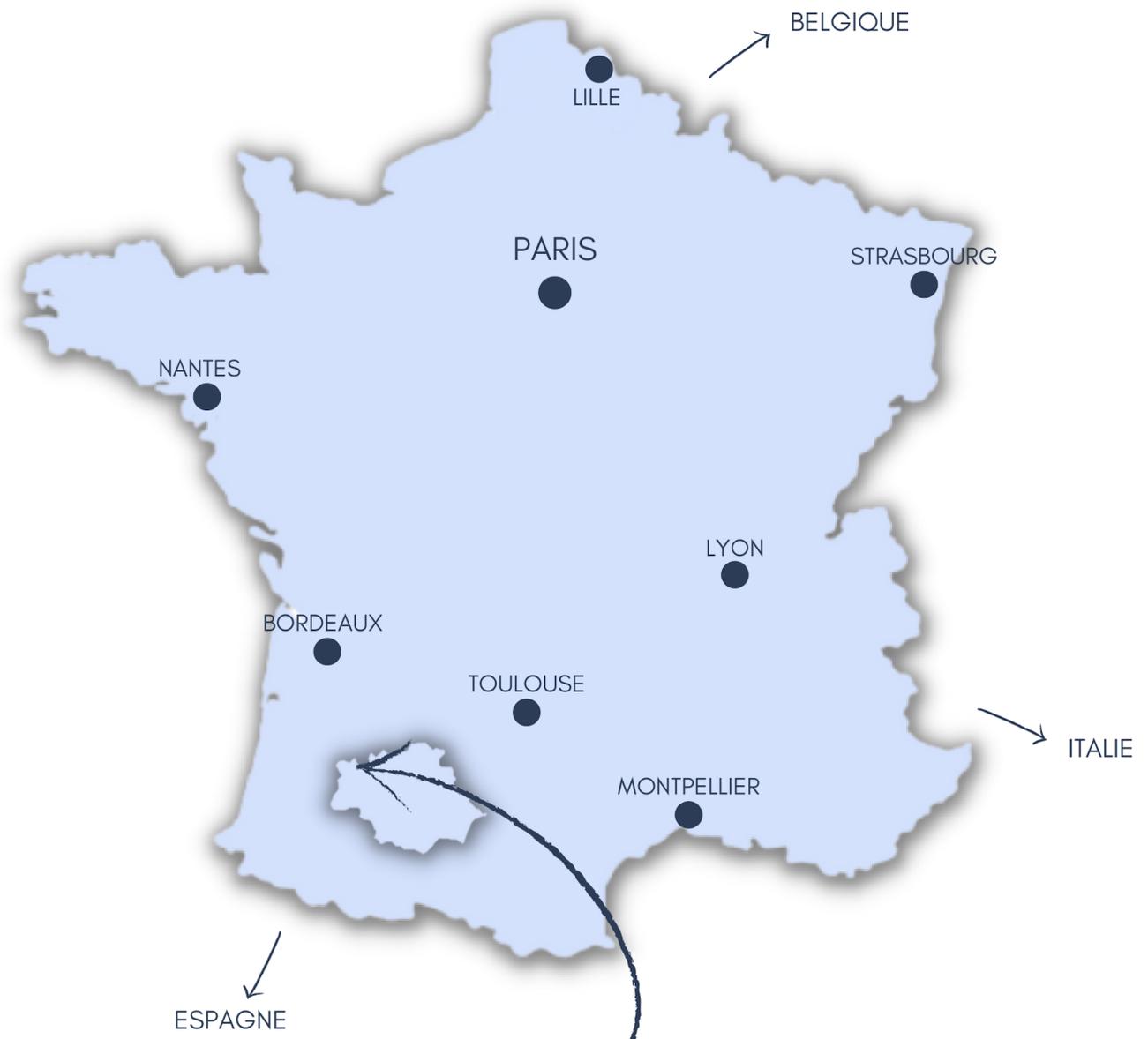
- Développement de la boutique (recherche de nouveaux producteurs et de nouveaux produits)
- Programmer des visites et des excursions
- Organisation d'une marche gourmande

PROJETS NATURE & LOISIRS

- Randonnées organisées
- Guide randonnée et vélo en versions finale
- Balisage des chemins de randonnées
- Création de nouveaux parcours vélo
- Programmation d'évènements pour la fête de l'écotourisme (station verte)
- Programmation d'évènements pour la fête du terroir (station verte)

PROJETS DE VALORISATION DU PATRIMOINE

- Évènement pour les 150 ans de l'Église St Martin de Cazaubon
- Editions du parcours des 7 Églises
- Valorisation des jardins du 3 au 5 juin (journées nationales)
- Les journées du Patrimoine de Pays et des moulins (26 et 27 juin)
- Évènements pour les journées du Patrimoine en septembre
- Lancement du Parcours Patrimoine de Cazaubon



*Office municipal de tourisme et du Thermalisme
Cazaubon/Barbotan-les-Thermes*

**3 place de l'Armagnac
32150 Barbotan-les-Thermes**

T./ +33(0)5 62 69 26 59
accueil@barbotantourisme.fr
www.barbotantourisme.fr

