

Office Municipal
de Tourisme et du Thermalisme

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2025

CAZAUBON BARBOTAN-LES-THERMES



SOMMAIRE

- 1** OBSERVATION TOURISTIQUE page 3
- 2** PÔLE ACCUEIL page 6
- 3** PÔLE QUALITÉ page 12
- 4** TAXE DE SÉJOUR page 13
- 5** PÔLE ANIMATIONS page 18
- 6** LE COMPTOIR GASCOUN' page 24
- 7** LES SOCIO-PROFESSIONNELS page 26
- 8** PÔLE MARKETING DIGITAL page 30
- 9** PÔLE CULTURE ET PATRIMOINE page 42
- 10** BUDGET page 44
- 11** EN 2026 page 45

A photograph of a sunflower field at sunset. The sun is low on the right side of the frame, casting a warm glow. A dark silhouette of a tree is visible in the background. The foreground is filled with sunflowers, with two large ones in sharp focus. A teal rectangular box is overlaid on the middle of the image, containing the title text.

OBSERVATION TOURISTIQUE

03

Observation touristique

En 2025, le Gers a connu une **année touristique contrastée**, marquée par une baisse générale de la fréquentation par rapport aux années précédentes. Les nuitées touristiques ont diminué sur plusieurs périodes clés, notamment au printemps et pendant l'été, reflétant un contexte conjoncturel moins favorable et l'absence de certains week-ends prolongés. Cette tendance a été observée sur l'ensemble du département, affectant aussi bien les hébergements hôteliers que les locations alternatives.

Malgré cette baisse, l'**offre d'hébergement est restée stable**, avec 42 hôtels totalisant 893 chambres. Cela indique que le potentiel d'accueil n'a pas diminué, mais que le volume de visiteurs a été inférieur aux attentes. Les structures touristiques ont dû s'adapter à des flux plus irréguliers, en particulier sur les périodes traditionnellement fortes, comme l'été et le début de l'automne.

Le Gers poursuit ses efforts pour renforcer son attractivité touristique. Les stratégies mises en place visent à promouvoir le patrimoine local, la gastronomie, les sites naturels et le tourisme durable. Ces initiatives sont essentielles pour maintenir l'intérêt des visiteurs et diversifier l'offre, en réponse aux nouvelles pratiques touristiques, notamment la montée des locations privées et du tourisme de plein air.

Globalement, l'activité touristique en 2025 montre une **variabilité saisonnière** accentuée, avec une **fréquentation en baisse** par rapport aux années précédentes. Cependant, le département conserve un potentiel attractif grâce à ses atouts patrimoniaux et naturels, ainsi qu'à des actions structurantes visant à stimuler l'activité touristique dans les années à venir.



Observatoire de la station

En 2025, nous ouvrons **un observatoire de l'activité économique** (Thermale et Touristique) de notre station thermale pour mieux connaître le fonctionnement de la destination.

La chaîne thermale a enregistré 11 293 curistes, soit une baisse de 5.91 % par rapport à 2024.

Cette diminution est plus marquée que les tendances observées à des échelles supérieures :

- -3 % pour l'ensemble des stations thermales du Gers,
- -0,6 % à l'échelle de la région Occitanie,
- -1,16 % au niveau national

Les nuitées globales réalisées en 2025 connaissent une baisse de 7% par rapport à 2024 pour un réalisé de 243 754 nuitées. Cette baisse est moins sensible chez les hébergeurs professionnels (Hôtels, Hôtellerie de Plein air, Résidences de Tourisme) .

Notre analyse

Ce différentiel met en évidence une fragilité conjoncturelle spécifique à la destination qui se poursuit depuis 2 années, au-delà d'une tendance nationale globalement contenue. Nous avons pu identifier cette année plusieurs facteurs comme les comportements craintifs des curistes suite aux changements des soins, concurrence accrue entre stations qui proposent le même typologie de soins, arbitrages budgétaires des clientèles, ou encore des contraintes liées à notre offre (bien être, mini cures...) que nous identifions à la peine.

Toutefois, malgré cette baisse et ces constats, la destination de Cazaubon Barbotan-les-Thermes conserve un volume de cures significatif (11ème place Nationale, 3ème Régionale), confirmant son ancrage historique et son rôle structurant dans l'économie touristique locale (34 M€ de Chiffres d'Affaires générés de manière directe et indirecte en 2025).

Dans notre mission de promotion, l'enjeu principal sera de renforcer la complémentarité entre thermalisme, bien-être et l'animation de la destination touristique, une diversification de l'offre autour du bien-être, de la détente et de la remise en forme, valorisation de l'expérience globale de destination (nature, activités, art de vivre), renforcer les synergies entre acteurs thermaux, hébergeurs et touristiques, agir avec une communication ciblée sur les valeurs de ressourcement, le bien vivre et la qualité de vie, être en mouvement.

Toute l'équipe de l'OMTT réalise le besoin d'un changement de paradigme pour un investissement dynamique afin de créer une offre nouvelle touristique complémentaire pour des cibles clientèles additionnelles.



PÔLE ACCUEIL



06

En 2025...



En 2025, l'équipe a engagé un **travail collectif** afin de repenser l'espace d'accueil et d'améliorer le **parcours visiteurs**. L'objectif était de proposer un accueil plus fluide, mieux ciblé et davantage adapté aux besoins de notre clientèle, aux besoins spécifiques.

Le réaménagement a permis d'optimiser l'organisation de l'espace, de faciliter les échanges et d'orienter plus efficacement les visiteurs vers les services et activités proposés. L'installation de tables hautes favorise des interactions plus naturelles et conviviales entre l'équipe et les visiteurs.

Cette nouvelle organisation contribue à **renforcer la qualité de l'accueil** et **l'expérience des visiteurs**, en offrant plus de souplesse et de personnalisation dans l'accompagnement.

Nous avons créé la boutique, le **Comptoir Gascoun'**, qui a suscité un réel intérêt auprès de nos visiteurs. Conçue à partir de matériaux de récupération, cette réalisation s'inscrit dans une démarche innovante et durable. Il constitue un **point d'entrée attractif** pour l'Office et complète l'expérience touristique en valorisant les temps d'échanges, les produits locaux et les souvenirs.



Les statistiques

EN 2025..



EN 2024..



EN 2023..



85%

Au comptoir d'accueil



14%

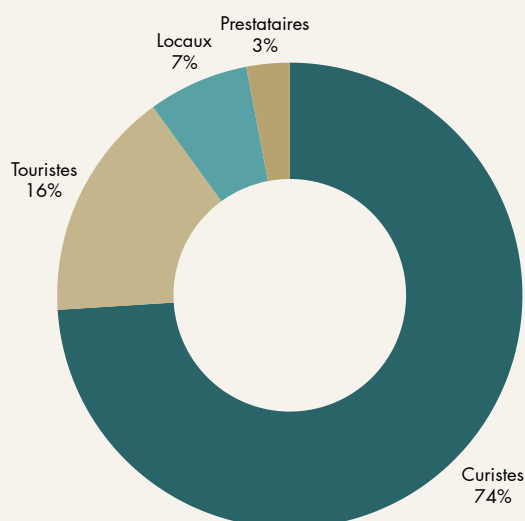
Par téléphone



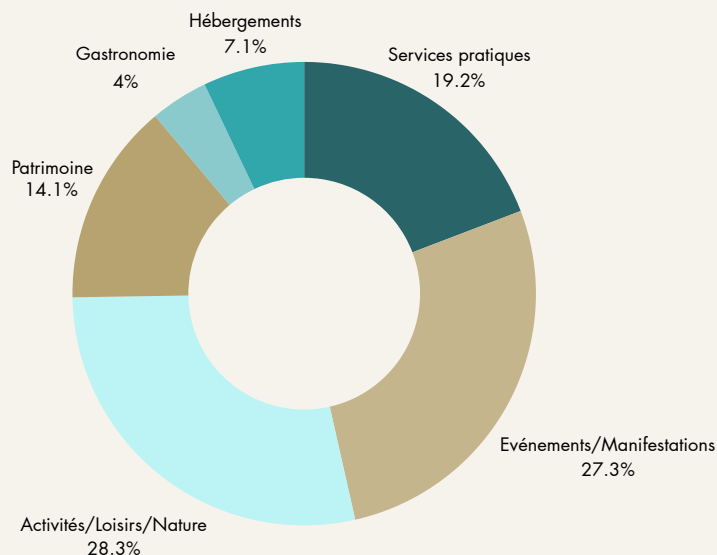
2%

Par mail

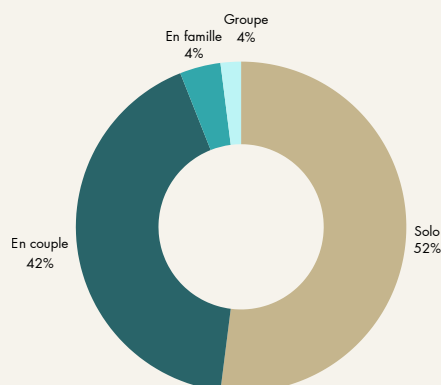
Types de contacts



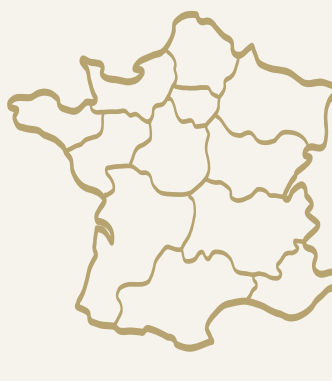
Thématiques demandées



Profils

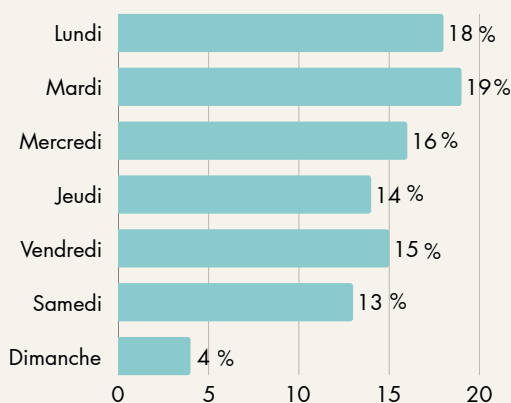


Les régions



- 27% Occitanie
- 22% Nouvelle aquitaine
- 7% Ile de France
- 7% Pays de la loire
- 6% Bretagne
- 6% Auvergne Rhône Alpes
- 6% Hauts de France
- 5% Centre Val de Loire
- 5% Provence alpes côtes d'azur
- 4% Grand est
- 3% Normandie
- 2% Bourgogne-franche comté

Fréquentation semaine



Origine étrangère



- 30% Royaume uni
- 27% Espagne
- 17% Pays Bas
- 10% Belgique
- 7% Etas Unis
- 5% Australie
- 3% Allemagne
- 2% Italie

= 60 personnes

Demandes de documentations

En 2025



pour un coût total de = **898.30€**

En 2024



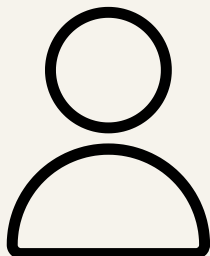
pour un coût total de

= **1 415.11€**

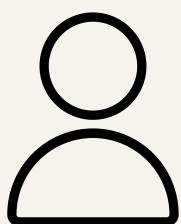
Baisse du coût de **-36.5%** due en partie à la baisse des demandes de docs **-26%** par rapport à **2024**

Le Comité Directeur

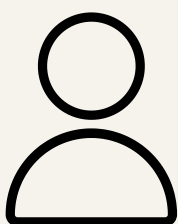
LES MEMBRES



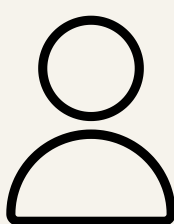
ISABELLE TINTANÉ
PRÉSIDENTE



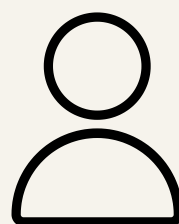
GUY BERNADET



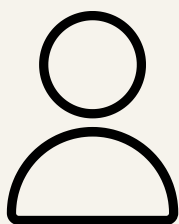
DIDIER EXPERT



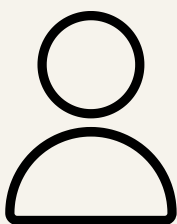
ELISABETH DOUMENJOU



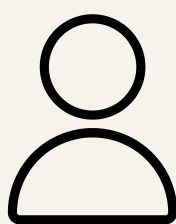
PIERRE DELHOSTE



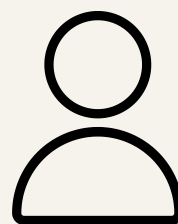
CÉLINE BIBÉ



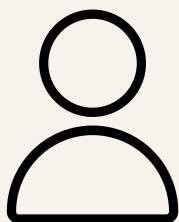
MONIQUE DRAPIER



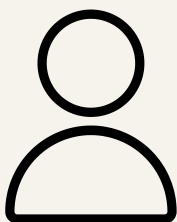
NICOLAS JACQUEMIN



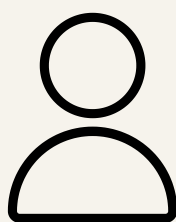
JEAN-MARC DOUMENJOU



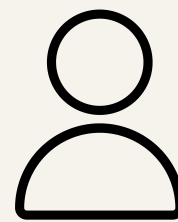
ANITA BARLES



GAUTHIER LECOMTE



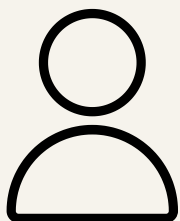
NICOLAS BLANCK



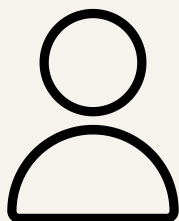
VIC BLANC

Les ressources humaines

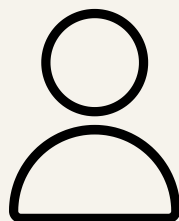
L'ÉQUIPE



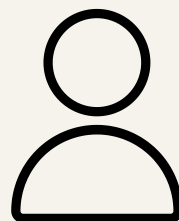
PHILIPPE MONCELET
DIRECTEUR
DEPUIS FÉVRIER 2025



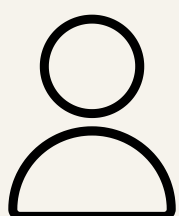
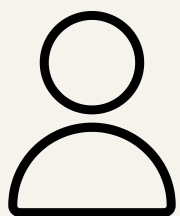
YOHAN MULAS
RESPONSABLE ANIMATIONS
DEPUIS AVRIL 2022



ALICIA TARIS DUPEYRON
CONSEILLÈRE EN SÉJOUR
DEPUIS MAI 2022

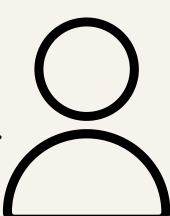
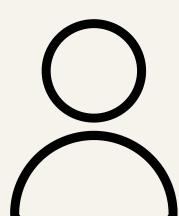


BÉATRICE BEYRIS
RESPONSABLE ACCUEIL-QUALITÉ
DEPUIS NOVEMBRE 2022



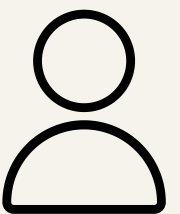
CARMEN BON
RESPONSABLE BOUTIQUE
ARRÊT MALADIE DEPUIS AVRIL 2025

MATHILDE PLAZA-DELMAS
CONSEILLÈRE EN SÉJOUR
MAI - OCTOBRE 2025
Recrutement effectué suite à l'arrêt maladie

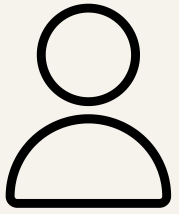


LAURANNE JONAHI-REQUIER
RESPONSABLE COMMUNICATION
DÉPART EN JUIN 2025

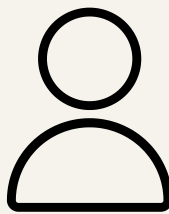
HAYTAM ELMIDAOU
RESPONSABLE MARKETING DIGITAL
DEPUIS SEPTEMBRE 2025
Recrutement effectué suite à un poste vacant



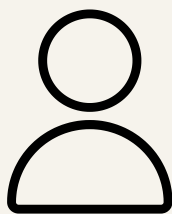
OCÉANNE JULIEN
SAISONNIÈRE ACCUEIL
EN AVRIL, PUIS DE JUIN À AOÛT 2025



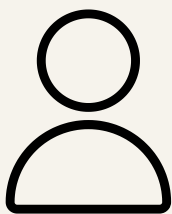
ARIELLE LAPORTE
SAISONNIÈRE ANIMATIONS
JUILLET- OCTOBRE 2025



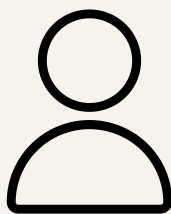
CLOÉ RIPOLL
EN ALTERNANCE
DEPUIS SEPTEMBRE 2025



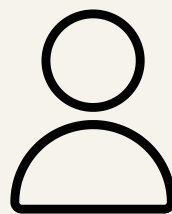
LILOU WULLES
STAGE À L'ACCUEIL



NINON AUDIFFREN
STAGE EN COMMUNICATION



MIA BROS
STAGE EN COMMUNICATION



ROMAIN CUONZO
STAGE À L'ACCUEIL



PÔLE QUALITÉ



12

Les indicateurs

L'année écoulée a été marquée par une activité soutenue pour l'Office Municipal de Tourisme et du Thermalisme de Cazaubon Barbotan-les-Thermes, tant sur le plan de **l'accueil** des visiteurs que sur le développement de **nouvelles actions** au service du territoire.

Dans un contexte touristique en évolution constante, l'office a poursuivi sa mission première:

- offrir un accompagnement de qualité à nos visiteurs
- valoriser l'offre locale
- renforcer l'attractivité de la destination

Ce rapport d'activité présente:

- Les principaux indicateurs suivis au cours de l'année
- l'analyse des retours recueillis, les questionnaires de satisfaction, les réclamations, les remarques orales et les avis en ligne.

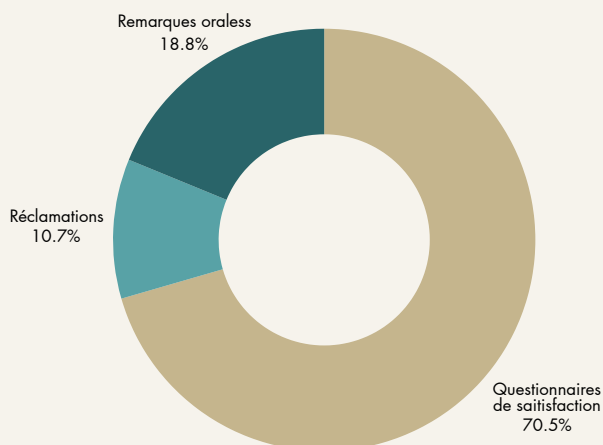
Il permet également de souligner **l'implication de l'équipe** et les efforts engagés pour répondre aux exigences de la marque Qualité Tourisme et de la future labellisation Destination d'excellence.

Ce bilan constitue ainsi un outil de transparence, d'évaluation et de progression continue, indispensable pour orienter les actions futures et garantir un accueil toujours plus professionnel et chaleureux.

RÉSULTATS DES INDICATEURS

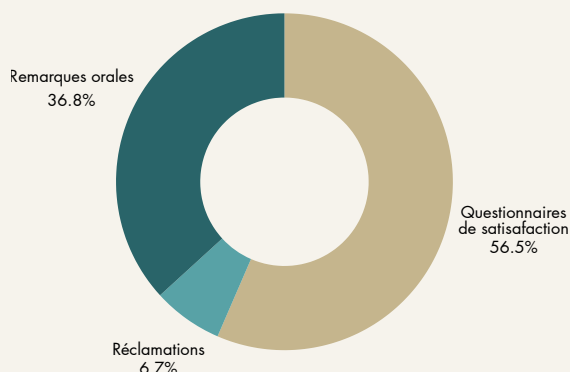
2025

- 165 Questionnaires de satisfaction
- 25 Réclamations
- 44 Remarques orales



2024

- 126 Questionnaires de satisfaction
- 15 Réclamations
- 82 Remarques orales



Analyses et enseignements



QUESTIONNAIRES DE SATISFACTION

Les questionnaires collectés tout au long de l'année montrent un très bon niveau de satisfaction globale concernant la qualité de l'accueil.

Les points particulièrement appréciés:

- disponibilité des conseillères en séjour
- sourire et amabilité
- qualité des renseignements fournis
- rapidité de prise en charge

Taux moyen de satisfaction: à compléter



RÉCLAMATIONS

Le nombre de réclamations est supérieur à celui de l'année dernière.

Les principales thématiques:

- la qualité de certains hébergements
- l'accueil réservé aux clients dans certains hébergements.

Ces points de vigilance font désormais l'objet d'un suivi renforcé, et un groupe de travail dédié a été mis en place afin d'identifier des solutions concrètes.



REMARQUES

Les remarques orales recueillies en face en face viennent compléter les questionnaires.

Elles portent principalement sur:

- la navette (le samedi)
- les animations
- la voie verte

Les remarques offrent un retour immédiat, souvent plus précis et spontané.

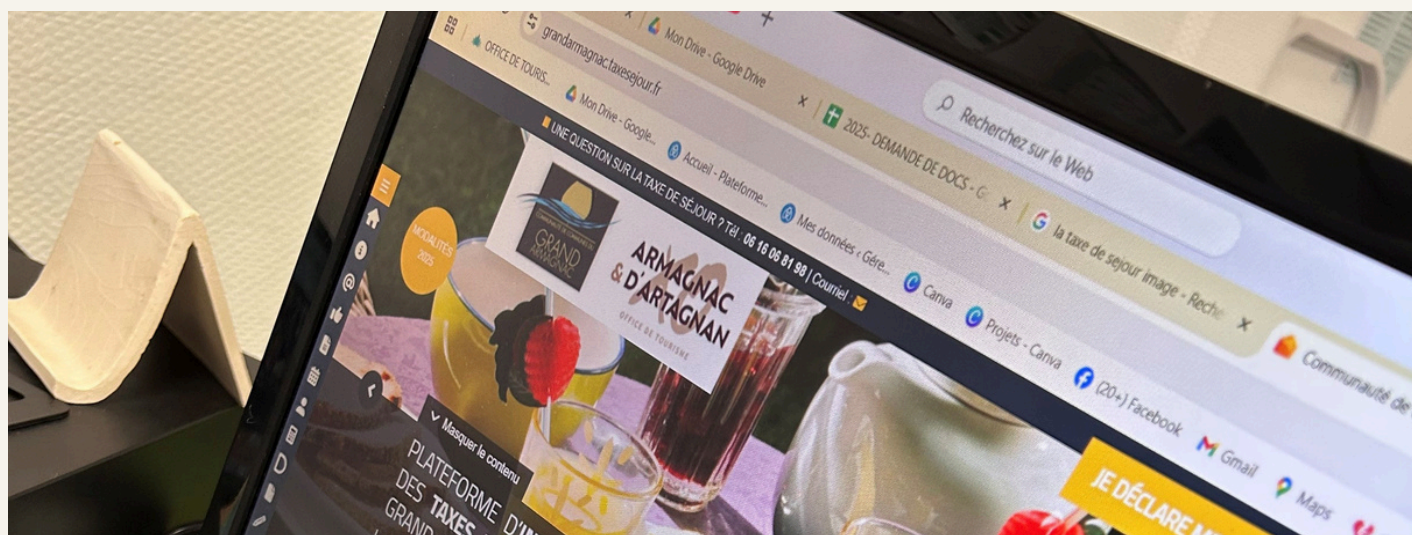


LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les avis en ligne restent peu nombreux, ils constituent néanmoins une source précieuse d'information pour mesurer la perception des visiteurs. Les commentaires recensés mettent en avant:

- la qualité de l'accueil
- la disponibilité de l'équipe

L'objectif est de continuer à encourager les visiteurs à partager leur expérience en ligne, afin d'enrichir notre veille qualitative et identifier plus finement les attentes et points d'amélioration potentiels.



TAXE DE SÉJOUR



15

La taxe de séjour: bilan et perspectives

En 2025, l'OMTT **poursuit son accompagnement** des hébergeurs de la commune dans leur obligation de collecte, déclaration et reversement de la taxe de séjour.



ACTIONS MENÉES

- **Accompagnement quotidien des hébergeurs:**

Assistance téléphonique et physique pour les déclarations mensuelles/annuelles
Gestion des cas particuliers et des difficultés de saisie

- **Suivi de la collecte:**

Vérification régulière des déclarations mensuelles.
Contrôle des incohérences: nuitées manquantes, oublis, erreurs de tarification.
Relances courtoises des hébergeurs retardataires
Suivi des reversements de la Com de Com Grand Armagnac.

- **Lutte auprès des mauvais joueurs:**

Identification des hébergeurs ne respectant pas leurs obligations.
Diplomatie et pédagogie pour rétablir une relation de confiance.

- **Création et accompagnement des nouveaux hébergeurs:**

Ouverture des comptes sur la plateforme "taxe de séjour- nouveaux territoires"
Formation rapide sur comment déclarer.
Suivi régulier les premiers mois pour éviter les erreurs.



POINTS FORTS DE L'ANNÉE

- Participation croissante aux réunions
- Relations renforcées avec les hébergeurs
- Meilleure compréhension globale des obligations par les professionnels



QUELQUES CHIFFRES

Montant total de taxe de séjour collecté sur l'année (comparaison N-1):

Réalisé en **2025** TS : 181 037 €

en **2024** TS : 166 700 €

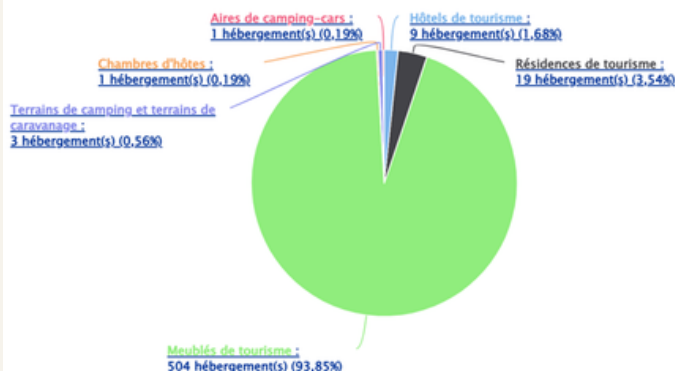
Soit 14 337 € en plus (+8%)

HÉBERGEMENTS CONCERNÉS

Nombre d'hébergeurs (32150 Cazaubon) soumis à la taxe de séjour:

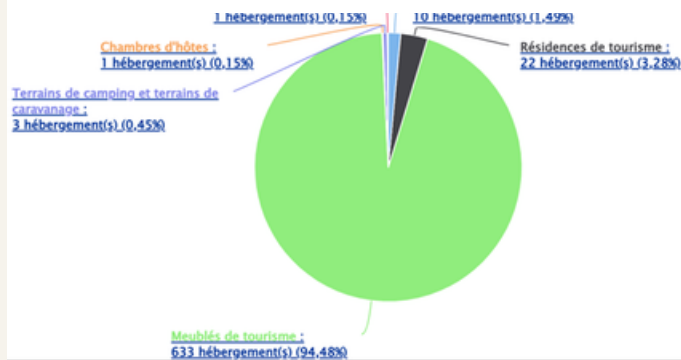
Répartition par type en 2024

Hébergements actifs par nature d'hébergement



Répartition par type en 2025

Hébergements actifs par nature d'hébergement



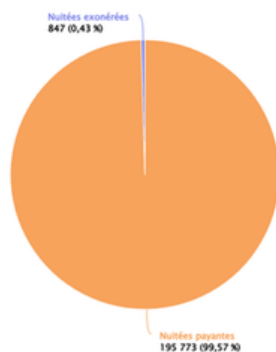
NOMBRE DE NUITÉES DÉCLARÉES

Evolution par rapport à l'année précédente : -7%

En 2024

Déclarations de nuitées payantes et de nuitées exonérées

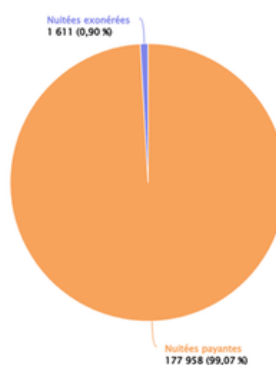
Nombre de nuitées payantes et exonérées : 196 620 nuitées



En 2025

Déclarations de nuitées payantes et de nuitées exonérées

Nombre de nuitées payantes et exonérées : 179 569 nuitées



UN TRAVAIL DE TERRAIN

Tous les **trimestres** : relances envoyées aux hébergeurs

Accompagnements **mensuels** d'une cinquantaine d'hébergeurs sous forme de rendez-vous physiques ou téléphoniques.

-Aide aux déclarations

-Aide à la création des nouveaux comptes



PÔLE ANIMATIONS



18

Bilan de saison

L'ANIMATION, C'EST ...

- **Dynamiser** la vie locale
- **Proposer des activités** à différents publics ciblés
- **Faire vivre** nos labels et nos sites
- **Développer** le tourisme Nature et de Plein Air
- **Coordonner** l'animation locale avec calendrier commun et réunions inter-assos
- **Fédérer** les associations et socio-pros autour de projets
- **Créer des événements** en lien avec l'image touristique
- **Renforcer l'attractivité** et la notoriété de la destination
- **Mettre en lumière** différents lieux propices à l'animation (Maison du Tourisme , Base de Loisirs...)

+300 animations dont **58** organisées par l'Office de Tourisme

PARMI LESQUELLES...

- *La Fête de Carnaval* avec la médiathèque
- *Le Thé Dansant de Barbotan* Nouveauté 2025
- *La Journée Nationale des Véhicules d'Époque*
- **Printemps en Fête**, avec le Slow Enduro Vélo
- *La Fête de la St Jean* avec son bal traditionnel au lac
- 3 *Marchés Gourmands "Tablées Gourmandes"* avec concerts durant l'été au lac
- *La Fête du 14 Juillet*, ses défilés & son bal au lac
- **Lac en Fête**, avec ses animations et la 3ème édition du **Raid du Lac**
- **Terroir en Fête**, week-end festif, en lien avec le Comité des Fêtes, l'association des Commerçants et les partenaires locaux Événement 2025
- 8 *Concerts* dont *la Fête de la Musique* le 21 juin et le *CycloBal Tour*
- 19 *Bals Musette*
- 1 *Théâtre musical de verdure*
- 5 *Expos/Défilés Véhicules anciens*
- *Pilotage d'Octobre Rose*
- 11 **Randonnées Accompagnées Slow Rando** Coup de ♥ 2025
- 3 *Randonnées Guidées Pass n' Gers*

MAIS C'EST AUSSI ...

Le développement du Tourisme Nature et Plein Air

- **Création de 2 boucles VTT** balisées et identifiées au départ de la base de loisirs
- **Création d'un panneau signalétique** des départs VTT
- **Engagement des randonnées accompagnées SLOW RANDO** tout au long de la saison, en partenariat avec l'Association des Commerçants
- **Mise en avant des sentiers pédestres de randonnée** et révision du balisage

ET BIEN-SÛR ...

Accompagnement de l'animation locale et des prestataires extérieurs

- **Accueil du Piano du Lac** spectacle sur l'eau - 24 juin au lac d'Uby
- **Accueil de Toutenkanon** troupe théâtrale au cinéma
- **Accueil du Cyclobal Tour** troupe musicale itinérante à vélo - en tournée dans le Gers
- **Accueil de La France en Courant**
- **Accompagnement de La Fête des Vendanges** du Comité des Fêtes lors de Terroir en Fête

ET C'EST TOUJOURS...

Empreinte territoriale de l'animation

- **Emission radio à la Voix de l'Armagnac** tous les 4èmes mercredi du mois.
- **Le Mag' de l'Uby**, nouveau format du programme des animations édité durant la haute saison, distribués dans des supports identifiés chez les commerçants. Nouveauté 2025
- **Affichage sur Panneaux Sucettes** des informations touristiques et culturelles de la destination.

Nos animations en photos



Randos accompagnées Slow Rando



Terroir en Fête



Lac en Fête



Le Thé Dansant



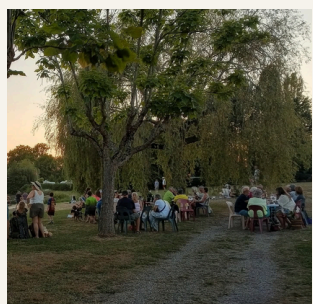
Fête du Printemps



Raid de l'Uby - Fête du Lac



Fête de la Musique



Les Tablées Gourmandes au lac



Fête du 14 juillet



Le bal Musette



Théâtre Musical en Plein Air



Rassemblements Auto/Moto

Les Chiffres de 2025

Budget 2025 réel dépensé

(Cachets, GUSO, fournitures, repas, et recettes et SACEM inclus)



ANALYSE BUDGÉTAIRE DÉPENSES REALISÉES 2025 (TTC) :

-Montant global cachets 2025 (GUSO inclus) : 30 811 € dépensés
(29 980 € en 2024)

-Montant global repas & hébergement 2025 : 2 130 € dépensés
(1 760 € en 2024)

-Montant global fournitures diverses 2025 : 340 € dépensés
(670 € en 2024)

-Montant global SACEM 2025 : 2 178€ - (1715 € en 2024)

-Montant global des recettes et subventions 2025 : 2 135 €

ANALYSE

Augmentation des dépenses dans les cachets 2025 :

- Des prestataires de passage ont été pris pour proposer de la nouveauté et de la variété en cours de saison.

Augmentation des dépenses repas et hébergements en 2025 :

- Prise en charge repas et/ou hébergement pour certains artistes venant proposer leur prestations sur la destination sans demande de cachet (ex : Le Piano du Lac).

Baisse des dépenses fournitures 2025 :

- Baisse sensible et significative grâce au partenariat avec Intermarché Cazaubon et le Casino Circus de Barbotan (approvisionnement des pots d'accueil et d'amitié, ainsi que des fournitures inhérentes). Matériel réutilisable. Quantité mieux maîtrisée.
- Offre des restaurateurs pour le goûter des Slows Randos, négociée avec l'ACCB.

Recettes 2025 :

- Rentrées de recettes à l'animation pour cette année 2025 grâce au règlement des Slow Rando, des randonnées Pass'enGers ainsi que du Thé Dansant. Demande de subvention suivie et accordée pour le concert de G. LOPEZ.

Terroir en Fête

OBJECTIFS :

- Valoriser le label « Station Verte »
- Mettre en valeur les acteurs locaux et le savoir-faire local
- Célébrer le terroir et le patrimoine
- Rassembler habitants - curistes - touristes autour d'un événement convivial et festif
- Inscrire la destination dans un thème notoire en lien avec son identité.

PARTENAIRES :

Cet événement fut amené par un groupe de travail 100% local avec comme partenaires:

- Le Comité des Fêtes
- L'Association des Commerçants
- Le Domaine Uby
- Le Château de Larée
- La Mairie de Cazaubon
- Le Château Bellevue
- Le Casino de Barbotan.

ANALYSE FINANCIERE :

Dans le cadre de sa mission d'organisation de l'événement, le service animations a proposé ce qui suit :

Budget alloué : 5 000 € TTC

Montant global groupe de musique, échassiers et bandas : 4 096 €

Montant global repas musiciens et boissons : 989 €

Coût total animations : 5 085 €



ANALYSE DE LA FRÉQUENTATION :

Samedi 18 octobre 2025 :

Fréquentation : attendue : 200 personnes réalisée : 300 personnes env.

- 225 repas servis + public supplémentaire venu à l'apéritif et/ou en marge de la soirée
- Majorité de curistes et de personnes d'un certain âge.

Dimanche 19 octobre 2025 :

Fréquentation : attendue : 1000 personnes réalisée : 1200 personnes.

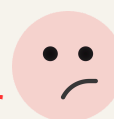
- Très belle fréquentation pour cette 1ère édition, couplée aux activités "Octobre Rose" en parallèle de la journée sur Barbotan.
- Pics de fréquentation en fin de matinée et fin d'après-midi. Tout public.

Points positifs



- Prestataires contents des retours, de l'accueil et de l'organisation
- Communication mise en place efficace (+ 200 000 vues sur réseaux)
- Format adéquat à notre localité
- Lien sur le weekend entre Cazaubon et Barbotan

Points à revoir



- Proposer plus d'animations enfants/familles
- Développer le concept "Producteurs" sur Cazaubon
- Améliorer le ciblage en communication
- Faire entrer l'événement dans une dimension plus notoire (Objectif : régional)

Les temps forts

2025, une année de bilan, qui a mis en avant la réussite de partenariats et le succès des animations à forte valeur humaine.

01 Partenariat avec les associations
Concrétisation du lien avec le tissu associatif.

03 Renfort de personnel saisonnier
Avec *Arielle LAPORTE*, belle personne avec beaucoup de professionnalisme.

05 Terroir en Fête
Tout nouveau format pour l'événement gastronomique de la destination, né d'une alliance entre nos partenaires producteurs, nos associations et acteurs économiques locaux, notamment les restaurateurs, sous notre label "Station Verte - Fête du Terroir".

07 Une animation dynamisante et vivante
Mise en vie de la Maison du Tourisme avec les bals et les expos durant toute la saison.

02 Développement d'une offre Tourisme Nature
Mise en place des circuits VTT au départ du lac.

04 Randonnées accompagnées Slow Rando
Des animations à fort taux de participation. Des rendez-vous attendus, où les relations humaines sont mises en avant. Découverte du territoire environnant, raconté selon les endroits traversés. En relation avec l'ACCB et les Thermes de Barbotan.

06 Communication événementielle
Création du *Mag' de l'Uby* et nouvelle conception de la communication par ciblage du public sur les réseaux (contenu sponsorisé)

Les points à améliorer

01 Marchés de Producteurs "Tablées Gourmandes" au lac
Engouement du public pour cette formule authentique où règne le bien-vivre mais dont le format actuel avoue ses limites, surtout par fortes chaleurs. Développement à engager pour faire perdurer cette offre et la transformer en véritable expérience plaisir.

03 Journée des Véhicules d'Epoque
Journée nationale où chaque organisme fait à présent sa manifestation, ce qui limite la fréquentation sur notre localité malgré les invitations, surtout par météo instable.

05 Lac en Fête
Le Raid du Lac : manque de structure, de visibilité et d'attractivité notamment pour les familles et les entreprises.
Animations en après midi peu fréquentées, entre le soleil et les activités proposées déjà au Parc de Loisirs.

02 Fête du Printemps
Beaucoup d'énergie déployée pour peu de retombées en fréquentation.
Format et thème à revoir et à recentrer, à travailler avec les associations locales.

04 Bals musette
Fréquentation en dents de scie suivant les périodes.
Musiques moins en lien avec les nouvelles générations de curistes.

06 Communication événementielle
Manque de structure dans l'offre d'animations sur la destination. Format/supports de communication et Rendez-Vous à travailler. Développer le lien vers le site internet.

07 Attractivité / Notoriété
Ciblage des animations mal identifié.
Dimension uniquement locale.



LE COMPTOIR GASCOUN'



Le Comptoir Gascon': une réussite

Plus qu'un espace de vente, Le Comptoir Gascon' constitue un élément essentiel dans la stratégie de communication de l'Office Municipal du Tourisme et du Thermalisme de Cazaubon Barbotan-les-Thermes. Vitrine du territoire totalement réalisée par l'équipe, le projet valorise l'économie circulaire et l'engagement durable des savoirs-faire gascons à travers une sélection de partenaires producteurs et artisans, impliqués et engagés dans une valorisation responsable de leurs entreprises.

Le Comptoir Gascon' s'inscrit pleinement dans la mission de promotion de la destination. Il accompagne les conseillères en séjour dans leur action de médiation, de découverte de nos ambiances et expériences à vivre, contribue à dynamiser l'économie locale en soutenant les producteurs et les artisans. L'année 2025 a ainsi été marquée par une offre enrichie, une meilleure mise en valeur des produits.

ANALYSE DES VENTES

2025

- 3121 produits vendus
- 1331 clients
- 26.28 € panier moyen
- CA 34979.05€

2024

- 1363 produits vendus
- 595 clients
- 33.15 € panier moyen
- CA 19727.15€

=



- + 1758 produits vendus
- + 736 clients
- 6,87€ de panier moyen
- + 15251.90 de CA





Faire vivre un réseau

Nos missions envers les partenaires locaux

Animer, fédérer, développer, promouvoir...

Dans ses missions régaliennes, l'Office Municipal de Tourisme et du Thermalisme anime son réseau des socio-professionnels en favorisant la coopération, la montée en compétences et la valorisation des acteurs locaux. À travers des rencontres réseau, des ateliers thématiques, des actions collectives et la mise en lumière des initiatives engagées, il renforce la cohérence de l'offre touristique et accompagne la transition vers un tourisme plus responsable, solidaire et durable au service du territoire.

D'autre part, en collaboration avec les acteurs touristiques locaux (prestataires, élus, partenaires associatif...), l'Office Municipal de Tourisme et du Thermalisme participe à la promotion du territoire par :

- La création de brochures sur les offres des forces vives et des acteurs touristiques,
- L'amélioration de la visibilité de la destination et des offres prestataires sur le web,
- Accompagne les hébergeurs dans la démarche de professionnalisation de leur activité (collecte de la Taxe de Séjour), amélioration de l'accueil, engagements dans une démarche qualité...
- Développe sa présence sur les réseaux sociaux,
- L'ouverture d'un espace de présentation des produits locaux,
- La diffusion des actualités dans les médias locaux et des accueils de journalistes, influenceurs
- L'animation d'un observatoire de l'économie touristique de la destination
- Participation à des rencontres touristiques thématiques (Opération Tourisme Gers, bourses aux documents départementales, Tourisme Thermale, rencontre thermale FTO / CRTLO...)
- La formation des saisonniers, des partenaires volontaires pour leur faire connaître le territoire,
- La proposition d'animations et d'événements toute l'année, un accompagnement des associations pour coordonner leurs événements
- La contribution au développement de projets touristiques locaux pour promouvoir la destination : boucles cyclables, offre plein air et pleine nature, coffrets de produits locaux, circuits trail et courses d'orientation,
- L'Office de Tourisme accompagne les professionnels porteurs de projets et les renseigne sur les démarches à effectuer pour les demandes de classement et de labellisation.

...et bien d'autres projets !

Animation du réseau

RÉUNION DES SOCIO-PROS

Le **13 mars** 2025, nous avons une nouvelle fois rassemblé nos socio-professionnels dans une ambiance conviviale pour **échanger** sur la saison à venir et faire le point sur l'activité et les projets de l'Office de Tourisme.



2 RÉUNIONS D'INFORMATIONS

Lundi 14 Avril : environ **15** hébergeurs présents

Lundi 20 Octobre: environ **30** hébergeurs présents

Les **objectifs** de ces réunions: Présentation des obligations légales, accompagnement sur la plateforme *nouveaux territoires- Grand Armagnac* et mise à jour des réglementations.

NOS SORTIES ET NOS ÉCHANGES

Pour **vivre l'expérience** et la transmettre avec enthousiasme, l'équipe de l'Office de Tourisme a effectué cette année **11 visites**, dont **4 hébergements**, et **7 sites touristiques**.

= **106 H** DE VISITES CUMULÉS PAR L'ÉQUIPE

Une année de découverte



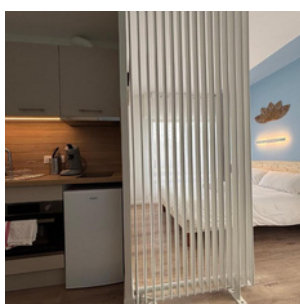
Domaine Saint-Aubin



Sainte-Christie d'Armagnac



Le Piquet



Résidence D'Artagnan



Château de Fondat



Domaine d'Uby



Abbaye de Flaran



Résidence Capri



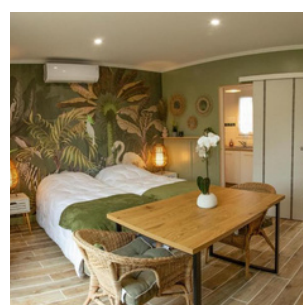
Distillerie d'Escagnan



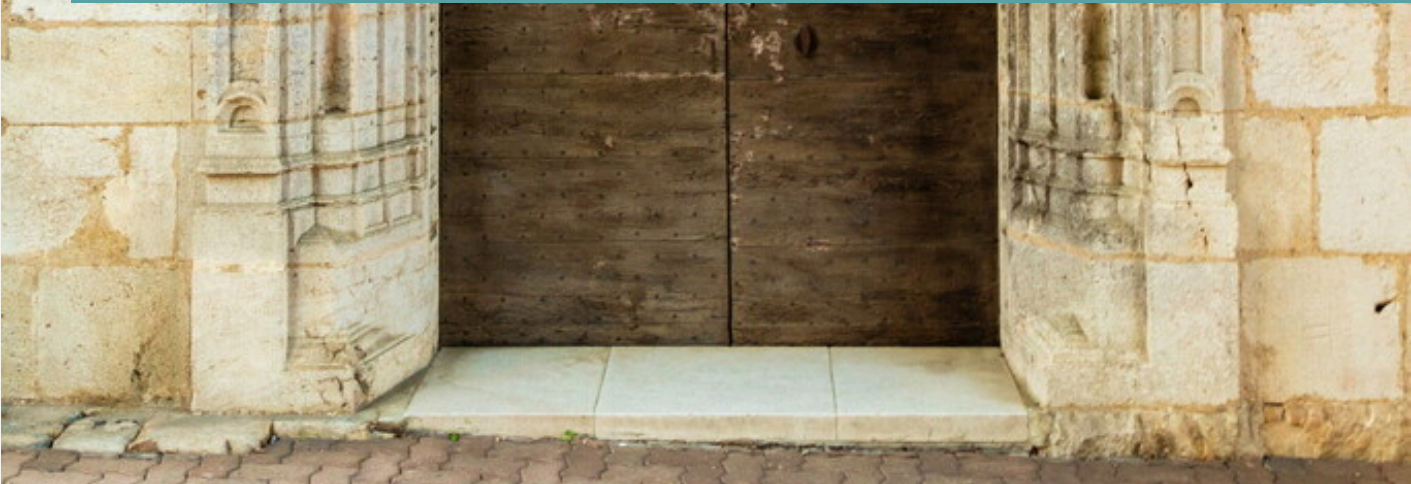
Domaine de Polignac



Escape Game du Domaine de Polignac



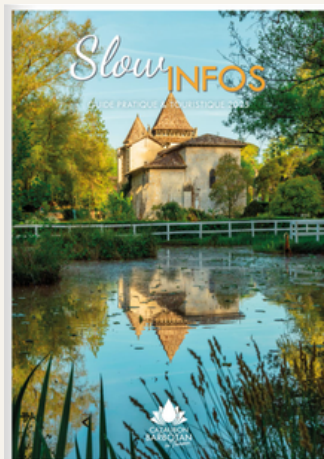
Le Colibri



PÔLE MARKETING DIGITAL

30

Les éditions/ réalisation



NOTRE GUIDE PRATIQUE

SLOW INFOS

3 500 EXEMPLAIRES

6050 VUES

Format A4 | 44 pages



NOTRE GUIDE HÉBERGEMENTS

SLOW DODO

1 000 EXEMPLAIRES

1160 VUES

Format A4 | 72 pages
(édité en novembre pour 2025)



NOTRE GUIDE RANDO/VÉLO
SLOW RANDO/VÉLO

3 000 EXEMPLAIRES

8000 VUES SR

4700 VUES SV

Format A5 recto/verso | 36 pages



NOTRE GUIDE PATRIMOINE
PATRIMOINETOUR

1 000 EXEMPLAIRES

Format A5 | 4 pages



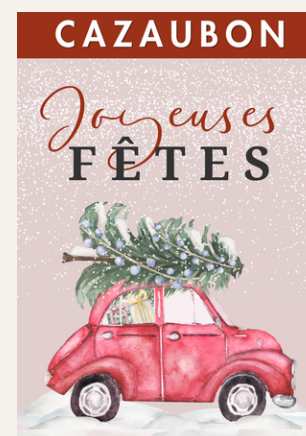
NOTRE GUIDE ANIMATIONS
MAG DE L'UBY

1 200 EXEMPLAIRES/MOIS

8000 VUES

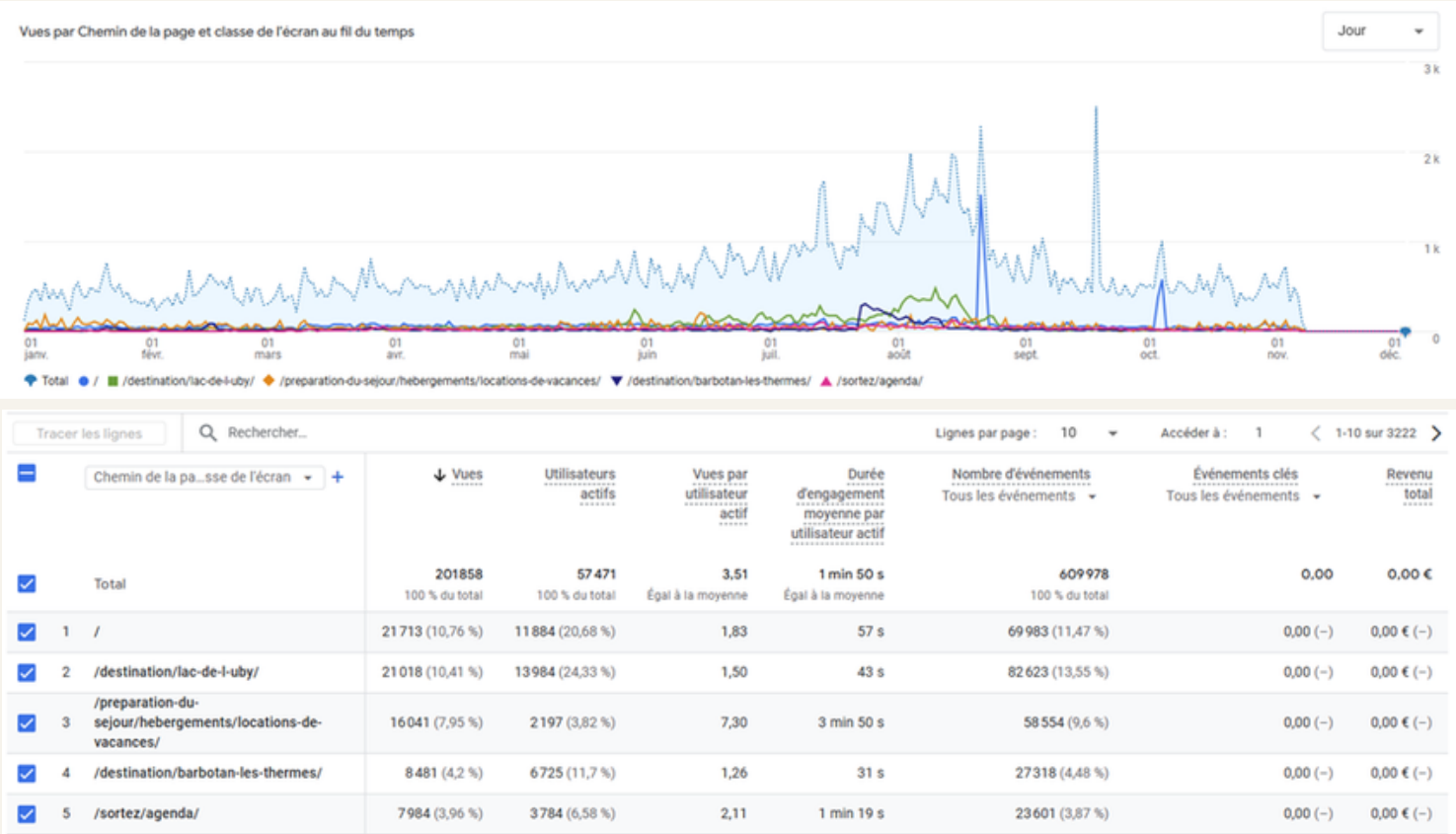
Format A5

LES AFFICHES PANNEAUX SUCETTES



Le site web

ENGAGEMENT SUR NOTRE SITE INTERNET : PAGES ET ÉCRANS SUR TOUTE L'ANNÉE 2025 :



- Les pages Accueil et Destination (Lac de l'Uby, Barbotan-les-Thermes) concentrent le plus de trafic, mais affichent un engagement limité.
- À l'inverse, la page Hébergements / locations de vacances génère un engagement nettement supérieur, avec davantage de temps passé et de consultations par utilisateur.
- La page Agenda se situe à un niveau intermédiaire, avec un trafic modéré et un engagement correct.
- Ces écarts s'expliquent par la nature des contenus : information rapide pour les pages destination, réflexion et comparaison pour les hébergements, faisant de cette page un point fort du site.



Réseaux sociaux

La communication sponsorisée cette été a été répartie sur deux types de campagnes distinctes :

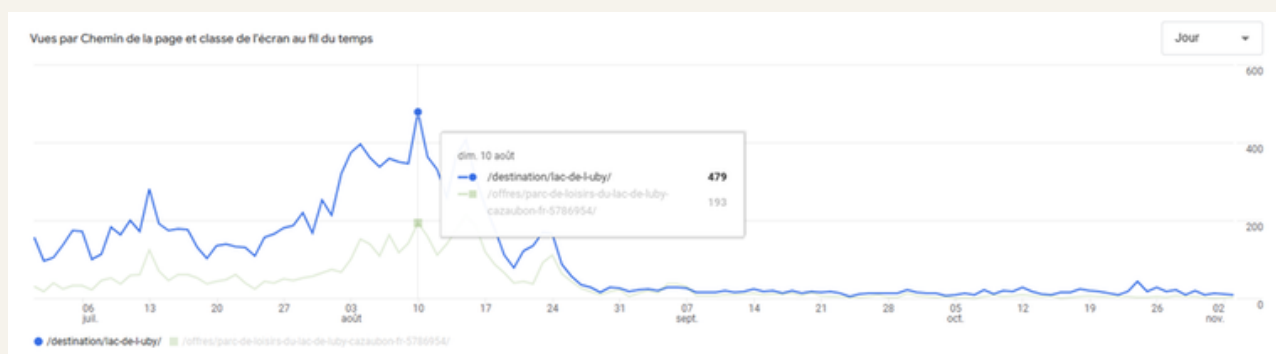
CAMPAGNE "DARK POST"

Particularité : diffusée uniquement dans le fil d'actualité des personnes ciblées, alors pas de post ou publication visible.

- Permet un ciblage précis et un suivi détaillé des performances (trafic, clics, portée...)
- Objectif : mise en avant du Lac de l'Uby et de ses activités de loisirs.
- Période : du 23 juillet au 23 août
- Budget : 340 €

Du 1er juillet au 3 novembre

	Chemin de la page de l'écran	Vues	Utilisateurs actifs	Vues par utilisateur actif	Durée d'engagement moyenne par utilisateur actif	Nombre d'événements Tous les événements	Événements clés Tous les événements	Revenu total
☐	Total	107 817 100 % du total	33 082 100 % du total	3,26 Égal à la moyenne	1 min 37 s Égal à la moyenne	317 252 100 % du total	0,00	0,00 €
☒	1 /destination/lac-de-l-uby/	13 081 (12,13 %)	8 494 (25,68 %)	1,54	44 s	51 456 (16,22 %)	0,00 (-)	0,00 € (-)
☐	2 /	11 579 (10,74 %)	5 683 (17,18 %)	2,04	1 min 06 s	33 262 (10,48 %)	0,00 (-)	0,00 € (-)
☐	3 /preparation-du-sejour/hebergements/locations-de-vacances/	6 230 (5,78 %)	733 (2,22 %)	8,50	4 min 18 s	21 877 (6,9 %)	0,00 (-)	0,00 € (-)
☐	4 /destination/barbotan-les-thermes/	5 461 (5,07 %)	4 234 (12,8 %)	1,29	23 s	17 040 (5,37 %)	0,00 (-)	0,00 € (-)
☒	5 /offres/parc-de-loisirs-du-lac-de-luby-cazaubon-fr-5786954/	4 968 (4,61 %)	3 120 (9,43 %)	1,59	56 s	13 822 (4,36 %)	0,00 (-)	0,00 € (-)



POSTS BOOSTÉS :

Particularité : publications déjà visibles sur la page, simplement mises en avant pour augmenter la visibilité et l'engagement (likes, partages, commentaires...).

- **Festival Auto-moto**, budget de 30 €

9 540 personnes touchées

21 005 impressions

843 clics sur les liens

80 likes, 50 partages, 1 enregistrement, 1 commentaire

- **Terroir en Fête**, budget de 430 € pour 2 posts

La communication sponsorisée consacrée à Terroir en Fête a été répartie sur deux publications boostées, diffusées à la fois sur Facebook et Instagram, pour un budget total de 430 €.

Un post de l'affiche publicitaire du « Terroir en fête », budget de 300 €



60 219 + personnes touchées

277 583 impressions

1 753 clics sur les liens

683 likes, 113 partages, 22 enregistrements

-Un post Vidéo animé de l'affiche, budget de 130 €



20 682 personnes touchées

50 809 impressions

261 clics sur les liens

171 likes, 36 partages, 3 enregistrements

→ Bilan global de la campagne "Terroir en Fête"

En parallèle des actions sponsorisées menées dans le cadre de la campagne, plusieurs publications organiques ont également été diffusées afin d'assurer une présence continue et authentique autour de l'événement.

Au total, 13 posts organiques et + 25 story ont été publiés, venant renforcer la visibilité et l'engagement global de la marque pendant toute la durée de Terroir en Fête. Ces contenus ont permis de valoriser les moments forts de l'événement, les produits du terroir ainsi que la participation du public.

Chiffres clés :

+ 362 500 impressions

2060 clics sur les liens

1451 likes, 149 partages, 15 enregistrements

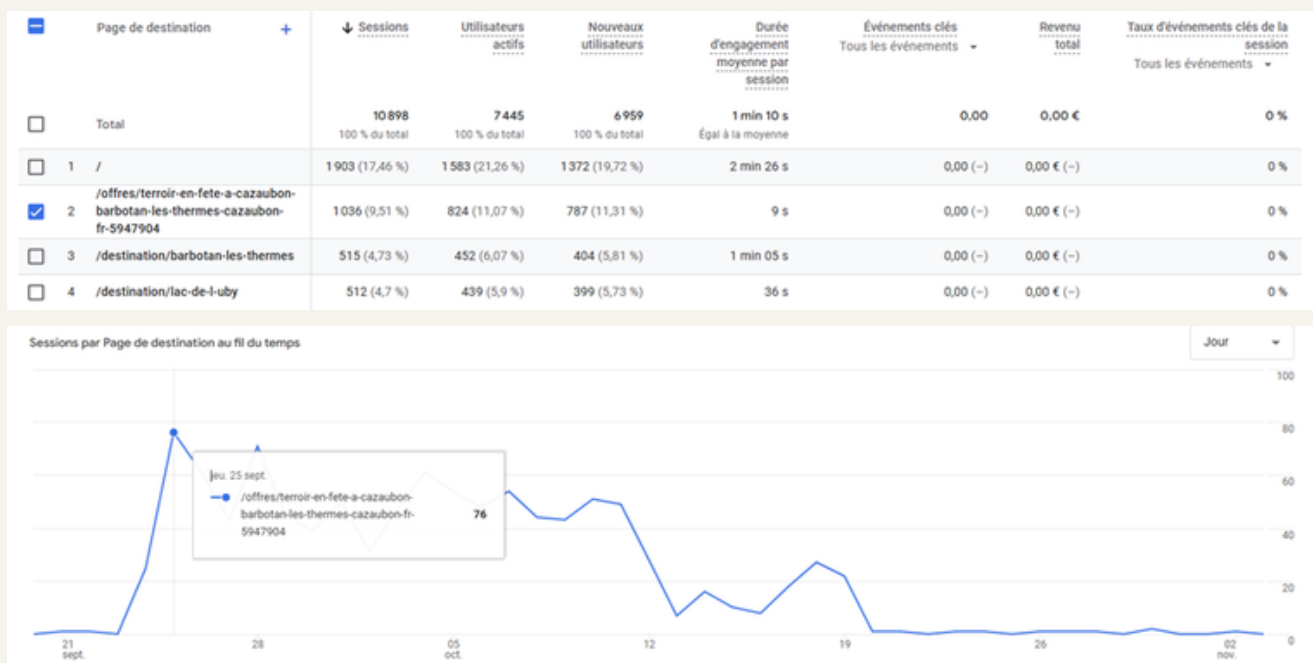
→ Impact sur le site internet – Campagne "Terroir en Fête" du 24 sep au 19 octobre

Les publications sponsorisées redirigeaient directement vers la page de l'événement sur le site web.

Sur la période de diffusion de la campagne, on observe :

- Une **augmentation du nombre de sessions** provenant des réseaux sociaux,
- Une hausse du nombre de clics sur les liens liés à la page "Terroir en Fête",

Du 20 septembre au 3 novembre

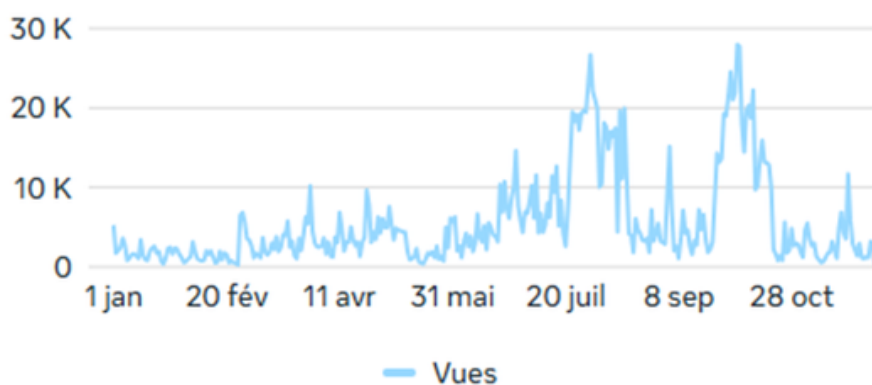


STATISTIQUES



Vues

1,9 M



Clics sur un lien :

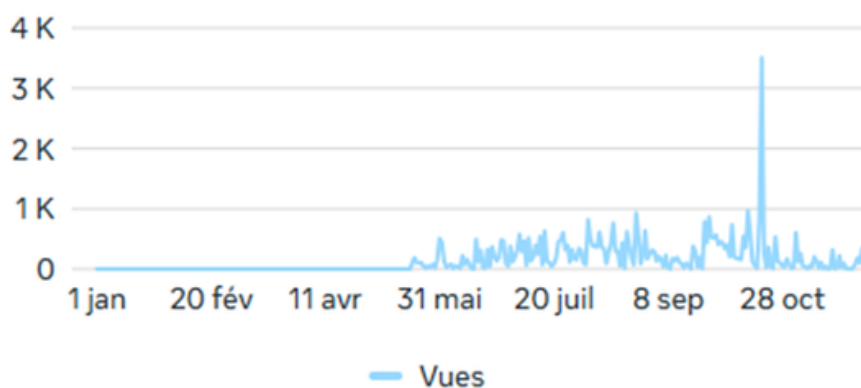
12,2 K ↑ 6,4 K %





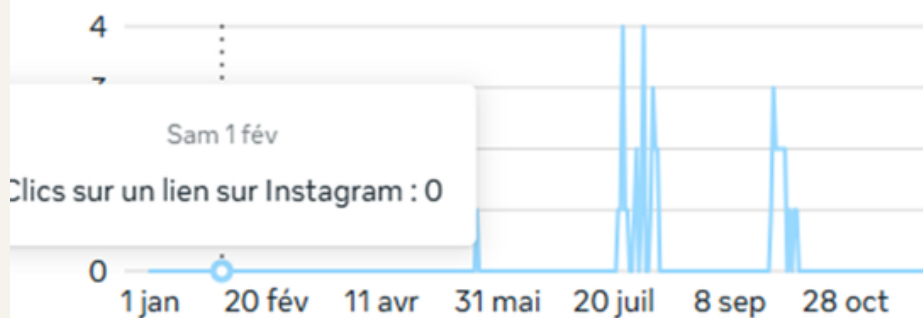
Vues

48,8 K



Clics sur un lien :

42 ↑ 100 %



Newsletter

Dans le cadre de la stratégie de communication digitale 2026, une nouvelle newsletter est mise en place pour nos partenaires ainsi que pour nos clients, avec des fréquences d'envoi et des contenus différenciés selon les cibles. La première newsletter, présentée ci-après, affiche des résultats globalement très positifs, confirmant la pertinence de ce nouvel outil pour renforcer la visibilité de notre offre et structurer la communication avec l'ensemble de l'écosystème.



RÉSULTATS DE CETTE PREMIÈRE NEWSLETTER

Délivrés 153  Afficher	Ouvertures  112  Afficher	Clics  48  Afficher	Désinscriptions 0  Afficher
Taux de livraison 92,17%	Taux d'ouverture  73,2%	Click-through rate 31,37%	Taux de désinscription 0%

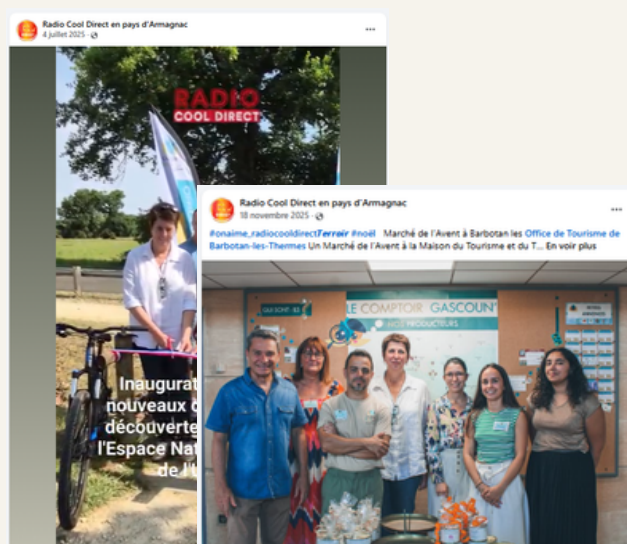
Objectifs de la newsletter :

- Renforcer la visibilité de notre offre auprès de nos partenaires et clients.
- Structurer la communication avec chaque cible grâce à des contenus adaptés.
- Valoriser les services et les actualités de l'entreprise.
- Fidéliser les partenaires et clients en maintenant un lien régulier et qualitatif.
- Générer de l'engagement (clics, visites sur le site, prises de contact, participation aux événements).

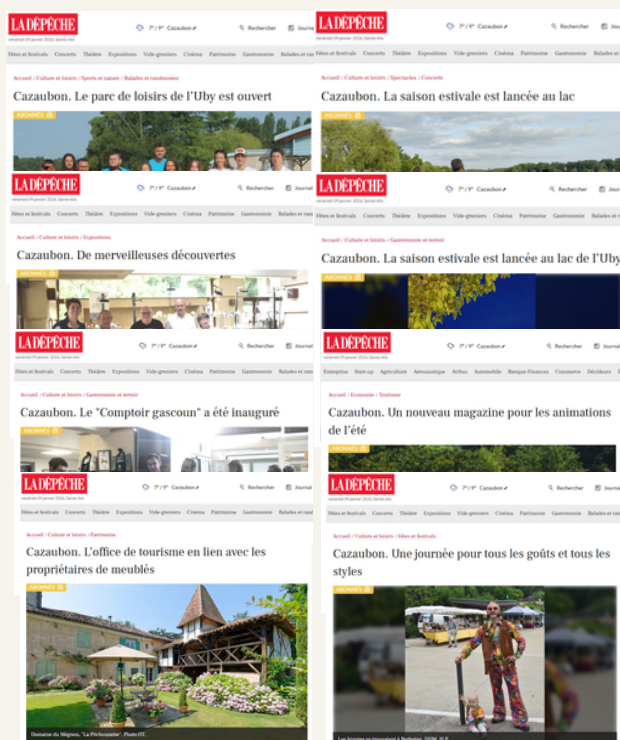
Presse



Guide de l'été-Gers La Dépêche



Radio Cool Direct en pays d'Armagnac



La Dépêche



Radio Cool Direct



PÔLE CULTURE ET PATRIMOINE



PatrimoineTour



L'application *PatrimoineTour*, lancée officiellement le 27 avril 2025 et inaugurée à l'occasion de la journée FFVE, permet de valoriser le patrimoine de la commune grâce à un dispositif numérique simple et accessible.

Grâce à une plateforme dédiée, les contenus peuvent être gérés, modifiés et mis à jour en interne, offrant une réelle souplesse et une autonomie dans l'évolution des informations.

15 plaques équipées de QR codes ont été installées sur la commune.

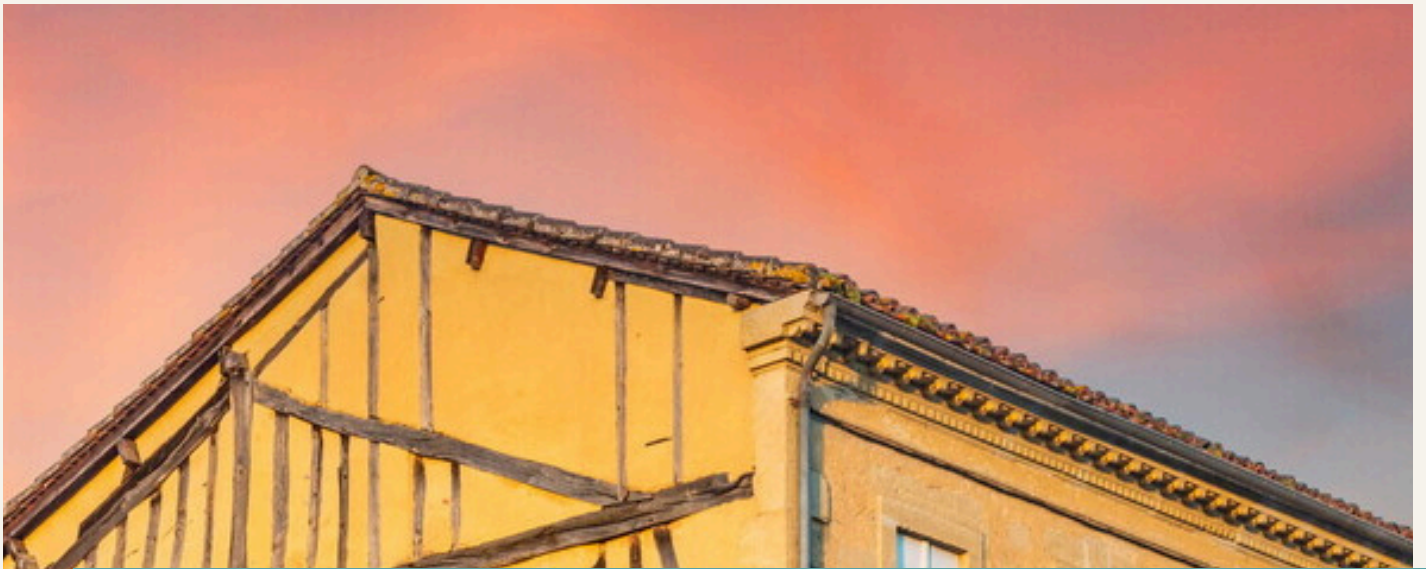
En scannant le QR code présent sur chaque plaque, les visiteurs peuvent découvrir l'histoire du lieu directement sur leur smartphone.

Le service est rapide, gratuit, et disponible en 50 langues, dont l'occitan.

- **21 AVIS POUR UNE NOTE DE 3.8/5** ★★★★★

- **2 000 VUES AU TOTAL**
Dont **382** sur l'Eglise Saint-Pierre de Barbotan et **281** sur l'Église Saint-Martin de Cazaubon





BUDGET



Quelques chiffres

ANIMATIONS ET ÉVÈNEMENTS

36 000€

RESSOURCE HUMAINE

296 000€

FONCTIONNEMENT

75 000€

DOCUMENTATION

9 200€

SITE INTERNET

7 500€

COMMUNICATION

11 500€

CHIFFRE D'AFFAIRE BOUTIQUE

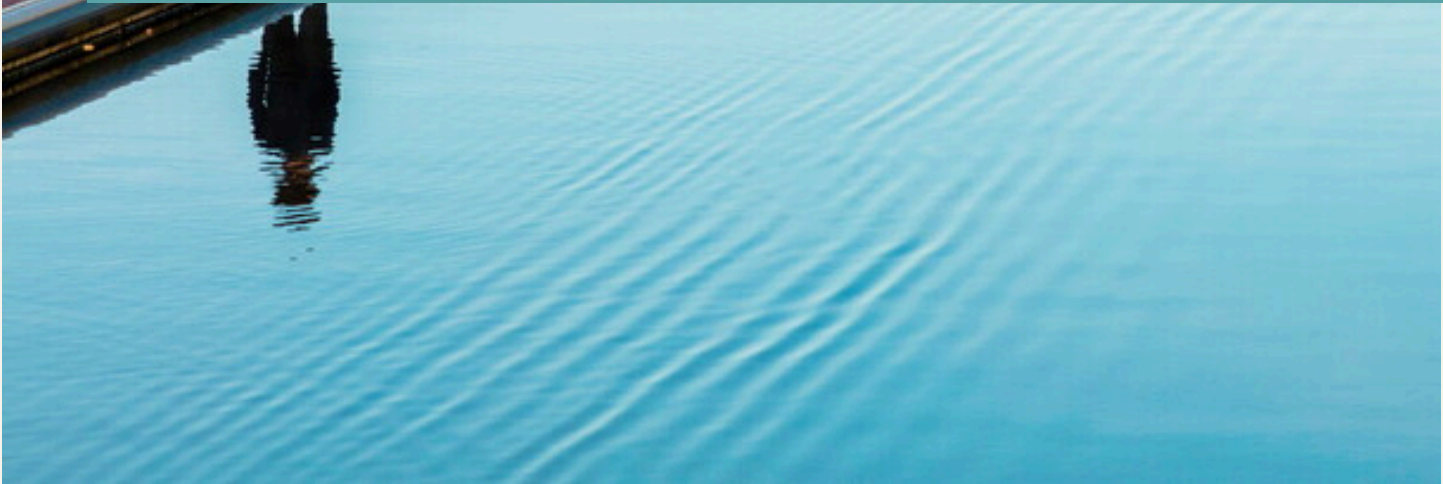
35 700€

TAXE DE SÉJOUR

181 000€



2026



46

Objectifs 2026

01 En route vers une “Destination d’Excellence”

Une démarche qualité partagée, menée avec les socio-professionnels de la destination au service d’un accueil toujours plus performant.

02 Cap vers l’animation territoriale - Nature & Authenticité

Accroître l’attractivité de la destination en développant les événements en lien avec notre identité et les attentes de notre public, tout en valorisant la richesse de notre patrimoine naturel.

03 Bâtir une destination forte, visible et attractive

En 2026, nous poursuivrons l’ambition de bâtir une destination Cazaubon-Barbotan forte et attractive.

Notre priorité sera de renforcer la visibilité du territoire grâce à une stratégie marketing et de communication moderne, cohérente et régulière.

Cette dynamique visera à affirmer pleinement notre identité rurale et thermale, unique en son genre.

Nous consoliderons nos liens avec les partenaires locaux pour promouvoir une image unie et engageante de la destination.

04 Structurer, enrichir et faire vivre le patrimoine

En 2026, nous renforcerons notre engagement en faveur de la culture et du patrimoine local. Nos actions mettront l’accent sur l’enrichissement des offres culturelles et la création de nouvelles propositions estivales : Des balades commentées renforcées permettront de redécouvrir nos lieux emblématiques sous un nouveau regard.

Nous développerons également davantage d’expositions et de moments de rencontre avec des artistes et des passionnés.

Cette dynamique ambitionne de valoriser pleinement notre identité locale et d’en faire un moteur d’attractivité.

Office Municipal DE TOURISME ET DU THERMALISME

3 place de l'Armagnac
Barbotan-les-Thermes
32 150 Cazaubon

+ (33)5 62 69 26 59
accueil@barbotantourisme.fr

www.barbotantourisme.fr

