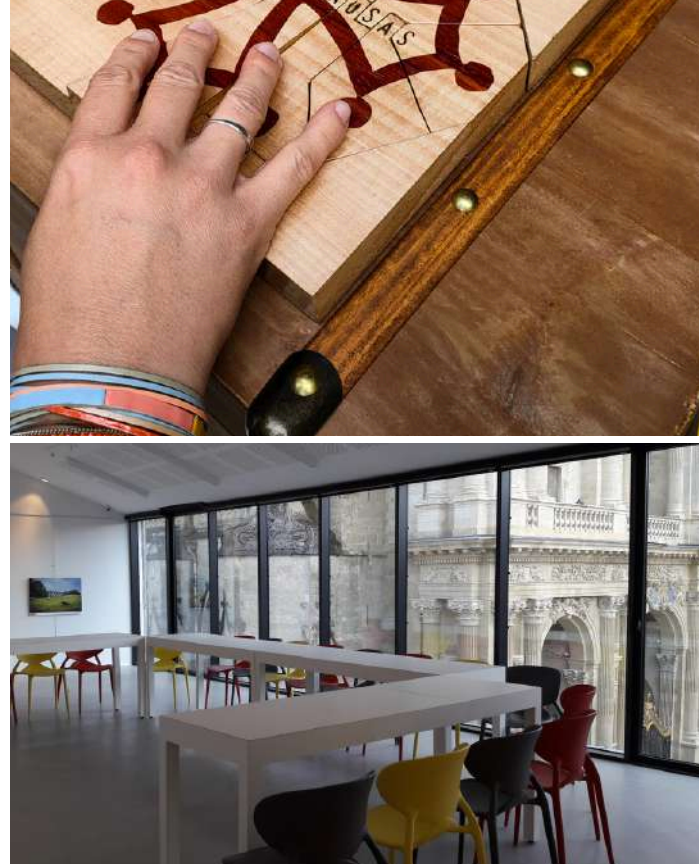


RAPPORT D'ACTIVITÉS 2025

AUCH-TOURISME.COM





Les actions de l'office de tourisme

- 03** Carte d'identité
- 04** Accueil
- 10** Gestion de l'information
- 13** Promotion - communication
- 17** Boutique - billetterie
- 19** Réceptif - groupes
- 21** Gestion d'équipement
- 25** Administratif et financier
- 27** Écoute client / amélioration continue
- 33** Perspectives

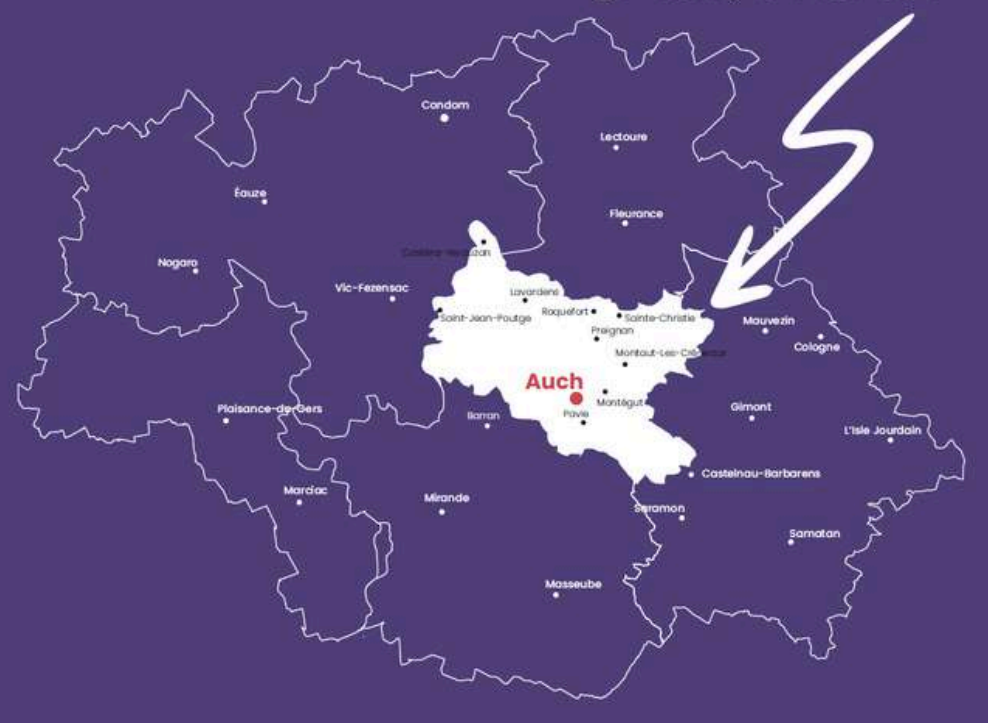
Portrait d'Auch et son agglo'

Au cœur du Sud-Ouest, le Grand Auch Cœur de Gascogne, c'est :

- **Auch**, préfecture du Gers, capitale historique de la Gascogne (≈23 000 hab.)
- et **33 petits villages** de charme aux alentours (≈40 000 hab.)



Carte du Gers Et nous, on est là !



Carte d'identité

→ Le territoire

34 communes - 602 km²,

2 901 lits marchands et autant de lits non-marchands en résidences secondaires,
2 934 lits ponctuels sur les plateformes,

Pays d'art et d'histoire (toute l'agglo.),

Auch, **Grand Site Occitanie** depuis 2017,

Cathédrale Sainte-Marie d'Auch, classée au patrimoine mondial de l'**Unesco**,

Lavardens, "Plus Beaux Village de France[®]",

Passage du chemin de **Saint-Jacques de Compostelle** (GR653), de la **Véloroute de la Baïse** (V82) + 21 circuits vélo,

Castéra-Verduzan, **station verte** et **station thermale** et sa base de loisirs

4 villes et villages fleuris

→ L'office de tourisme

EPIC / classement **catégorie I**,

Auch - BIT principal et Castéra-Verduzan - BIT 2^o,

Qualité Tourisme depuis 2017 et **Qualité Tourisme Occitanie Sud de France** depuis 2020,

Le bureau d'Auch est labellisé **Tourisme et Handicap** depuis 2018,

Immatriculé au registre des opérateurs de voyages et séjours d'**Atout France**

8 titulaires à l'année + 8 saisonniers sur des contrats de 6 à 2 mois,

Gestionnaire de **5 équipements** :

- aire de camping-cars de la ville d'Auch,
- Musée du Trésor de la cathédrale,
- Musée de la Résistance et de la Déportation du Gers,
- 2 escape-games l'été, aux villages de Montaut-les-Créneaux et Castelnaud-Barbarens.

Accueil

→ Éléments marquants

Charte papier inutile

- ✦ L'OT formalise une note « vers le zéro papier inutile à l'accueil » pour :
 - adapter ses pratiques,
 - optimiser l'accueil des visiteurs,
 - réduire son impact environnemental lié aux supports papier,
 - expliquer auprès des publics.

Chantier accueil

- ✦ Achat de nouveaux rangements
- ✦ Ré agencement des placards de l'accueil afin de faciliter l'accès aux documents

Audits mystères

- dynamique d'amélioration continue
- participations aux démarches du CRTL Occitanie
- ✦ L'OT se fait auditer : au printemps par des étudiants et à l'automne par l'OT des Gorges de l'Aveyron : résultats très positifs et encourageants !
- ✦ Eté-automne : l'OT audite l'OT de Collioure

Formation et intégration des saisonniers

- ✦ Poste 6 mois : formation échelonnée sur 4 semaines
- ✦ Poste 2 mois : formation intense 1 semaine
- ✦ Lancement de saison : soirée d'interconnaissance

Formations

- ✦ Balade introductive à l'IA
Augmenter l'attention aux clients avec l'IA
- ✦ 6 éductours : meilleure connaissance de l'offre et des partenaires

Accueil à Auch

Fréquentation comptoir au bureau d'Auch

25 646
personnes

Soit - 40 % par rapport à 2024,
→ Cellule de comptage en panne du 15 mai au 5 août
→ Fréquentation augmente sur février et mars et baisse sur les autres périodes

GRC comptoir au bureau d'Auch - 24 293 personnes

Profils de contacts

50% Touristes (71% en 2024)	2% Pro / partenaires (idem 2024)
24% Locaux (20% en 2024)	2% Camping-cariste (idem 2024)
18% Excursionnistes (2% en 2024)	2% Pèlerins (idem 2024)

1 Couple 35%

2 Solo 34%

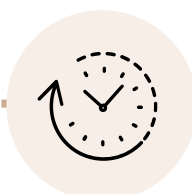
3 Famille 16%

4 Groupe

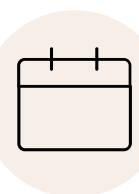
85% avec enfants
12% avec ados

91% amis
6% groupe organisé

Les rush de l'année (idem 2024) !



11h



Samedi / mardi



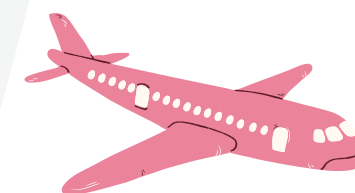
Août



87% Clientèle française

- 37% Gers (40% en 2024),
- 8% Haute-Garonne (8% en 2024),
- 3% Gironde (idem 2024),
- 2% Pyrénées-Atlantique (idem 2024),
- 2% Loire-Atlantique (idem 2024).

Autres : 2% Hérault et Paris, 1% Bouches-du-Rhône, 1% Charente-Maritime, 1% Ile-et-Vilaine...



Clientèle étrangère 12%

1 29%
Espagne

2 21%
Royaume-Uni

3 14%
Pays-Bas

Autres destinations

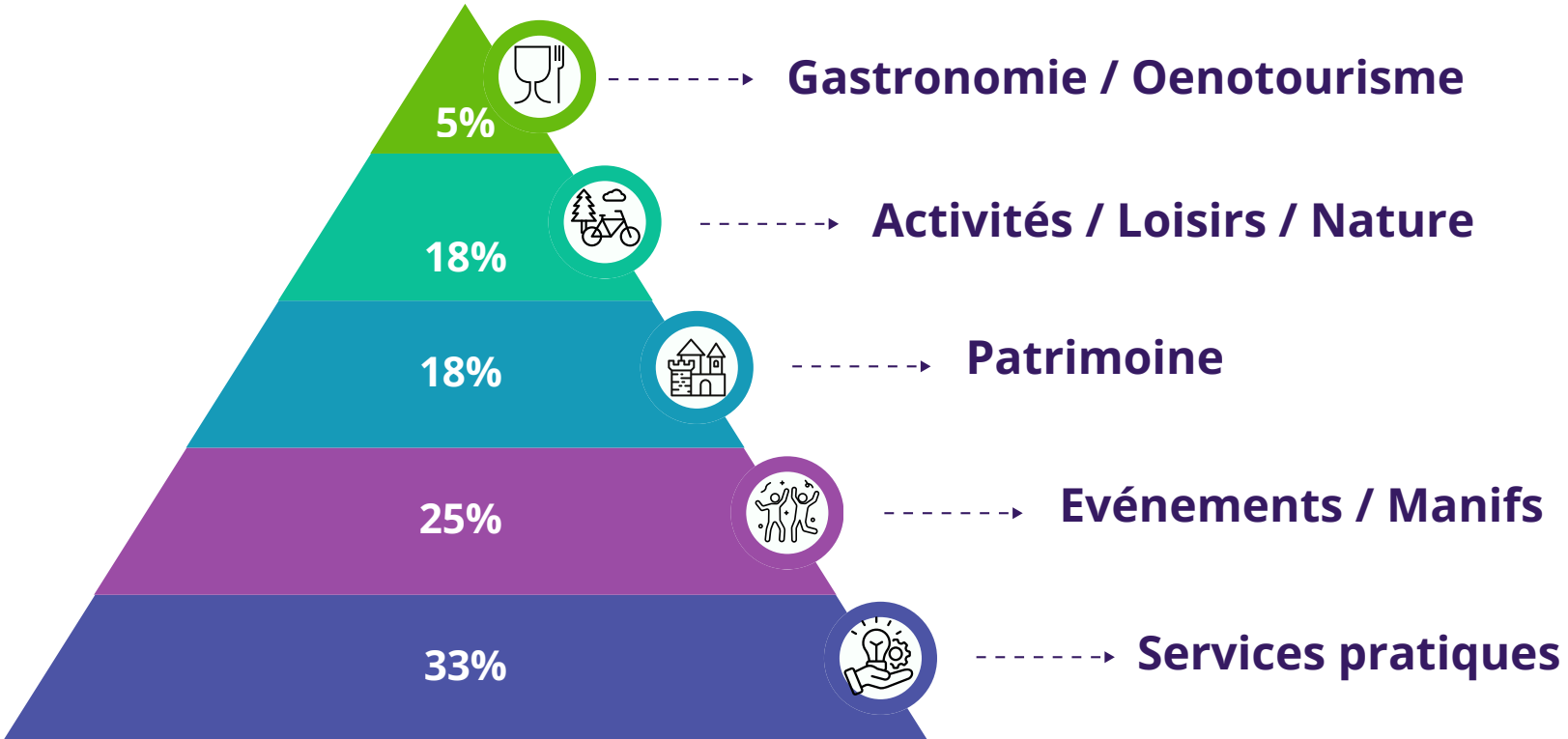
Belgique 8%, Allemagne 8%,
Etats-Unis 4%, Canada 3%,
Italie 2%, ...

Equivalent à 2024,
baisse d'1%

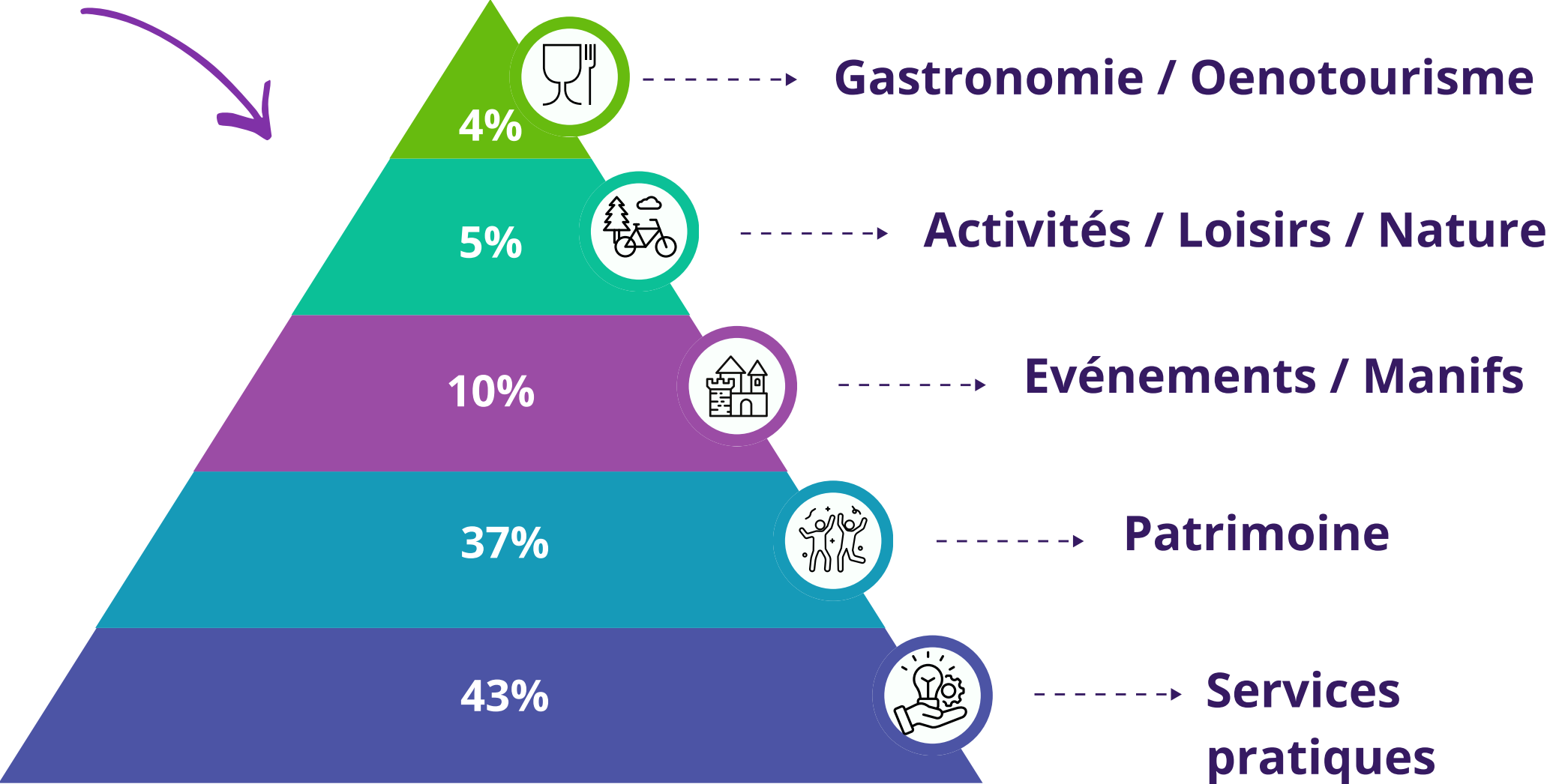
Accueil à Auch

Types de demandes au comptoir à Auch

Thèmes génériques en 2024

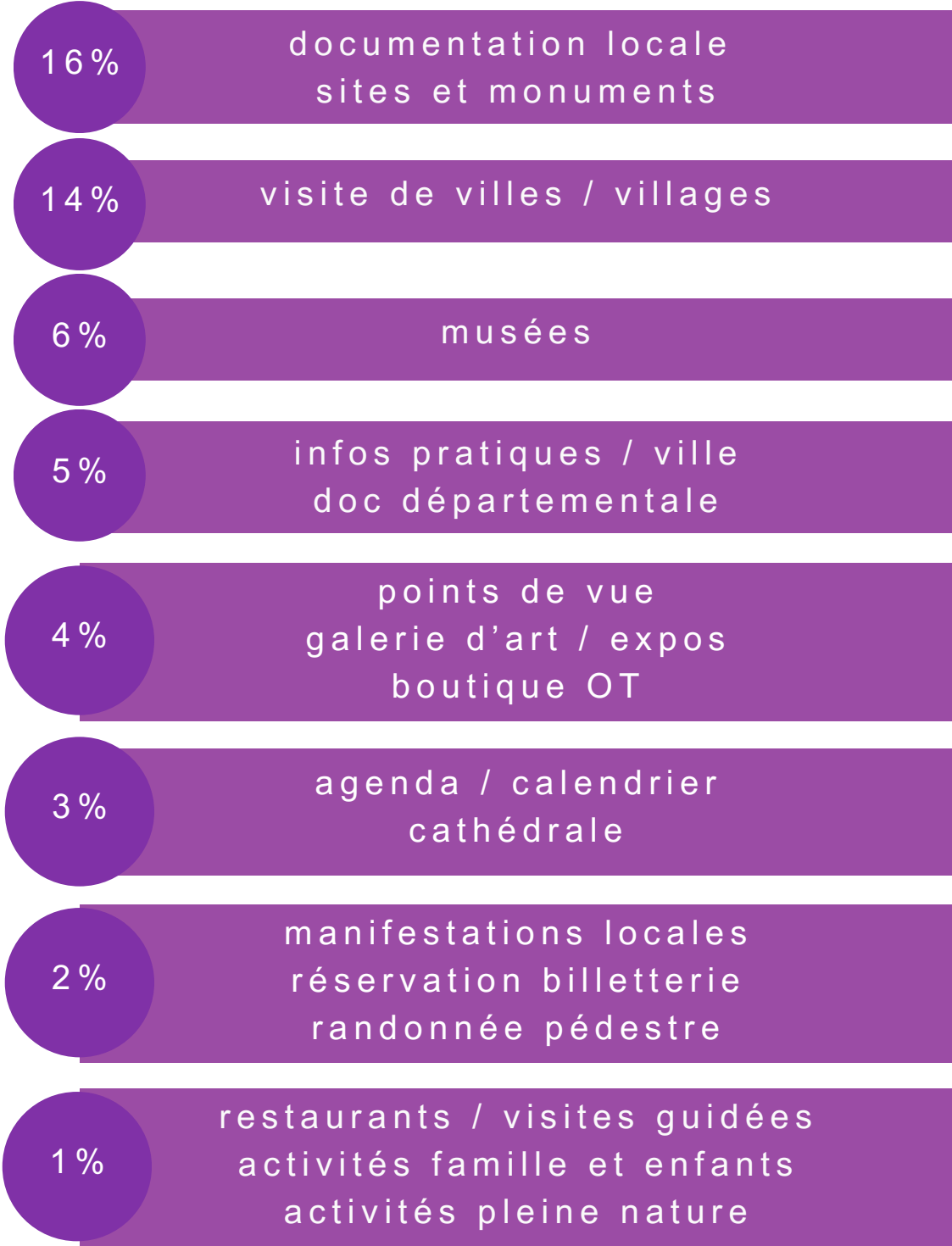


Thèmes génériques en 2025

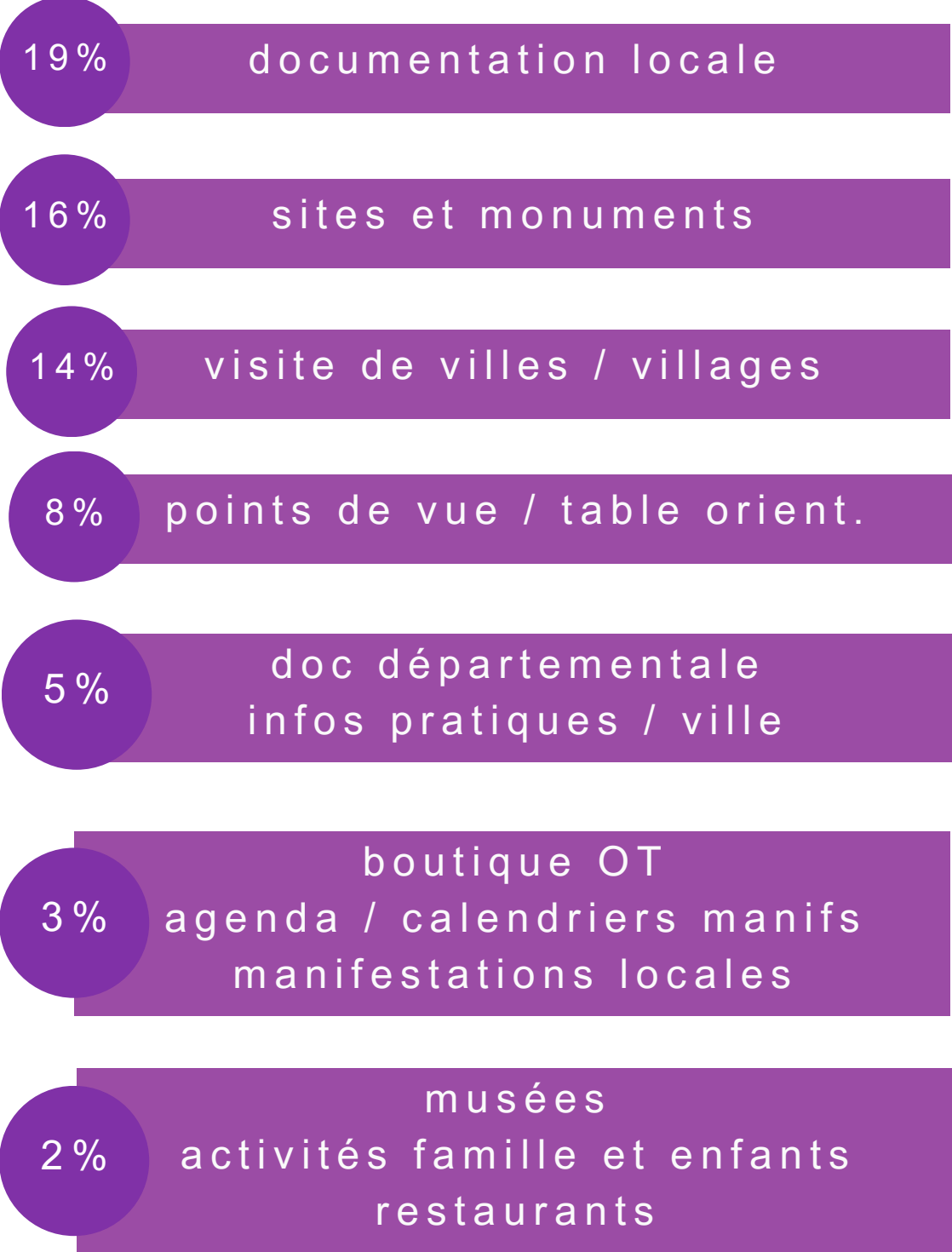


Accueil à Auch

Sous-thèmes 2024



Sous-thèmes 2025



Points de vue / table
d'orientation : saisie des
demandes salle
panorama de l'OT

Disparitions des demandes :

- **réservation billetterie** : réduction considérable du nombre de billetteries proposées
- **randonnée pédestre** : guide rando largement diffusé en 2024

Accueil à Castéra-Verduzan

Bureau de Castéra-Verduzan

600 personnes

Soit - 14% par rapport à 2024,
→ en augmentation sur mars et octobre,

95% Clientèle française

contre 90% en 2024

- 52% Occitanie
- 11% Nouvelle-Aquitaine
- 7% Pays-de-la-Loire

Répartition équivalente à celle d'Auch.

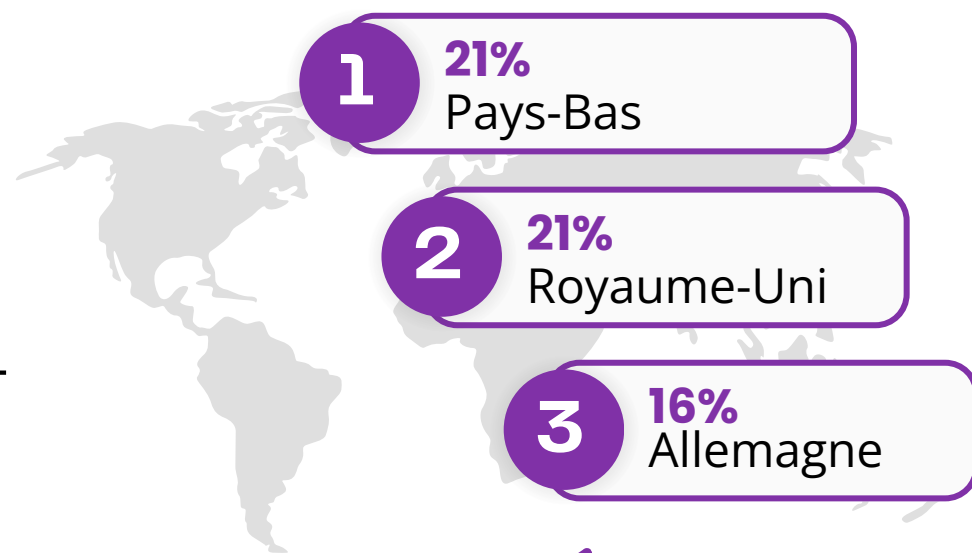
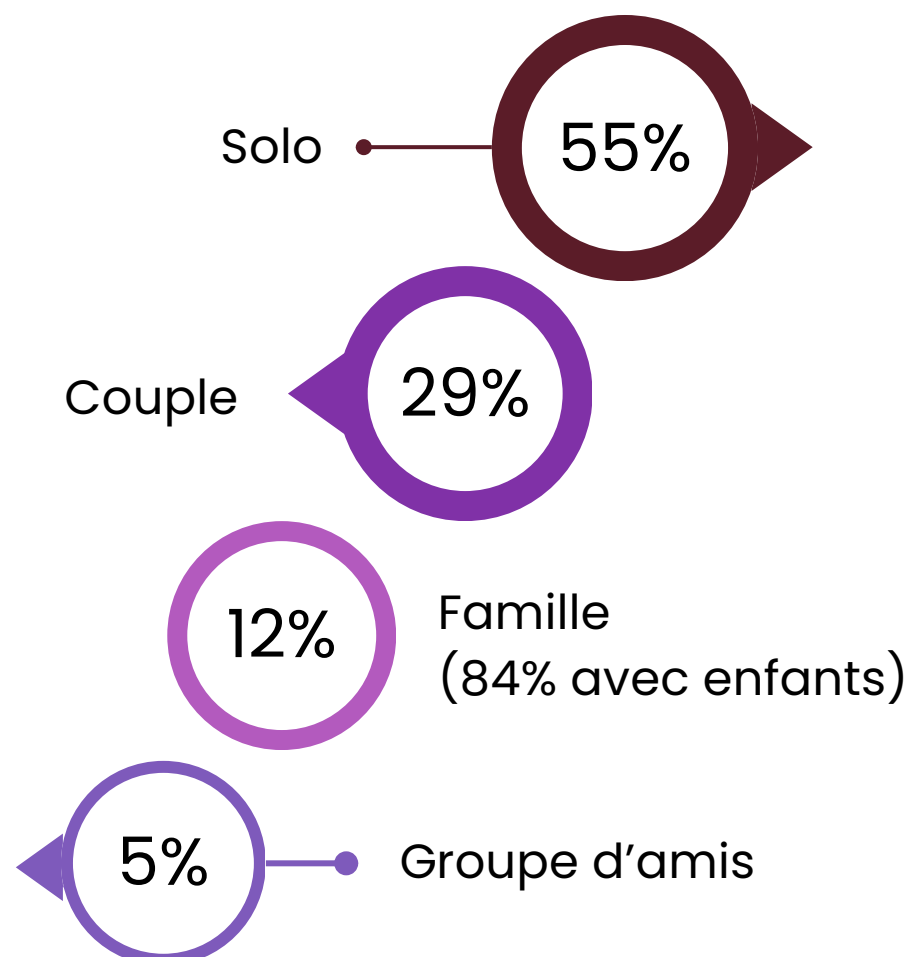
Clientèle étrangère

5% soit 36 personnes

et -50% par rapport à 2024

Autres origines :

16% Belgique / 11% Espagne / 5% Portugal



Les pics de l'année !

Mardi et dimanche / de 10h à 12h : jour d'ouverture et jour de marché
Juillet : 157 personnes (144 pers. en août)

Accueil aux thermes

183 curistes

Soit +128% par rapport à 2024
Jusqu'à 33 curistes en septembre

Origine 100% France

Gers 12% (22% en 2024) / Haute-Garonne 7% (16% en 2024) / Gironde 6% / 2% de beaucoup d'autres départements

Type de demandes :

Doc départementale et locale 26%
Sites / monuments / ville et villages 19%
Domaines viticoles 9%

Accueil

→ Autres demandes d'infos - tous bureaux confondus

TÉLÉPHONE

+ 52 % par rapport à 2024

Principales demandes :

→ services / infos pratiques,

→ événements et manifs,

→ patrimoine

+ de DDE en mai, juillet et septembre : lien avec les grands événements : passage du tour de France ? JEP ?

599

EMAIL

idem 2024

574

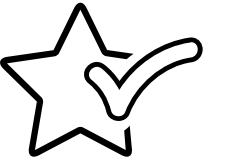
COURRIER

- 21 % par rapport à 2024

En baisse chaque année

→ inciter la réponse par email ou téléphone

359



**Exploration,
Personnalisation et
qualité des réponses,
Elargissement du
conseil,
Satisfaction client**



Gestion de l'information touristique

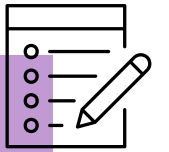
→ Fêtes et Manifestations

✦ 1495 fiches FMA saisies sur l'année

contre 831 en 2024 (début des saisies en juin 2024 ce qui explique la différence)



✦ Formation du saisonnier 6 mois à l'outil Apidae Event pour aider à la saisie des FMA



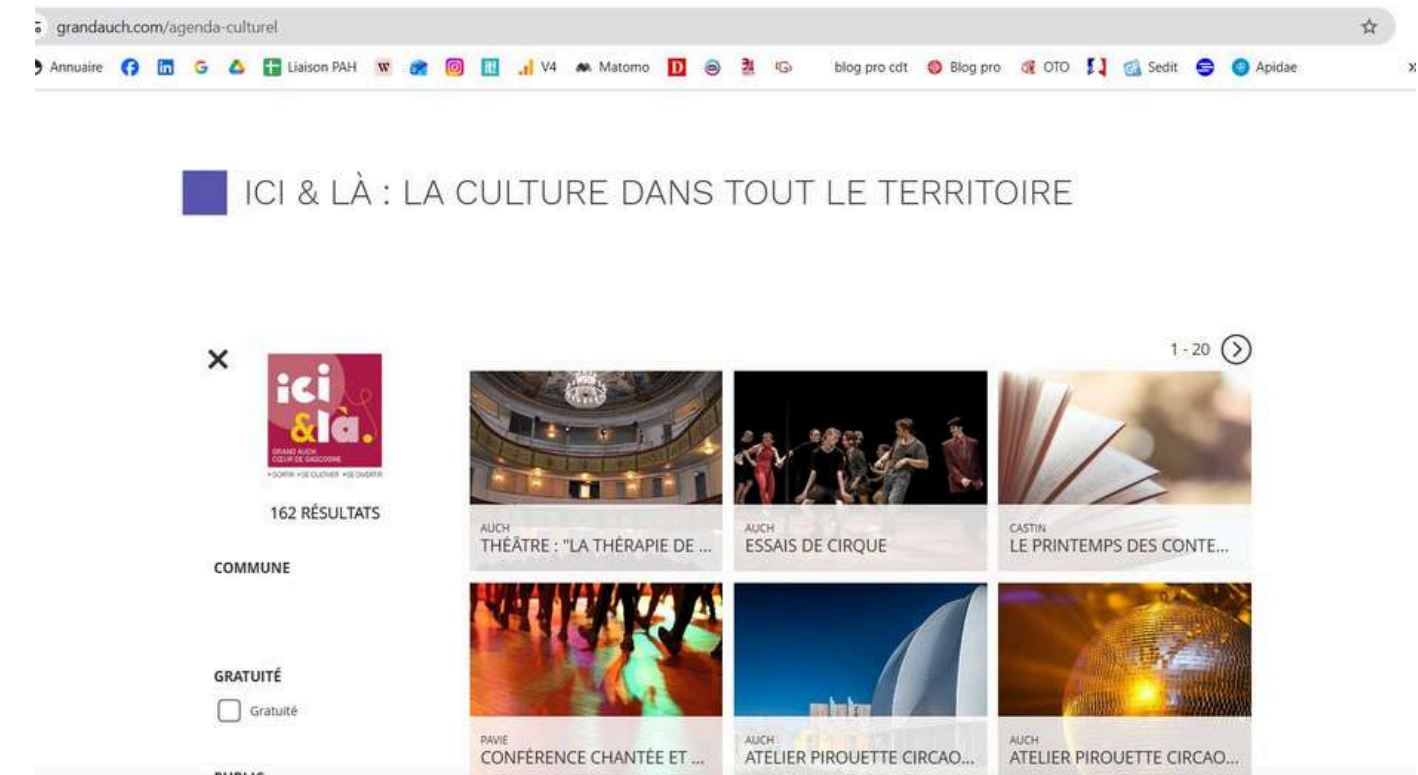
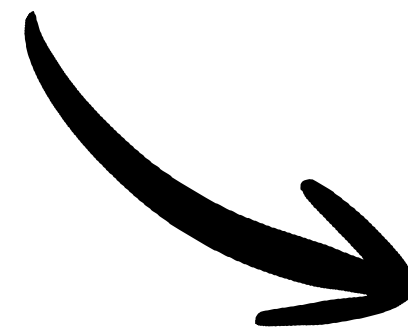
L'office centralise tous les événements pour les agendas des services de la ville et de l'agglomération.

Des widgets Apidae sont fournis aux partenaires.



✦ Utilisation du SIT Apidae pour définir les événements du programme estival "Ça bouge à Auch"

✦ Le formulaire Apidae Event est maintenant nettement plus utilisé par les services organisateurs d'événements de la ville



Gestion de l'information touristique

→ Gestion du stock des éditions

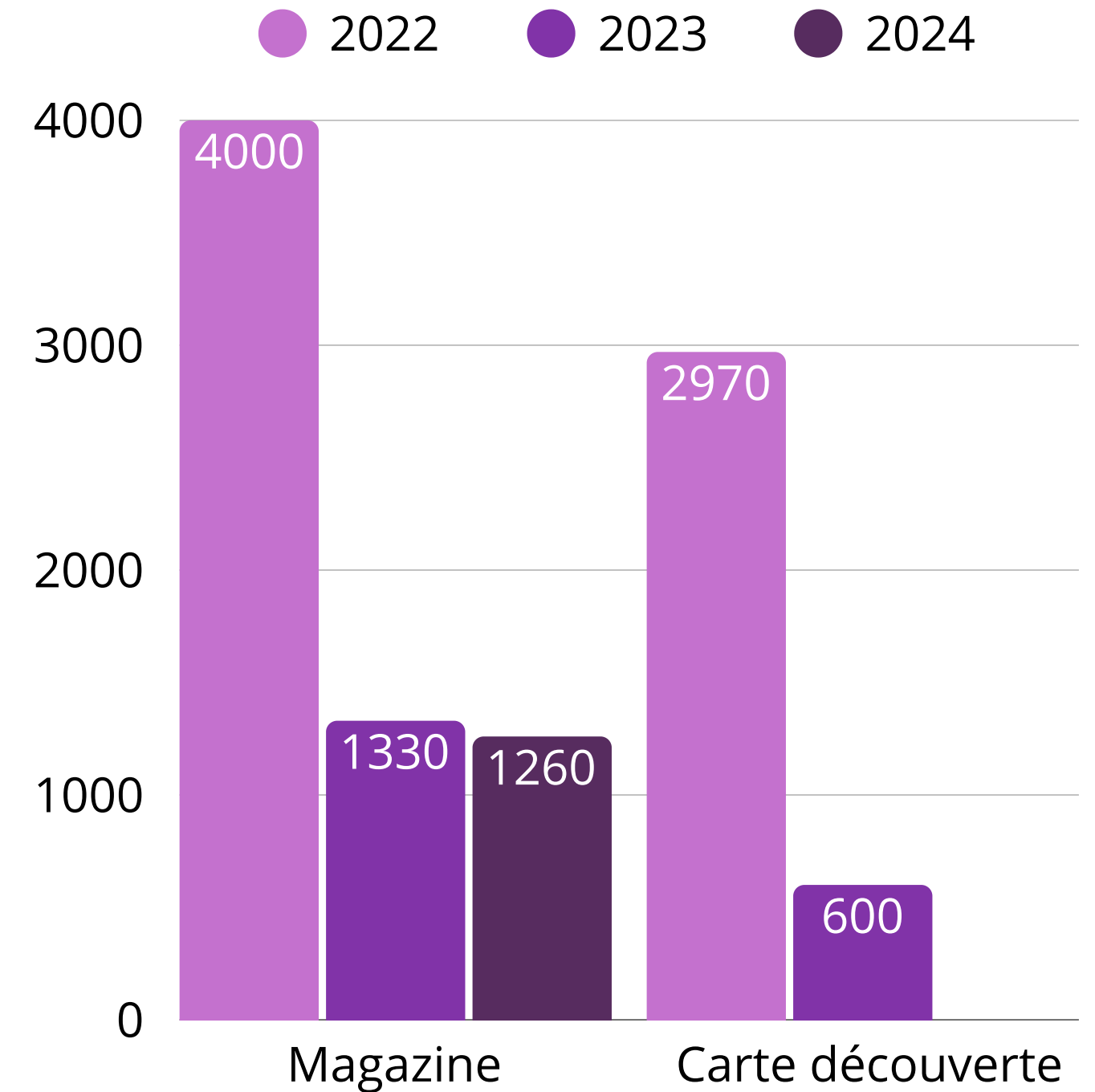
Nos éditions

- ✦ Le magazine de destination
- ✦ La carte découverte de l'agglomération + le plan pratique d'Auch
- ✦ Le plan de déambulation de la ville d'Auch en français et en langues étrangères
- ✦ Guide Randonnées et balades



En 2025, nous avons décidé de garder le stock de cette année et de faire une commande des éditions 2026 en plus petite quantité, afin de ne rien jeter.

Nombre d'exemplaires jetés



Gestion de l'information touristique

→ Gestion du stock des éditions



La tournée de doc

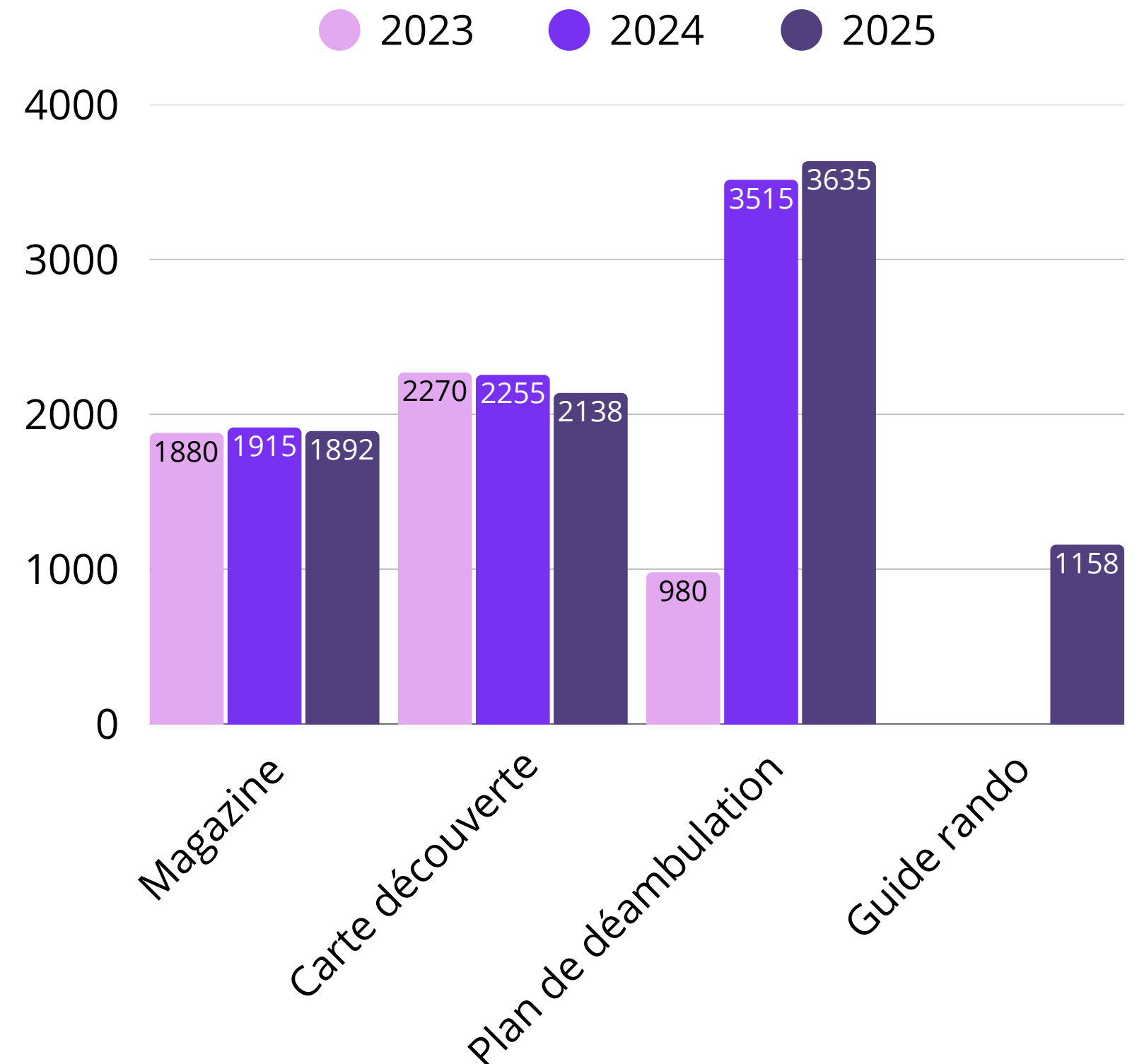
Chaque année, au mois de juin, avant la saison touristique, une livraison de documentation touristique est organisée chez près de **100 partenaires** !

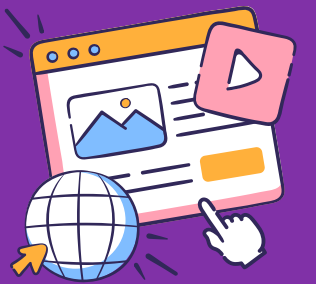
Un travail préparatoire conséquent avec la préparation de poches pour chaque prestataire, et 4 jours de livraison pour couvrir l'ensemble de l'agglomération.

Ils sont informés de la documentation qui leur est fournie :



Nombre de doc distribuées chaque année





1. Rappel des objectifs pour 2025

→ Site web et blog

- Assurer la visibilité de la destination

= Poursuivre le pilotage en coordination avec la Reporter de territoire : gestion du calendrier éditorial, l'animation, amélioration continu du site et création de contenu pour le Blog

En parallèle = Lancement du travail pour le site collectif.



→ Réseaux sociaux

- Diffuser l'information de notre site sous un autre angle : faire vivre la destination, relayer les temps forts, les pépites locales, avec des contenus dynamiques, inspirants

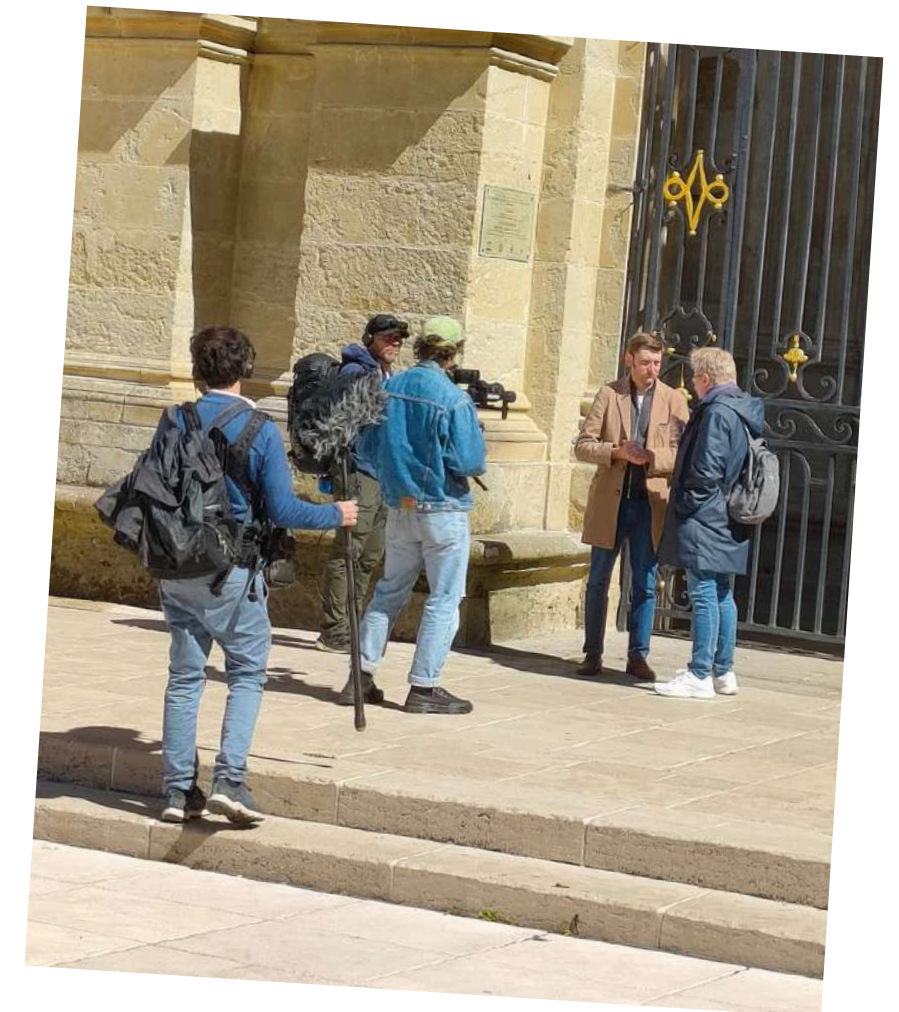
→ Créateurs de contenu sur le territoire

- Travailler sur le « bouche à oreille » numérique : toucher nos cibles de visiteurs, mettre en avant nos temps forts, partenaires, assurer une visibilité sur le long terme

→ Relation presse

- Assurer les accueils en autonomie, suite à des retours de Workshop ou bien des sollicitations tout au long de l'année.
- Collaborer sur les projets collectifs

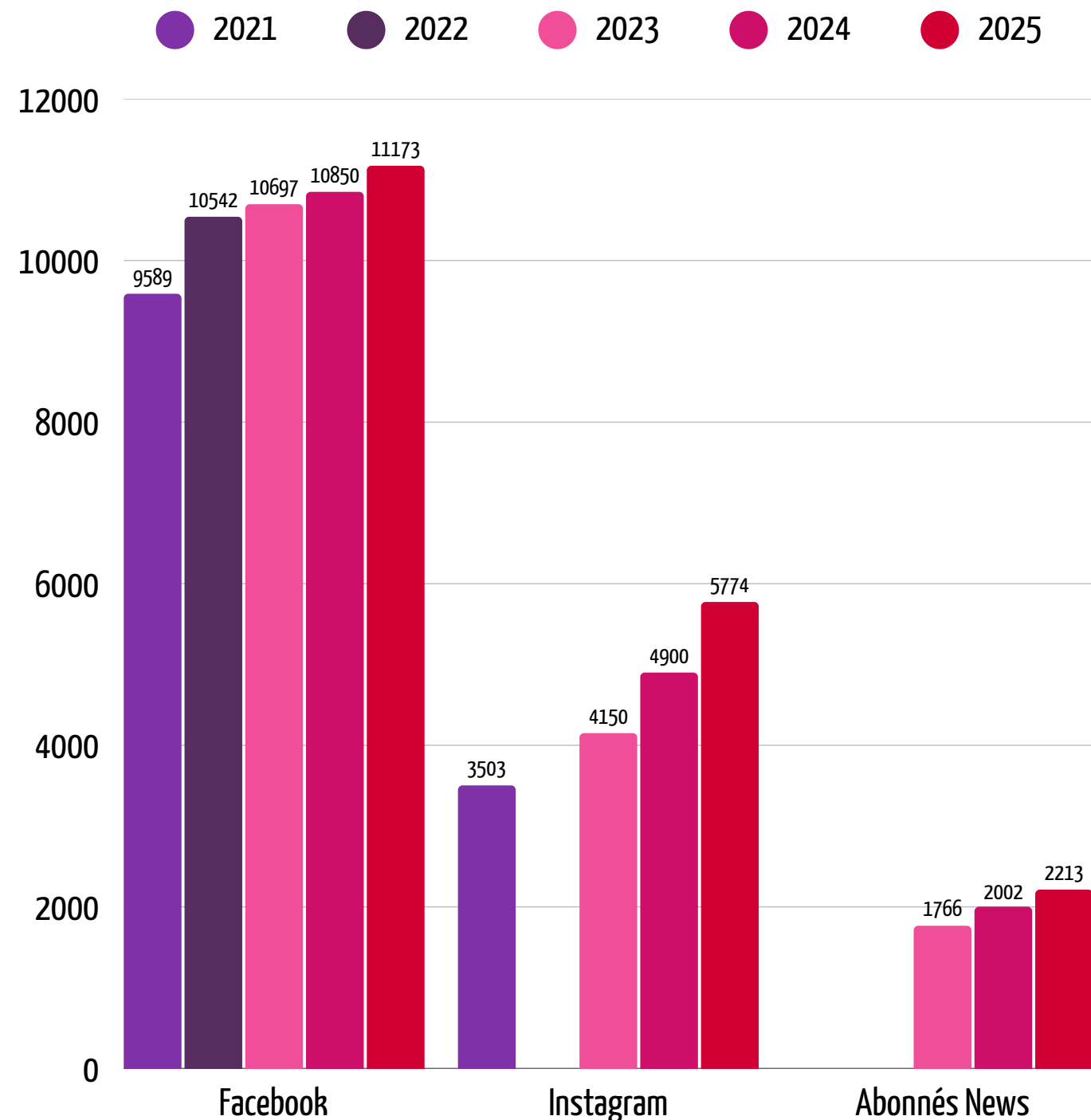
→ Poursuivre l'intégration des bonnes pratiques en lien avec le numérique / la communication Responsable



Promotion – communication

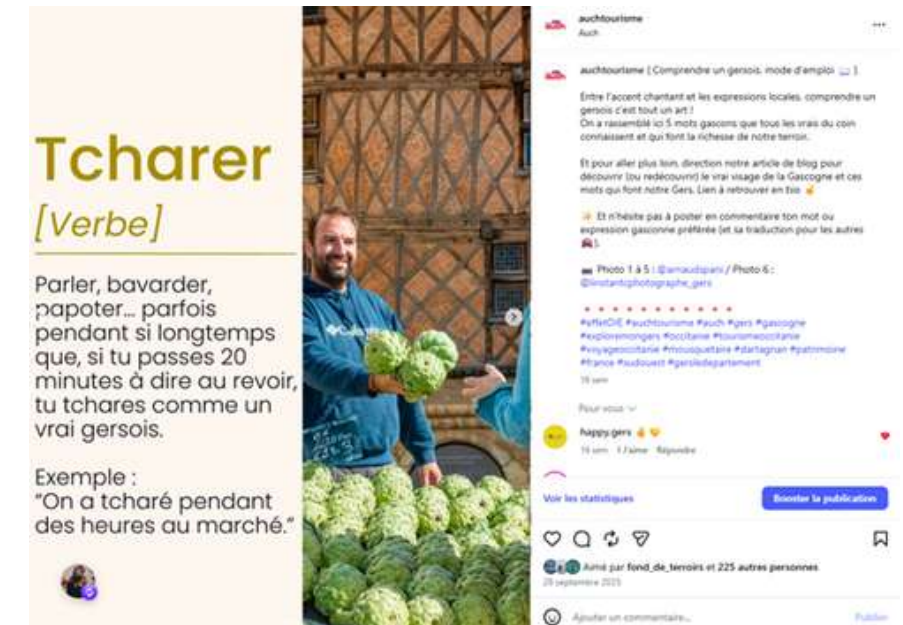
2. Réseaux sociaux et newsletter grand public

→ En chiffres



Les succès

- Des sujets attendus qui ont connu du succès : les news du week-end et des vacances ; où fêter la Saint-Valentin ; fête de la musique ; les marchés de nuit dans le Gers ; les feux d'artifice dans le Gers ; les marchés au gras ...
- Gros travail de diffusion de l'information et communication autour du Tour de France = l'OT était LA référence pour les habitants et pro. **Environ 25 000 vues pour les pages.**
- Poursuite du travail avec Bruna = **création de contenu, planification et valorisation de notre travail édito** (Magazine, articles expérientiel, etc..) sur les réseaux sociaux.
- **+ 30 % de fréquentation sur le site**
- Progression notable des **abonnés à la newsletter**



Promotion – communication

3. Accueil de journalistes & parutions dans la presse

- ✦ Avec le CDT (et parfois CRT)
Échappées Belles : une belle opé menée collectivement
Quelques médias et journalistes accueillis, surtout étrangers : El Periodico, Oscar Checa, La Cronica (Espagne) ; TV News (Belgique)
- tous les contenus ne sont pas en ligne.
- ✦ Finalement peu d'accueil en lien avec le Tour de France : journaliste Slovène (radio) et **Laury Thilleman** (commande Airbnb diffusée sur France TV)
- ✦ Le tournage de la vidéo "6 personnes à (re)découvrir à Auch" avec Eric Vidal (gratuit)
- ✦ Workshop presse à Paris en décembre avec une formation ½ journée sur la relation avec les journalistes télé (M6)



Promotion – communication

4. Accueil de créateurs de contenu en 2025

*données récoltées début janvier 2026

juin

Jolies Lueurs

Profil : couple trentenaire avec jeune enfant

Résumé de l'opération

Production de contenus courts (Instagram, TikTok) et d'un article de blog → à destination des familles.

octobre

Les 4 Vandrouilleurs

Profil : couple avec adolescent(s) voyageant en van

Résumé de l'opération

Couverture du festival Circa et découverte du territoire.
Production de contenus courts (Instagram, TikTok) et d'un article de blog → à destination des familles.

octobre

Fond de Terroirs

Profil : créateur gersois, spécialisé en gastronomie – public Sud-Ouest

Résumé de l'opération

Production de vidéos dédiées à des établissements / restaurants emblématiques du territoire.



- ♥ plus de 4 000 likes
- 🔖 90 enregistrements
- 👁️ + 70 000 vues
- € coût total : 2 257 €



- ♥ + de 2 000 likes
- 🔖 + de 100 enregistrements
- 👁️ + de 60 000 vues
- ↻ + de 80 partager et republications
- € coût total : 3 500 €



- ♥ + de 1 500 likes
- 🔖 25 enregistrements
- 👁️ + de 120 000 vues (toutes plateformes)
- ↻ + de 300 partages et republications
- € coût total : 2 400 €

“ C'était une bien belle expérience de recevoir les 4vadroilleurs, des dialogues intéressants, enrichissant qui valorise mon métier, je n'ai pas eu de retour car j'ai pas de réseau, je suis prêt à refaire l'expérience.”

La Ferme du Serré - Ordan-Larroque

“ Nous avons eu grand plaisir à accueillir les créateurs de contenu en 2025. À ce stade, nous n'avons pas constaté de retours directs ou de réservations identifiées suite aux publications, mais nous sommes conscients que ce type d'actions s'inscrit davantage dans une logique de visibilité et d'image à moyen terme. Nous serions en tout cas tout à fait partants pour renouveler ce type de collaboration à l'avenir, que nous trouvons pertinente pour valoriser le territoire gersois et nos établissements.”

Le Florida Gascony - Castéra-Verduzan

“Nous sommes partants pour recommencer, sans hésiter !”

Les chalets des Mousquetaires - Mirepoix

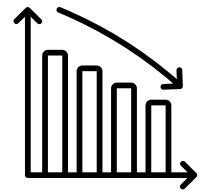
Boutique – billetterie

→ Boutique OT Auch

CA HT 25 141 €

Baisse de -37.26 % par rapport à 2024 (ou le Monopoly seul avait rapporté 7 245 €)

Marge HT 7 290 €



2420 paniers

(437 en moins par rapport à 2024)
dont 797 pour juillet et août (-191 en 2024)



19.12 € panier moyen

dépasse les 20 € de janvier à avril



1.82 nombre moyen de produits / panier

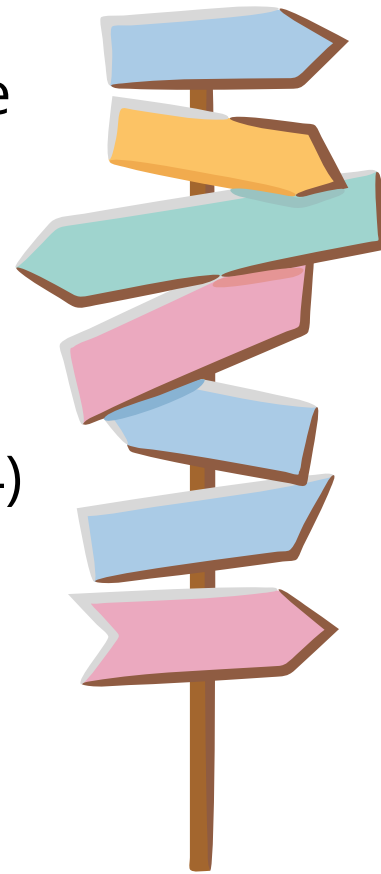
légère baisse par rapport à 2024
max 2.22 en août et mini 1,44 en septembre



Janvier à avril : panier moyen plus important que tout le reste de l'année contrairement à 2024 ou les mois de novembre à janvier étaient les plus importants

→ Moins de passage à la boutique pour les achats des fêtes de fin d'année

Top 10 des ventes



457 - Monnaie de Paris d'Artagnan 2024

207 - Carte postale Gers

187 - Carte postale cathédrale

181 - Carte postale d'Artagnan

110 - Magnets statue d'Artagnan

97 - Pochettes tissu peint*

97 - Sac cabas Auch*

91 - Carte postale A6 Love and Nanoush*

82 - Figurine PAPO

81 - Carte A6 + enveloppe Love and Nanoush*

*entre dans le top 10 en 2025

88.4% satisfaction client 

concernant la diversité de produits vendus.
Moins 3,3 % par rapport 2024

Suggestions clients



→ souvenirs en lien avec la ville, le Gers

→ cartes postales (originales, avec photos ...)

→ puzzles avec beaucoup de pièces



Boutique – billetterie

→ Autres boutiques

OT Castéra-Verduzan : 88.50 €

Trésor de la cathédrale : 505 € (de juin à septembre)

Musée de la Résistance : 346.22 € (de juin à septembre)

Castelnau-Barbarens : 210.40 € (en juillet et août)

→ Billetterie

7 405 € PAH (ateliers, visites, Cluedo, Pass...)
soit - 8.66 % par rapport à 2024

8 152€ Spectacles / concerts hors OT & PAH

baisse conséquente (-70.85%) par rapport à 2024 qui avait été une année record

320 billets vendus,

3 Festivals, 2 pièces de théâtre, 1 concert,

2 sociétés de production et 4 associations locales,

8 billetterie refusées



Printemps des
Sassafras



Fous Rires Gascons



Festival Éclats de
Voix

→ Collaboration avec le service de gestion des salles de spectacles de la ville

Réceptif – groupes

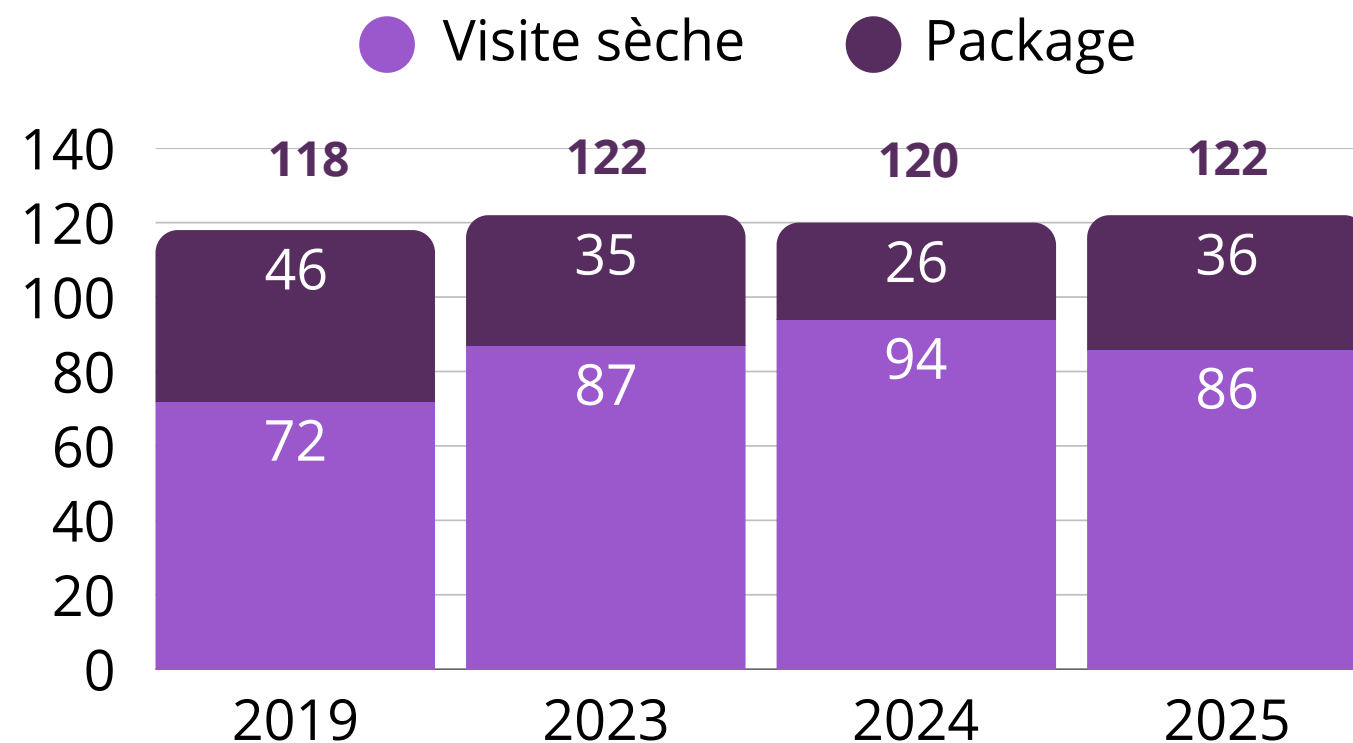
→ Chiffres clés - groupes

122 groupes

contre 120 groupes en 2024

En moyenne 25 pax. par groupe, équivalent à 2024

Types de prestations



64 748,90 € de C.A.

soit + 7 % par rapport à 2024

→ davantage de transformation de sec en packagé

→ augmentation des tarifs des offres packagées

46 groupes non finalisés

contre 88 en 2024

- 7 groupes par manque de disponibilité de guides, (contre 34 en 2024)
→ l'augmentation du temps de travail des guides se ressent positivement,
- 39 annulations clients, dont la moitié à l'automne, (contre 46 en 2024).



9,3/10 satisfaction client

En bref :

→ **services OT** : amabilité, disponibilité, efficacité et professionnalisme, à l'écoute, suivi sérieux, réactivité ++.

Le + : des offres clé en main et un bon rapport qualité/prix.

→ **service PAH** : humour, professionnalisme, érudits et compétents, adaptation à tous les publics, agréables.

→ **restauration** : qualité des menus et des plats, services efficaces, personnel toujours sympathique et à l'écoute.

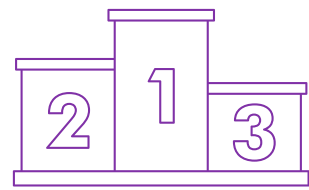
Réceptif – groupes

Top 3 des thématiques

Cathédrale x 74
x 81 en 2024

Cœur de ville x 73
x 77 en 2024

Incontournables du musée
des Amériques x 27



Top 4 : Trésor de la cathédrale x 10

Top 5 : Lavardens (village et château) x8

→ Le musée de la Résistance et de la Déportation du Gers sort du top des demandes après l'engouement post-ouverture en 2024.



En bref, une parenthèse
citadine pour les gourmets
et les inconditionnels de terroirs ;
qui saura ravir tant vos pupilles
que vos papilles.

Séjours individuels

3 séjours vendus

- 2 Food Tour à Auch
- 1 séjour œno sur mesure

1018 € de chiffre d'affaires

soit + 4,5 % par rapport à 2024 pour le même nombre de séjours vendus.

→ vente directe (années précédentes : vente en ligne via Gers Réservation),

→ pas de promotion,

→ demande en fin d'année de cartes cadeaux.

Objectifs 2026 / 2027 :

→ travailler la commercialisation des séjours individuels, en lien avec la dynamique départementale

→ distribuer les séjours chez d'autres opérateurs

Gestion d'équipement

Aire de camping-cars

Au cours de l'année :

Printemps : Amélioration de la voirie

Été : mise en place du règlement intérieur

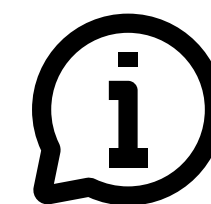
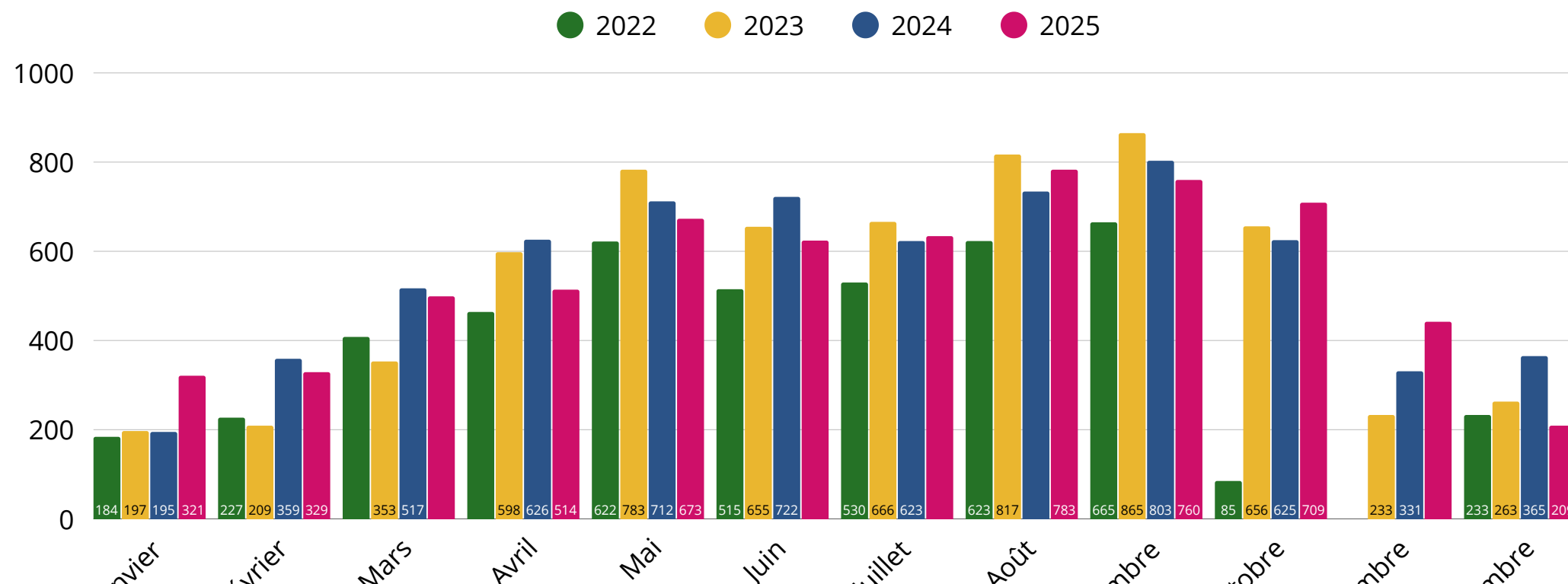
Automne : intervention sur la fraude

Pannes & incidents :

Barrière HS 2 jours début juillet (onduleur réseau)

Barrière pliée en novembre

Borne HS 10 jours en décembre (onduleur borne)



Chiffres clés*

- 1% en nuitées/Ccars 11 992 nuitées
- + 1% en chiffre d'affaires 71 585 € HT

*(vs 2024)

Gestion d'équipement

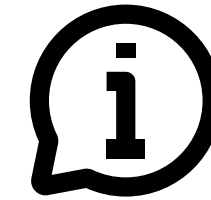
→ Trésor de la cathédrale

Au cours de l'année

Hiver : Négociation de la nouvelle convention de gestion avec la DRAC

Eté : Travail d'une saisonnière pour préparer une édition Focus du Pays d'art et histoire

Mi-août : départ d'un saisonnier sans préavis

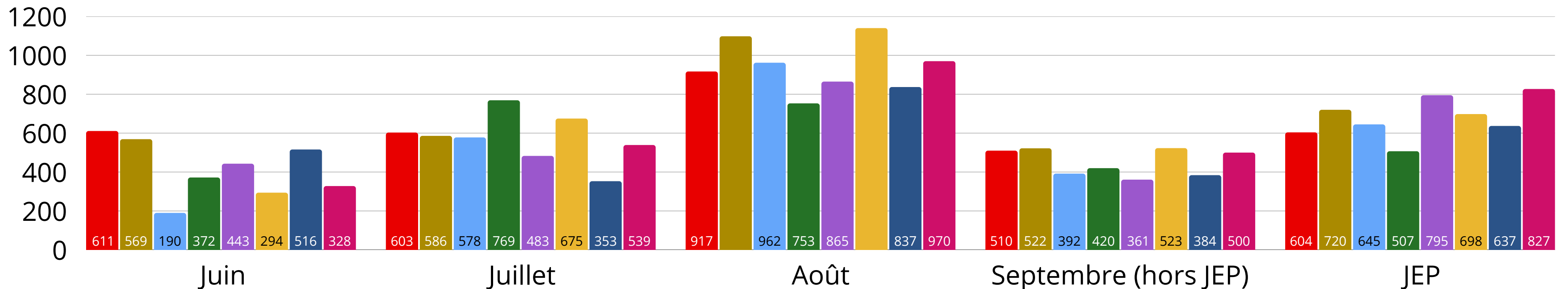


3 164 visiteurs dont 827 pendant les JEP

Une fréquentation en hausse de 14%*

*(vs 2024 / -5% vs 2023)

● 2018 ● 2019 ● 2020 ● 2021 ● 2022 ● 2023 ● 2024 ● 2025



Gestion d'équipement

→ Musée de la Résistance et de la Déportation du Gers

Au cours de l'année

- Hiver : installation d'une responsable sur site et pose de la signalétique pour les audioguides
- Printemps : négociation des conventions avec l'association
- Eté : planification d'une exposition et accueil des panneaux fait pour la fête de la libération
- Automne : signature des conventions avec l'association et remise des clés
- Hiver : lancement d'un chantier de correction des outils numériques et des audioguides

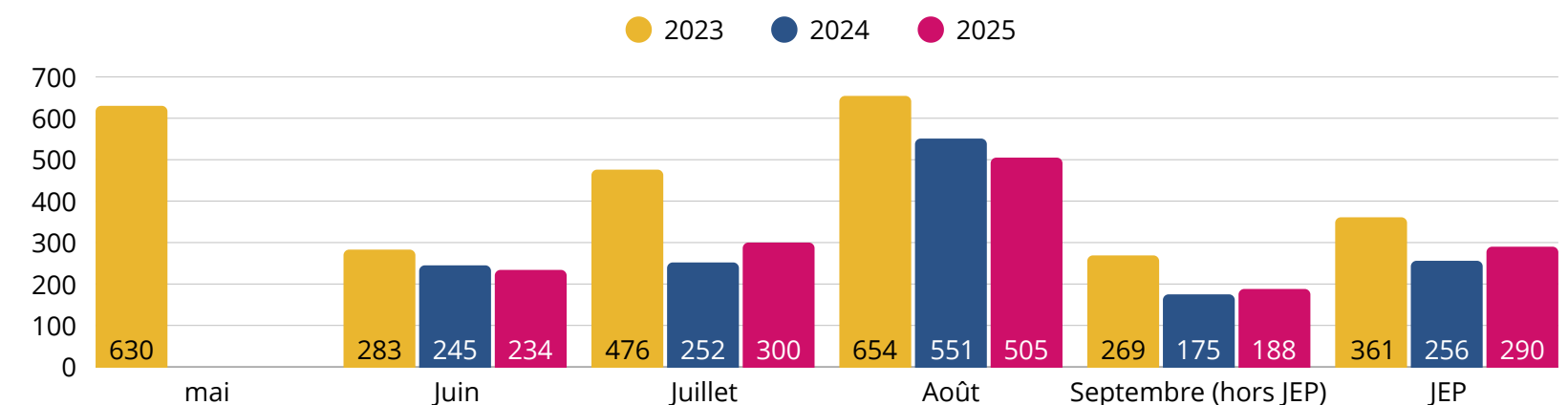
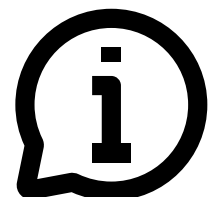


1 517 visiteurs dont 290 pendant

les JEP

Une fréquentation en hausse de 2%

*(vs 2024)



Gestion d'équipement

→ Escape-Game d'Artagnan

Chiffres clés*

257 visiteurs

Une fréquentation en hausse de 19%



*(vs 2024)

→ Escape-Game Le Mystère du Baselic

Chiffres clés*

137 visiteurs

Une fréquentation en hausse de 21%



*(vs 2024)

→ Partenariat



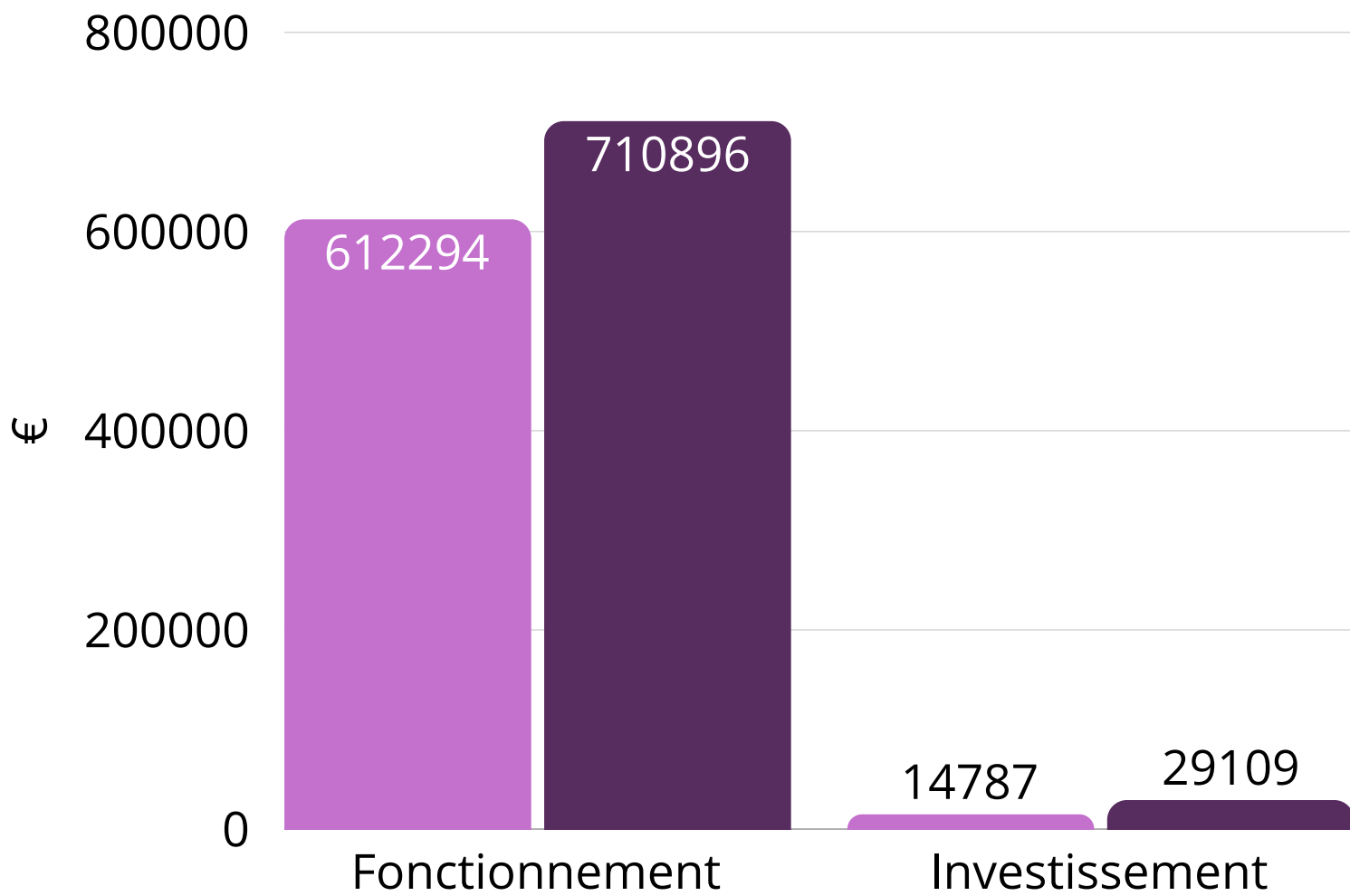
Mise en place d'un partenariat avec les Francas du Gers pour une diffusion de septembre à juin.



Administratif et financier

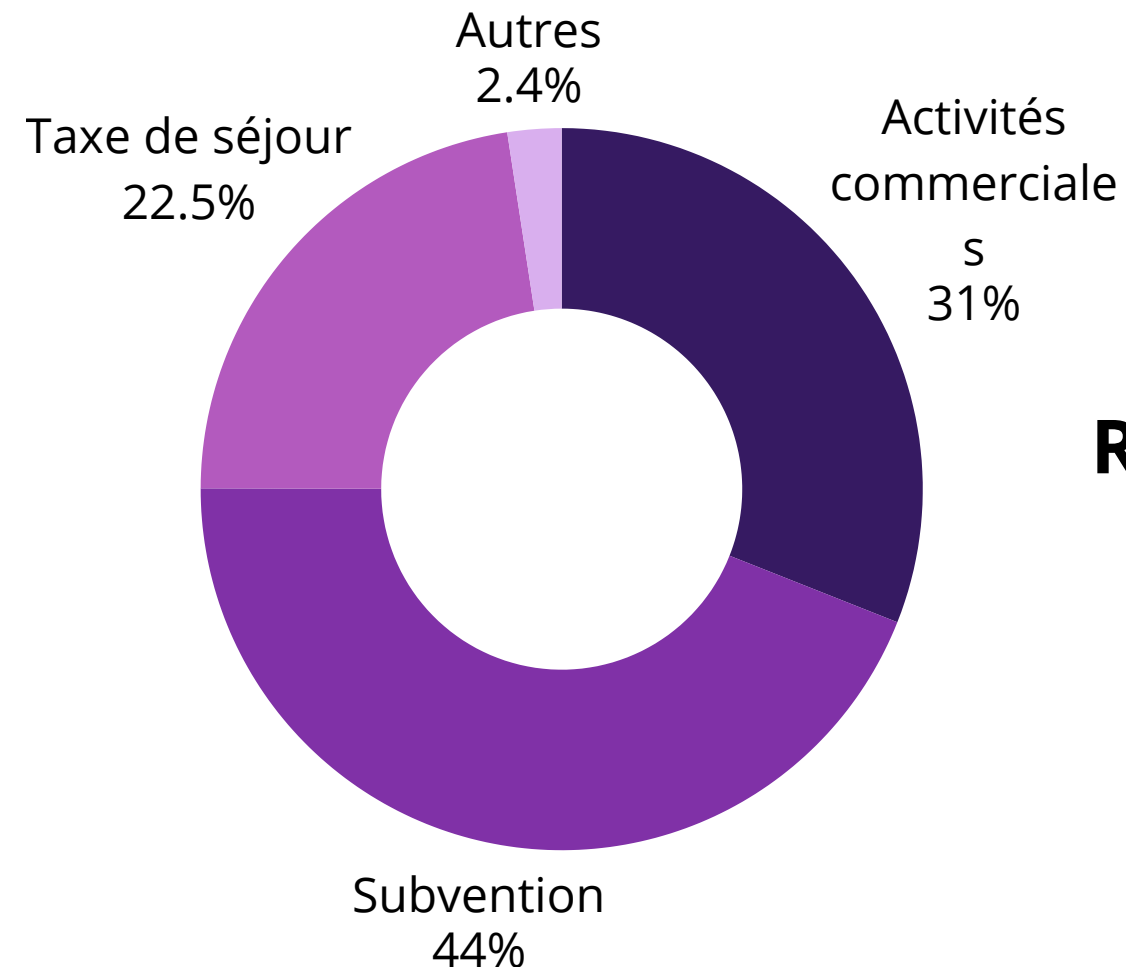
→ Bilan 2025

● Dépenses ● Recettes

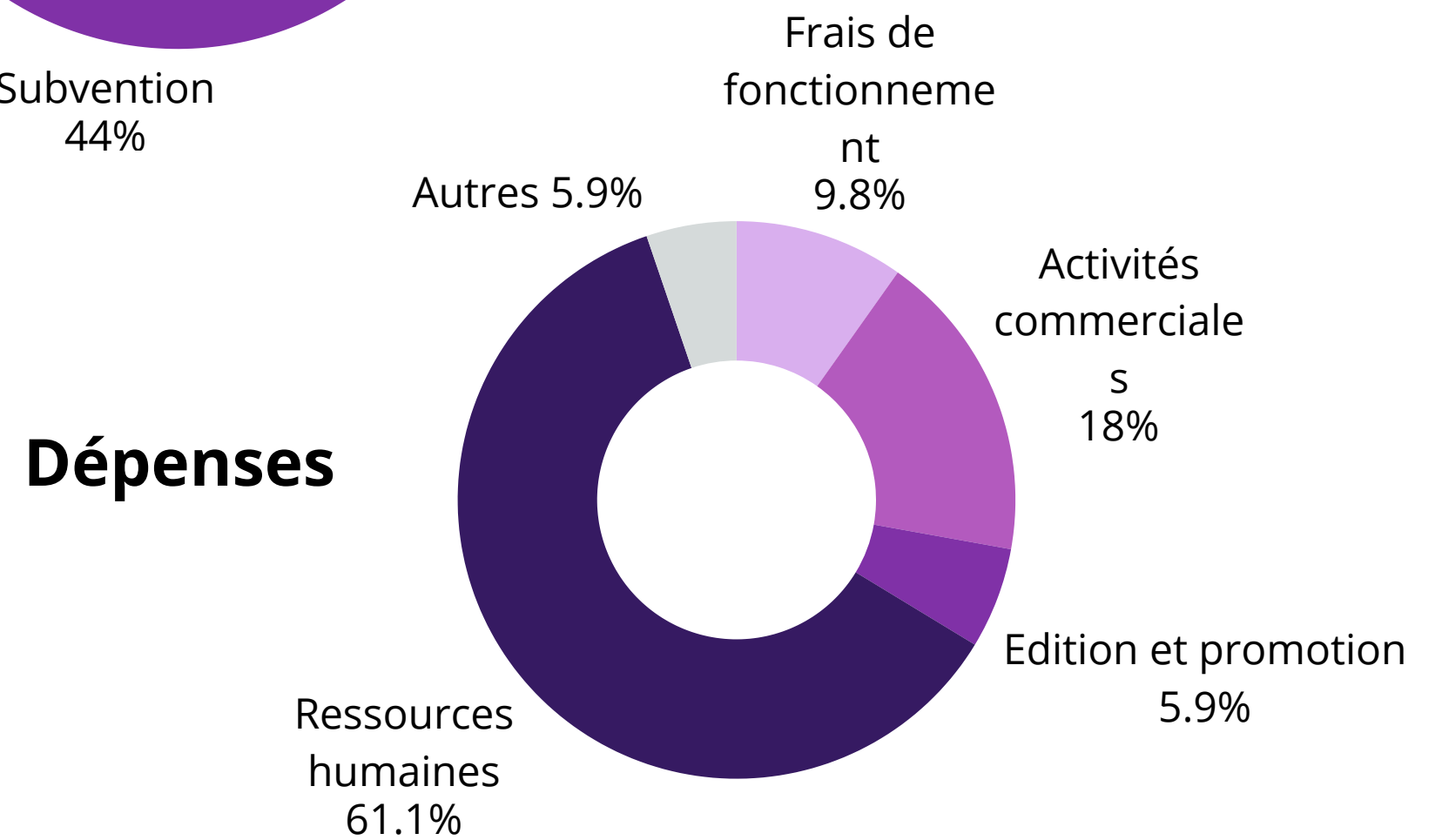


Résultats + 97 971,42 € + 14 321,94 €

Solde + 112 293,36 €



Recettes



Dépenses

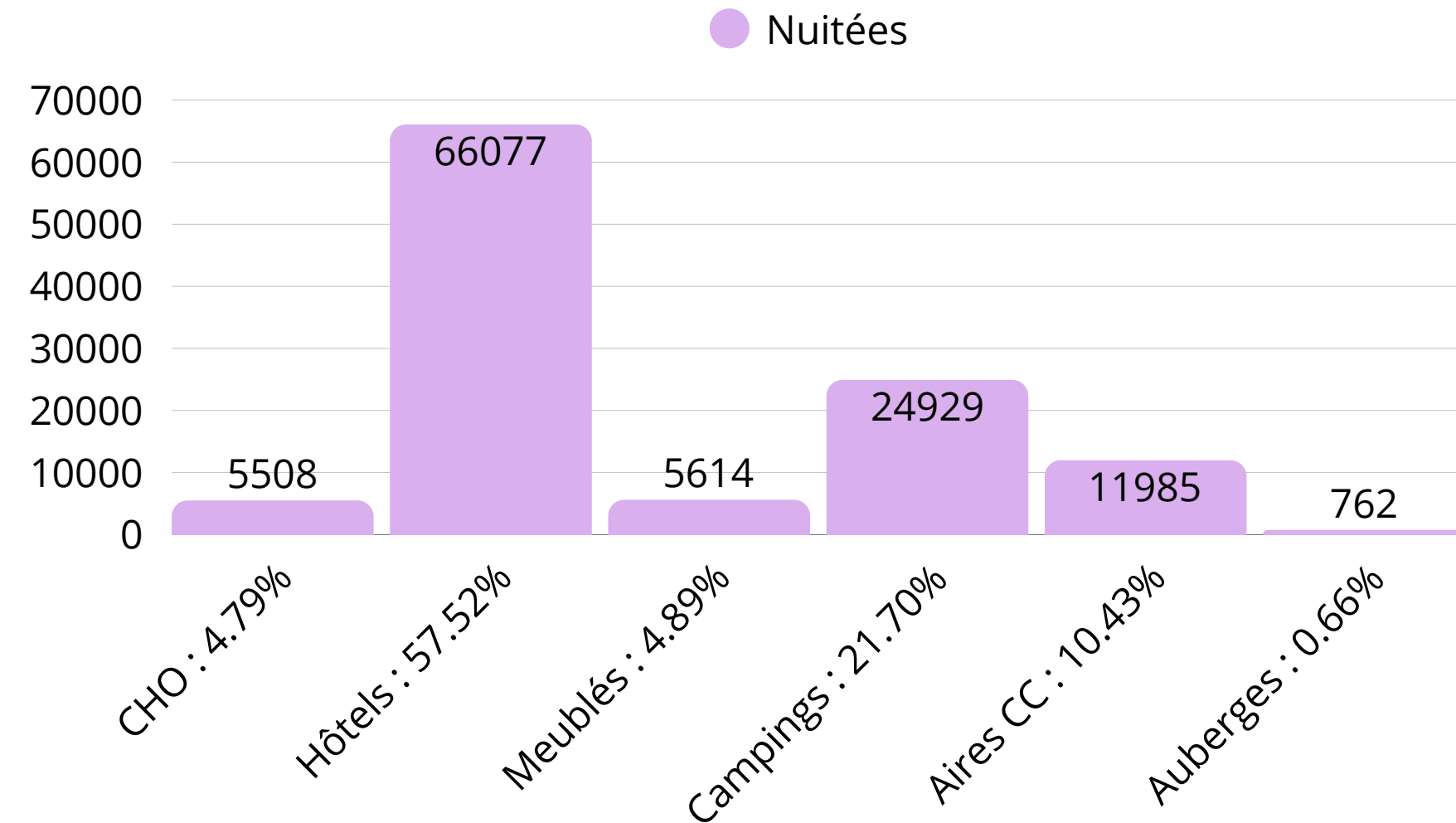
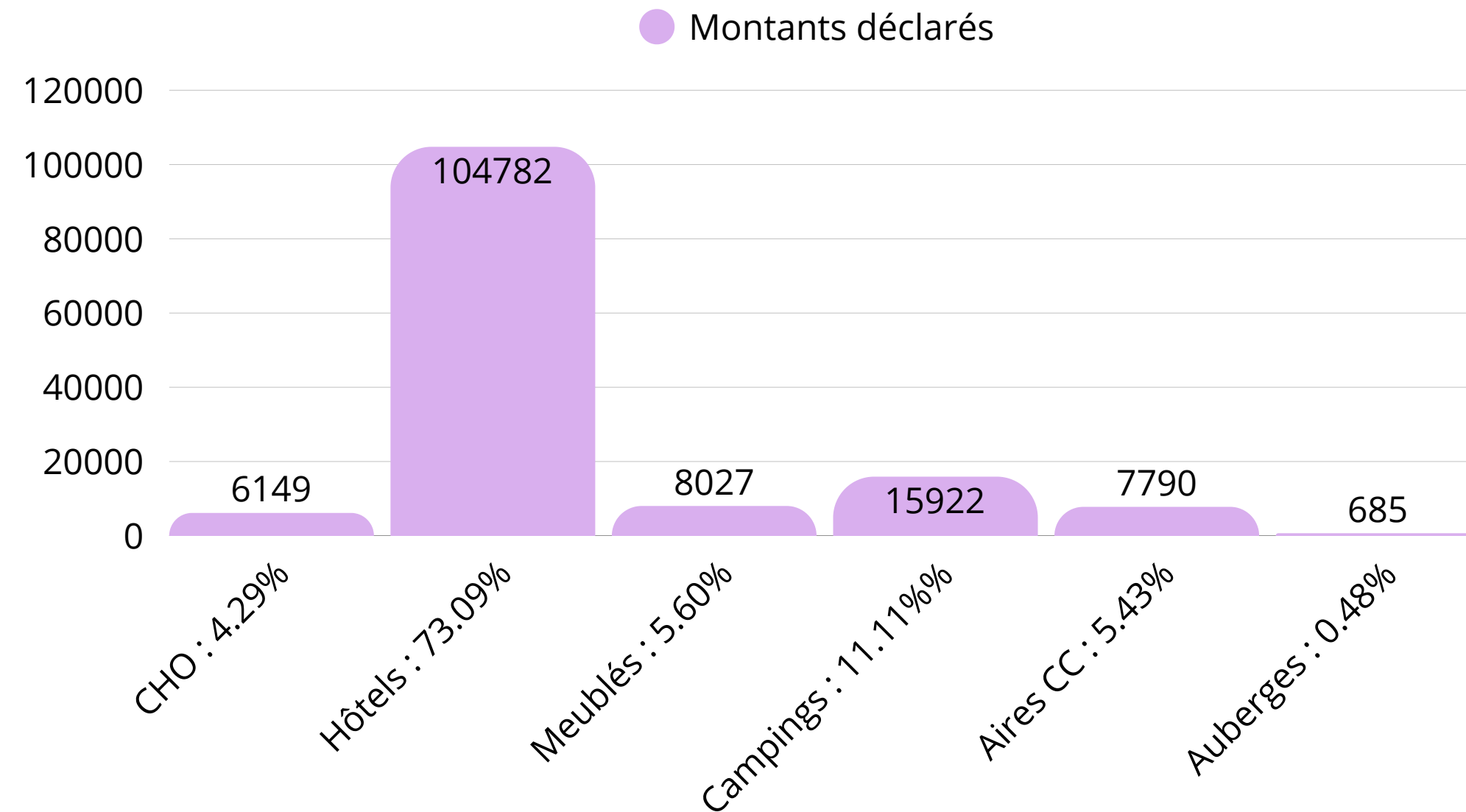
Administratif et financier

→ Taxe de séjour

- Montants déclarés (hors opérateurs numériques) : 143 356.28 €
- Part GPSO : 33 834.20 €
- Part départementale : 9 951.05 €
- Montants déclarés des opérateurs numériques : 80 197.39 €

Opérateurs numériques

Abritel	-	1887,27 €
Airbnb	-	60459,57 €
Booking	-	12483,57 €
GTG	-	5060,41 €
Autres	-	306.57 €



Écoute client

→ E-réputation



4.6/5 - 20 avis

Office de tourisme Grand Auch Coeur de Gascogne

•4 et 5* : 18 avis : accueil, écoute, compétence, recommandations, attractivité du lieu (3è étage)

•1*à 3* : 2 avis : Tél. attente puis raccroché puis impossible à joindre.



4.2/5 - 6 avis

Musée de la Résistance et de la Déportation du Gers

•4 et 5* : 5 avis : richesse des informations, accueil , petit musée
•1* : toujours fermé



4.2/5 - 51 avis

Aire de camping-cars de l'Île Saint-Martin

•4 et 5* : 45 avis : qualité du site, bon rapport qualité prix, proximité du centre historique

• 3* : 6 avis : manque d'entretien, de sanitaires et douches, moustiques
dysfonctionnement des prises

4.3/5 - 7 avis

Trésor de la cathédrale

•4 et 5* : 7 avis : Lieu jugé petit mais objets présentés de qualité; présence d'outils de médiation

5/5 - 2 avis

Escape-game d'Artagnan à Montaut-les-Créneaux

•5* : 2 avis : génial, animation, prix correct



Écoute client



→ Questionnaires satisfaction

246 questionnaires sur place

contre 139 en 2024

⊕ retours > à **95 %** pour les **agents d'accueil**, leur amabilité, professionnalisme, la pertinence des infos. données

Qualité des documents : 92 % de satisfaction

Aménagement : points de vues, balaçoires, clim, lieu attractif

⊖ Attente ponctuellement
Documents : marge d'amélioration

 mettre plans à dispo
circuit gourmand en plus
du circuit historique, livret "ludique" pour adulte

46 questionnaires à distance

contre 48 en 2024.

⊕ Majorité de retours **très positifs** à tous les niveaux: délais de réponse, documentation, attitude des agents au téléphone, **personnalisation** des réponses, ...

⊖ Manque d'infos pratiques (parkings, services, restos à proximité de la cathédrale. Ecriture trop petite et infos denses sur la carte GACG

Site internet : usage encore limité 25.6 % l'ont consulté

Raison pour laquelle ils sont venus :

- à **Auch** : le patrimoine et la cathédrale 45 %, la découverte 25%, famille & amis 15%
- à **l'OT** : Plan / documentation à 50 %, conseils pour 30 %

Taux de recommandation de la destination : 94 %

→ Système d'écoute interne

Notre outil interne quotidien (cahier de liaison) permet :

→ d'enregistrer les remarques, dysfonctionnements et suggestions,

→ d'en assurer le suivi et le traitement rapide,

→ d'améliorer nos services (site web, newsletters, optimisation des bureaux d'accueil...)

Écoute client et amélioration continue

→ 103 incidents externes (78%)

Locaux de l'OT (Auch et Castéra) - 29 occurrences

Difficultés liées à la maintenance des équipements (pannes, usure, porte automatique, fuites, alarme, ascenseur...).

Constat : bâtiment et matériel vieillissant au bureau d'Auch (10ans) / BIT de Castéra marqué par une certaine vétusté qui engendrerait des coûts surdimensionnés pour être conforme aux standards qualité.

Enjeux : améliorer le cadre de travail et d'accueil des visiteurs.

Aire de camping-cars - 25 occurrences

Problèmes techniques et d'accès (borne, eau, barrière forcée, système HS).

Impacts : insatisfaction directe des campingcaristes, risque d'avis négatifs, frais supplémentaires AireServices

Enjeux : renforcer la réactivité en cas de problème.

Téléphonie, outlook, serveur - 10 occurrences

Problèmes techniques (pannes, perte de connexion réseau).

Impacts : difficultés pour travailler, de contact pour les visiteurs

Enjeux : assurer la continuité de service et la réactivité sur tous les canaux.

Outils de promo / comm - 9 occurrences

Problèmes techniques (affichage IRIS, écrans d'accueil, envoi newsletter).

Impacts : "mauvaise" information des visiteurs, perte de temps

Enjeux : garantir la mise à jour en continu des infos.

→ 5 incidents et dysfonctionnement non - résolus

Nature des incidents et dysfonctionnements

→ Ticket fantôme à l'aire de camping-cars,

→ Messages (formulaire dde infos) qui arrivent dans les indésirables x 2,

→ Scann Explore Auch,

→ Rembarde escalier au R+3.

Ces incidents ont pour point en commun :

→ une dépendance à des prestataires externes,

→ une complexité technique (Explore Auch / mails),

→ une absence de suivi (mails, rembarde).

Action

→ Assurer des relances systématiques jusqu'à résolution.

Écoute client et amélioration continue

→ 29 incidents internes (22%)



Fonctionnement interne - 9 occurrences

Erreur de planning, alertes outlook, CI non rendue explore Auch, lumières allumées...

Axes d'améliorations : rappel procédures internes et communication.



Boutique et billetterie - 6 occurrences

Problèmes de coffre et de suivi des stocks.

Enjeux : sécuriser l'utilisation des outils et les procédures, le suivi des stocks.

Conclusion :

→ une marge de progression, des besoins de formalisation et de rappels des pratiques.

→ moins nombreux mais impactent le bon fonctionnement de l'organisation interne et la qualité des services rendus.

→ 13 remarques internes

Fonctionnement interne - 4 occurrences

Usages et stocks de la doc touristique, gestion de la boîte mail.

Le suivi permet de re discuter du fonctionnement interne, de programmer des points d'équipes, de formaliser ou simplifier certaines procédures (ex. point d'équipe sur le traitement des mails).



1 remarque sur la montée de l'agressivité et de l'impatience des visiteurs

- forum ouvert inter OT's du Gers et CDT32,
- affichage (à venir) dans l'accueil.



Écoute client et amélioration continue

→ 28 remarques externes positives

1 Locaux de l'OT d'Auch - 7 occurrences

Points valorisés : accueil / amabilité des agents, qualité et confort des espaces de l'OT.
→ véritable point fort de l'OT d'Auch,
→ malgré les nombreux incidents liés au bâtiment, les retours visiteurs montrent que les aménagements sont très appréciés des publics !

2 Visites guidées PAH - 7 occurrences

Points valorisés : qualité des prestations, intérêt des thématiques, professionnalisme des guides.
Action : transmis au service PAH.

3 Aire de camping-cars - 6 occurrences

Points valorisés : qualité des espaces, adéquation avec les besoins.
→ 2ème source d'incidents mais l'équipement répond à une forte attente des clientèles itinérantes, avec une perception globalement positive.

→ 4 remarques externes négatives

2 remarques concernant les services de l'OT:

- 1 produit boutique vendu défectueux → sorti des ventes,
- les vidéos du R+1 qui défilent trop vite → non pris en compte.

2 remarques concernant le cadre de la ville et la patinoire → transmis aux services compétents.



→ les visiteurs expriment des attentes fortes sur le confort et la qualité des lieux / l'organisation et la qualité des service,
→ l'expérience "client" est un enjeu central et l'implication dans la démarche qualité permet en grande partie d'y répondre.

Écoute client et amélioration continue

→ 31 suggestions prises en compte / 35



Outils de promo / comm. - 10 occurrences qui traduisent :

- besoin d'optimisation des supports
 - attention portée à la visibilité et la compréhension de l'offre touristique
 - équipe sensible à l'efficacité des outils et ses impacts sur l'expérience visiteur
- Ex. refonte d'articles de blog et pages du site, création de supports accessibles (braille...), valorisation d'articles dans les réponses mails...



Affichage dans l'OT - 5 occurrences

- Enjeux :** améliorer le confort d'accueil, fluidifier le parcours visiteur, rendre l'info plus accessible
- Ex. refonte des affichages au BIT Castéra, création d'un panneau durable BIT Auch, affichage pour les organisateurs d'événements



Aire de camping-cars - 4 occurrences

- Enjeux :** améliorer l'accueil des camping-caristes et faciliter le dépannage interne
- Ex. mise à jour du site aire CC + panneau d'accueil, refonte des documents qualité

Autres thématiques :

Téléphonie / mails / serveur : améliorer la fluidité du travail quotidien, réduire les dysfonctionnements

Boutique / Billetterie : améliorer l'affichage sur Welogin / My Sport Session

Développement durable / partenariats...

→ 4 suggestions non prises en compte

Ex. Pass culturel sur My Sport Session, Whatsapp, kiosque en ville...

Pourquoi ? Logiciel ne le permet pas / solution trop onéreuse / non prioritaire pour les services compétents.

A retenir :

- équipe force de propositions,
- les agents comme principaux acteurs de l'amélioration continue, qui agissent directement sur : les outils, l'organisation interne, l'accueil des visiteurs.



Perspectives et objectifs 2026...



Renouveler la démarche qualité et obtenir la marque Destination d'Excellence (échéance avril)

Former et accompagner :

- la nouvelle CS (remplacement congé maternité)
- la chargée de mission "accompagnement aux pros"
- les saisonniers (8 agents)

Mettre à jour nos supports communication

Poursuivre les actions de promotion du territoire (accueil presse et influenceurs, réseaux sociaux...)

Finaliser et mettre en ligne le site internet collectif Gers

Poursuivre les groupes de travail thématique CDT/OTs

Assurer la billetterie du service Pays d'art et d'histoire

Assurer l'ouverture et le fonctionnement de nos équipements,



Participer aux observatoires économiques et touristiques,

Redéfinir la stratégie d'accompagnement aux pros,

Poursuivre l'implication dans des démarches durables,

Poursuivre le travail sur une boutique éthique et durable,

Mise en place de l'arrondi TPE

En option...

Déployer un outil d'accueil type Roadbook

Carte géante accueil

Outil GRC

Distribuer du séjour individuel - type carte cadeau