

BILAN 2024



Office de tourisme
**DES CÉVENNES
AU MONT LOZÈRE**





Bilan de l'office de tourisme DES CÉVENNES AU MONT LOZÈRE 2024

SOMMAIRE :

<i>Le fonctionnement de l'office de tourisme.....</i>	<i>5</i>
<i>Accueillir, Renseigner, informer</i>	<i>7</i>
❖ Accueil.....	7
♦ Fréquentation des bureaux d'information touristique	7
♦ Fréquentation de la destination :.....	12
❖ Publics cibles.....	13
♦ Trois « grands » publics cibles ont été identifiés pour la destination Cévennes Mont Lozère	13
♦ Nos offres pour les publics cibles	13
❖ Attentes des visiteurs au niveau des services et nouveaux comportements	14
❖ Mettre en avant les Cévennes et le Mont Lozère	14
♦ Revue de presse	14
♦ Les salons, un outil important de notre communication	15
❖ Notre SADI : Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information	17
♦ Continuité du projet d'aménagement des bureaux d'information touristique	17
♦ Poursuite et développement de l'accueil hors les murs	17
<i>Efficacité services</i>	<i>18</i>
❖ Accessibilité à l'information touristique	18
♦ Service wifi	18
♦ Bornes touristiques	18
❖ Nos outils print	21
♦ Le guide destination	21
♦ La carte touristique	21
♦ Le guide hébergements	21
❖ Nos outils au service des visiteurs	22
♦ Le dépliant restaurant	22
♦ Les plans de villages	22
♦ Le site internet au service de la valorisation de notre territoire.....	22
♦ Les circuits patrimoniaux numériques	23
♦ Les carnets de rando et carto-guides	23
❖ Le programme d'animation	23
❖ Un accueil personnalisé grâce à une stratégie d'accueil	24
♦ Avant le séjour	24
♦ Pendant le séjour	24
♦ Après le séjour.....	25
❖ La Boutique de l'office de tourisme.....	25
<i>L'OT s'engage pour le numérique.....</i>	<i>26</i>
❖ La gestion des réseaux sociaux	26
♦ Facebook : Cévennes Mont Lozère Tourisme	26
♦ Instagram : cevennesmontlo_tourisme	28
♦ Campagnes avec les Offices de Tourisme de Lozère	29

♦ Le social wall de notre site internet	29
❖ Sites internet	30
♦ Création de contenu au service de l'inspiration et du référencement	31
<i>L'OT au service de la qualité</i>	32
❖ Projet d'équipement des BIT et de développement numérique	32
♦ Les grandes lignes du projet.....	32
♦ Les résultats de l'opération	32
♦ Les résultats en image	33
❖ Livret d'accueil	Erreur ! Signet non défini.
❖ Marque Qualité Tourisme :	35
<i>Des projets structurants.....</i>	35
❖ Itinérance sur le Mont Lozère	35
❖ Carte Art itinéraire Sud Lozère	35
❖ Partenariats sur d'autres projets structurants du territoire.....	36
♦ Le Pôle de Pleine Nature Mont Lozère	36
♦ La maison du Mont Lozère au Pont de Montvert	36
♦ Musée de la mine d'argent à Vialas	36
♦ Collection Numa Bastide	37
♦ La Cévenole, voie verte des Cévennes	38
<i>Animer, Fédérer, Découvrir</i>	38
❖ Evènements portés par l'office de tourisme	38
♦ Semaine du goût du 14 au 20 octobre	38
♦ Visites de fermes	38
❖ Animations structurantes pour le territoire	39
<i>Partenariat.....</i>	40
♦ Suricate : un outil au service de la randonnée	40
♦ Navettes 2024	40
♦ Pass Lozère	41
♦ CDT Lozère.....	41
♦ PACT Cévennes, contrat CRTL	41
<i>Former, Soutenir, Conseiller les socio pro</i>	42
❖ Accompagnement des Socio-Pros	42
♦ Améliorer la qualité des services et prestations	42
♦ Créer des synergies entre professionnels	42
♦ Booster le développement commercial	43
♦ Développer les compétences et connaissances des acteurs touristiques	43
❖ Gestion de la Taxe de séjour	44
<i>Conclusion du bilan par le président et la directrice de l'office de tourisme</i>	46

OFFICE DE TOURISME **

Des Cévennes au mont Lozère

Siège : Le quai, 48220 Le Pont de Montvert SML

Bureaux : Le Collet de Dèze, St Germain de Calberte, St Etienne Vallée Française, Ste Croix Vallée Française, Vialas

Tél. +33(0)4 66 45 81 94 - info@cevennes-montlozere.com - www.cevennes-montlozere.com

LE FONCTIONNEMENT DE L'OFFICE DE TOURISME

L'office de tourisme – OT – informe, avant (choisir sa destination, trouver une offre adéquate), pendant (optimisation de l'information) et après les séjours des touristes (avis, suggestion, partage sur les réseaux sociaux), anime le territoire, assure sa promotion, conseille les professionnels et les élus locaux toute l'année, notamment grâce à une excellente maîtrise des TIC – Technologies de l'information et de la communication –.

L'office de tourisme garantit **une qualité d'accueil** à notre clientèle de par son entrée depuis 2018 dans une démarche qualité. Tous nos actes sont désormais régis par une méthode commune et écrite, qui nous permet d'assurer une qualité constante. Nous proposons aux visiteurs des **interlocuteurs compétents**, afin de leur faire gagner du temps.

L'OT **renforce la promotion de la destination et l'identité Cévennes Mont Lozère** avec :

- Des supports de communication de qualité :
 - Nos guides de destination, hébergements, gastronomie et une carte touristique revisités chaque année, tout le charme de la destination Cévennes Mont Lozère dans un magazine destiné aux visiteurs.
 - Site internet entièrement refondu en 2020 et fréquemment mis à jour
 - Présence sur les réseaux sociaux
 - Valorisation grâce à des dépliants thématiques : chemins de l'agropastoralisme, chemin camisard, vallée de l'abeille noire, ...
- Une présence sur les salons spécialisés français : salon de la randonnée de Lyon et La Lozère à Marseille.
- La valorisation et la promotion de la destination sur 3 ans avec le PACT (Plans d'Actions Concertés de Territoire) Cévennes. Cet engagement permettra de valoriser l'offre touristique des Cévennes pour la Lozère, le Gard et l'Ardèche, autour des activités de pleine nature, des traditions pastorales et de l'agritourisme.

Fort de la connaissance de son environnement et des possibilités induites en termes de marketing et de communication, l'OT fait connaître la destination et « inspire » le voyageur en définissant des **thématiques fortes** et en créant des **produits expérientiels**.

L'OT est à l'origine de la mise en place d'animations en cohérence avec la demande des visiteurs et l'image de notre territoire : **visites de fermes, semaine du goût**, ... Il diffuse dans son agenda et son programme estival toutes les manifestations du territoire.

L'office de tourisme est aussi moteur pour la mise en place de projets de développement structurants comme **l'itinérance sur le Mont Lozère, les chemins de l'agropastoralisme** ; Une mise à jour a eu lieu en 2023, une brochure détaillée a été éditée et le site dédié rattaché est également mis à jour régulièrement.

L'OT participe activement, avec ses partenaires, à la réflexion et la définition d'une stratégie commune pour le **développement du tourisme sur notre territoire**. Il est associé aux divers projets de notre destination : Pôle de Pleine Nature du Mont Lozère, maison du Mont Lozère au Pont de Montvert, collection Numa Bastides à Saint Germain de Calberte, musée de la mine à Vialas, voie verte la Cévenole ou encore valorisation du GR 736 – itinérance au fil du Tarn.

Pour finir, l'OT travaille également sur les **enjeux du territoire** comme le transport, le numérique et le wifi, mais aussi la poursuite de montée en gamme des prestataires touristiques en valorisant le classement.

L'OT dispose d'une **équipe** de 7 employés permanents et 2 saisonniers pour arriver à mener à bien ses missions.

Organigramme de notre office de tourisme :

Assemblée générale

Entend le compte rendu moral,
Approuve les comptes de l'exercice clos
Travaille sur le budget de l'exercice à venir et sur le plan d'action
Elit le Conseil d'Administration

Conseil d'administration

Met en application le plan d'action voté par l'Assemblée Générale
Supervise le bureau de l'OT, contrôle les comptes de l'OT

Bureau de l'OT

Concrétise et applique ce qui est décidé par le conseil d'Administration.
Assure un bon fonctionnement de l'OT au quotidien avec la directrice

Christine Eon
Référénte qualité
Conseillère en Séjour

Barbara Elmaalem
Chargée de
communication
Conseillère en séjour

Charles Paques
Animateur projet
Coordinateur
Conseiller en séjour

Eva Alteirac
Chargée des animations
Référénte taxe de séjour
Conseillère en séjour



Morgane Pierredon
Animatrice réseau pro
Référénte taxe de
séjour Conseillère en

Léa Rocher
Animatrice réseau pro
Animatrice projet
Conseillère en séjour

Lucie Bonicel
Directrice
Chargée des éditions
Conseillère en séjour

ACCUEILLIR, RENSEIGNER, INFORMER

L'OT diffuse la même information dans ses **6 bureaux d'information touristique** : Le Collet de Dèze, Le Pont de Montvert, St Etienne Vallée française, St Germain de Calberte, Ste Croix Vallée française et Vialas.

❖ Accueil

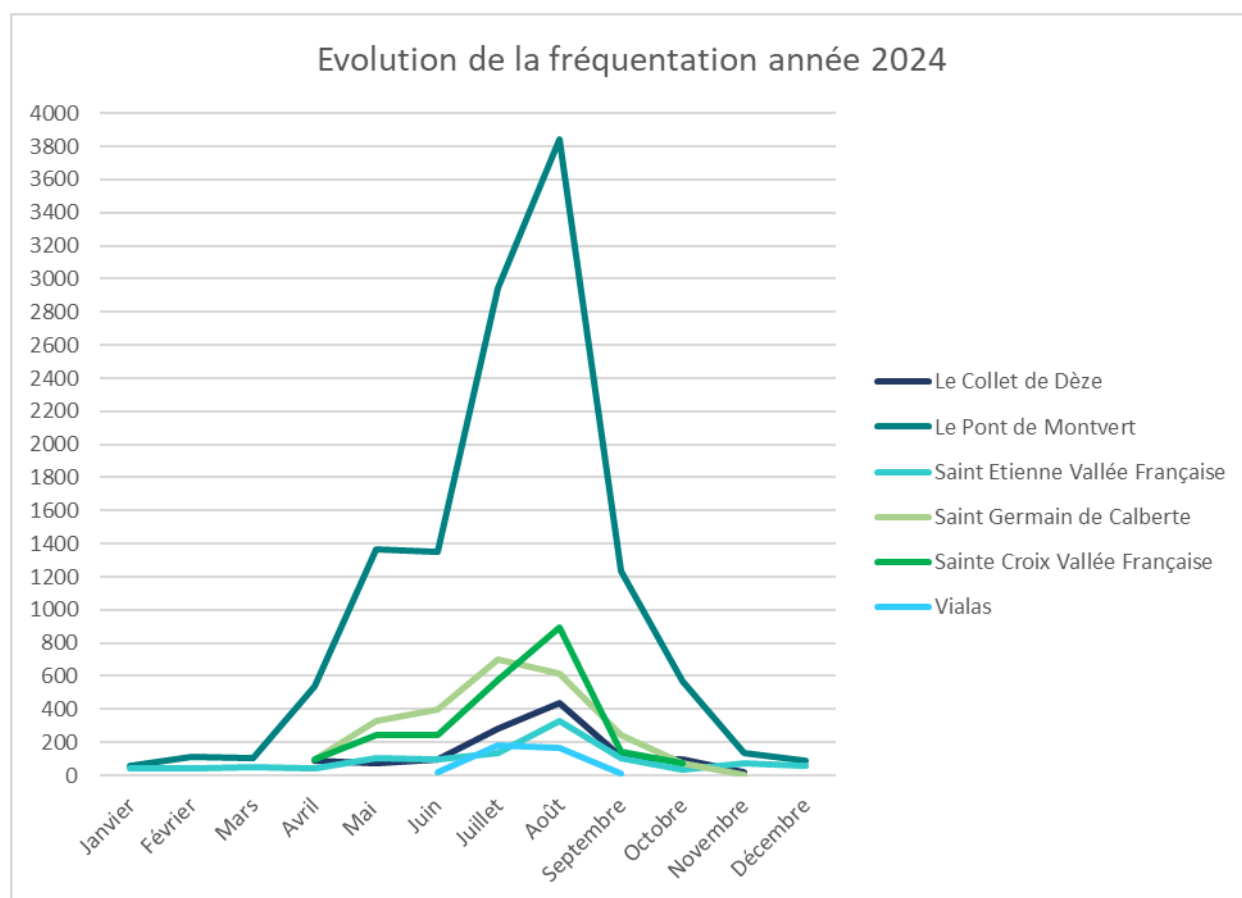
♦ *Fréquentation des bureaux d'information touristique*

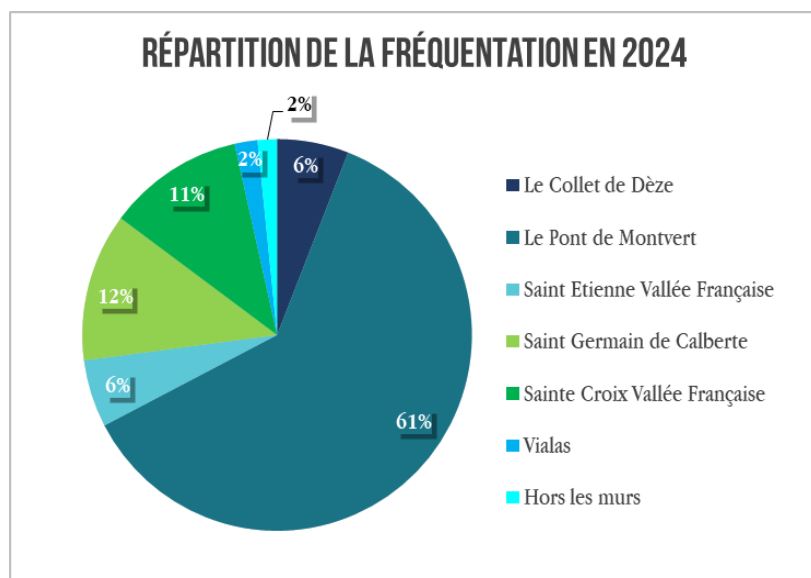
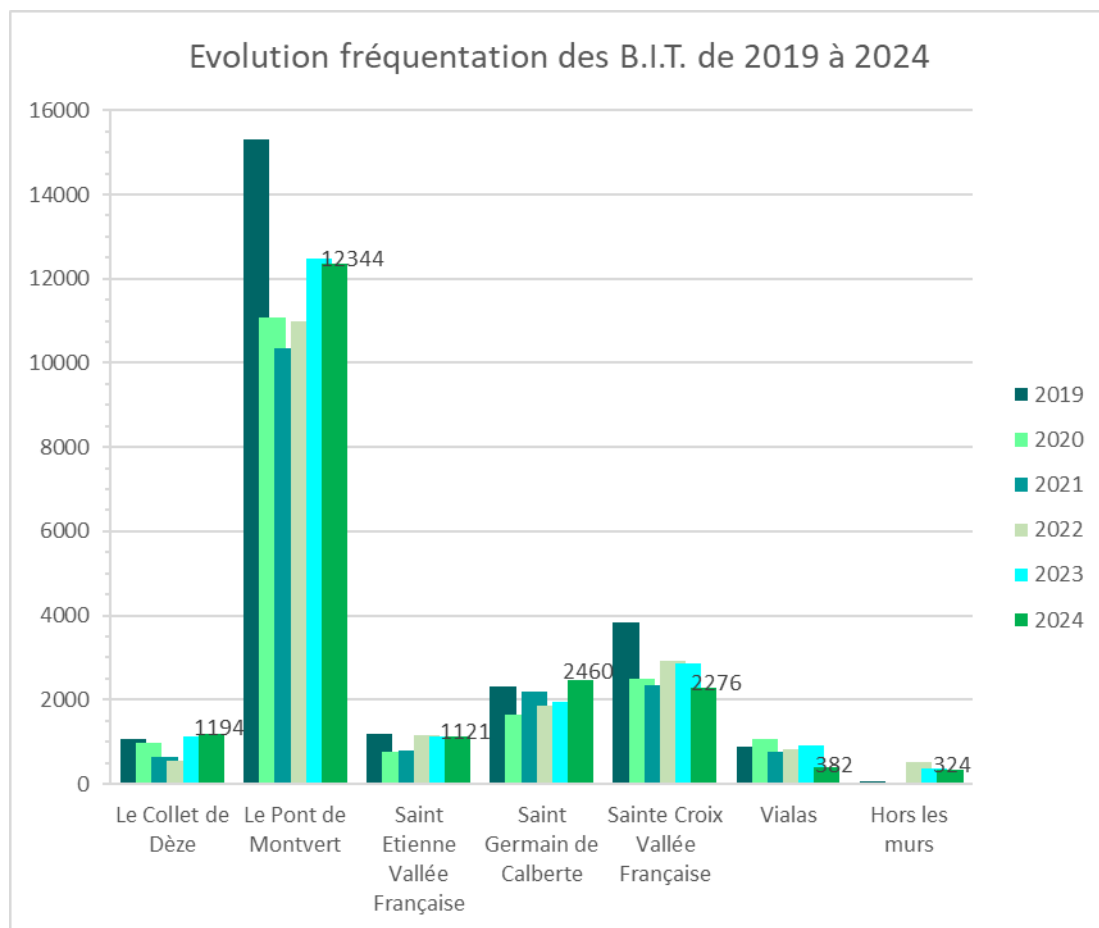
La **fréquentation des bureaux d'accueil** de l'Office de tourisme de janvier à décembre 2024 est de **20 101** visiteurs pour 11 088 demandes.

Nous constatons une évolution dans les périodes avec de meilleurs mois d'avril, mai et octobre (dû à un temps clément et au gros pont du mois de mai), un mois de juin assez stable et une baisse importante sur juillet notamment les 15 premiers jours. La fréquentation des mois d'août et septembre est quant à elle en légère baisse.

Cette baisse globale des visiteurs sur la saison reflète la tendance nationale. Par contre la bonne fréquentation sur les ailes de saison s'explique avec l'intérêt de plus en plus prononcé des visiteurs pour la grande itinérance, un des points forts de notre destination.

La saison 2024 a également vu baisser le nombre de visiteurs étrangers de près de 10% dans nos bureaux.





En 2024 les bureaux de l'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère ont ouvert sur 895 jours (journée ou demi-journée). Les jours d'ouvertures avaient augmenté en 2023 (de 890 jours à 965 jours) afin d'être un maximum présent sur le territoire. Toutefois, les difficultés financières rencontrées en 2024 ont demandé une diminution de ces jours d'ouverture car le nombre d'ETP a diminué (1 personne non remplacée en départ à la retraite en juillet 2024 et les contrats saisonniers plus courts).

Tableau du nombre de jours d'ouverture par mois et par BIT en 2024

	Le Collet de Dèze	Le Pont de Montvert	Saint Etienne Vallée Française	Saint Germain de Calberte	Sainte Croix Vallée Française	Vialas
Janvier		20	20			
Février		18	19			
Mars		19	20			
Avril	11	25	15	12	10	
Mai	13	23	17	16	17	
Juin	12	23	18	15	15	8
Juillet	18	30	19	22	16	26
Août	19	31	23	22	20	26
Septembre	12	25	20	16	16	10
Octobre	16	26	15	14	12	
Novembre	2	19	18	1		
Décembre		16	19			
Total	103	275	223	118	106	70

Le standard téléphonique, avec **2 477 appels** recensés, a été autant sollicité qu'en 2023. (-1,8%)

En ce qui concerne les réponses aux demandeurs d'information, les envois par mail / formulaire de contact sont en hausse de 16,2% par rapport à 2023, ce qui démontre l'intérêt grandissant du numérique dans l'accueil des visiteurs, qui ne se déplacent donc plus en bureau ensuite.

Les envois courriers sont minoritaires mais restent stables. Les clients passent plus facilement par le téléphone ou par la recherche en direct sur notre site internet afin d'obtenir des informations.

Les bureaux d'office de tourisme ne sont plus la seule source d'information (site internet, google, IA, ...). On estimait il y a déjà 5 ans qu'environ 1 visiteur sur 10 franchissait la porte d'un office de tourisme. Les chiffres bruts de fréquentation des bureaux d'information touristique ne sont donc pas représentatifs de la fréquentation réelle de la destination des Cévennes au Mont Lozère.



Comme indiqué précédemment la clientèle étrangère est en baisse cette saison : toutefois elle représente plus de 9% de notre clientèle cette année (contre 7% en 2023). Le top 5 de nos visiteurs étrangers est : Belgique (30,3%), Allemagne (29,1%), Royaume-Uni (11,4%), Pays-Bas (7,7%), Suisse (7,5%).

Concernant la clientèle française, majoritaire, le top 5 des départements de provenance des visiteurs est : Lozère (clientèle de proximité ou maison secondaire à 15,5 %), Gard (11%), Hérault (6%), Bouches-du-Rhône (4,9%), Rhône (4%). La clientèle limitrophe (rayon de 2/3h) est importante notamment sur les ailes de saison.

On constate également que les salons de proximité ont du sens, le Rhône étant dans le top 5 des départements depuis l'an passé (Paris auparavant). Toutefois les visiteurs en provenance du bassin parisien sont présents en juillet et en août principalement (6^{ème} département pour 3% de nos visiteurs)

Top 3 des services les plus demandés au comptoir d'accueil de l'Office de tourisme :

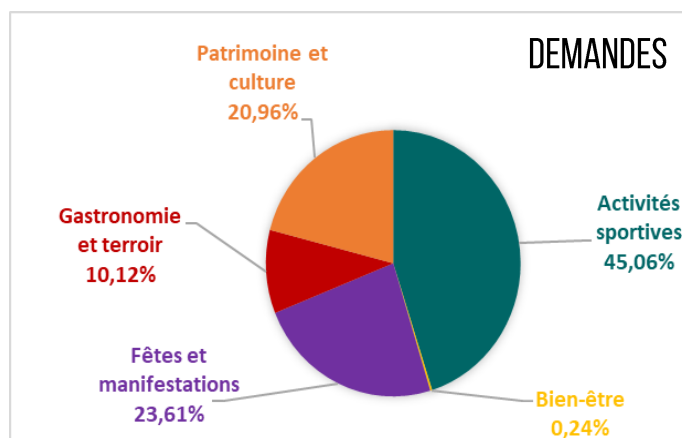
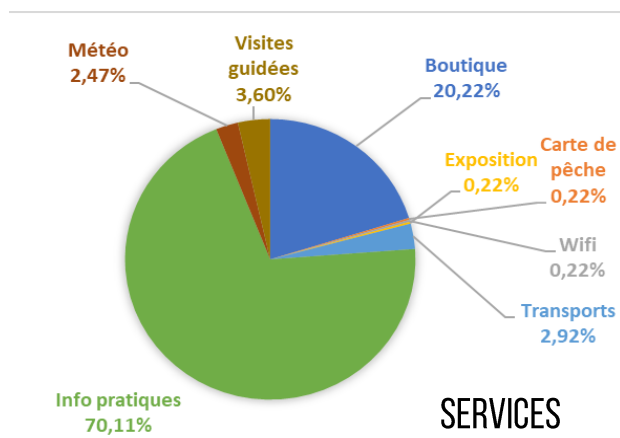
- 1- Informations pratiques : commerces, restauration, localisation, ... (61% des demandes)
- 2- Achat Boutique (26% des demandes)
- 3- Transport (5% des demandes)

Top 3 des demandes au comptoir d'accueil de l'Office de tourisme :

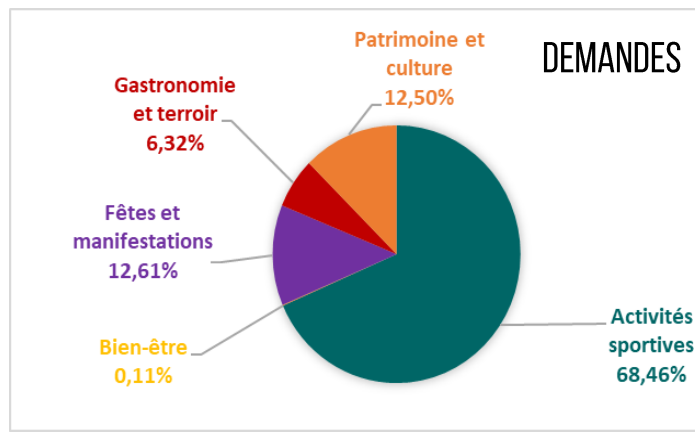
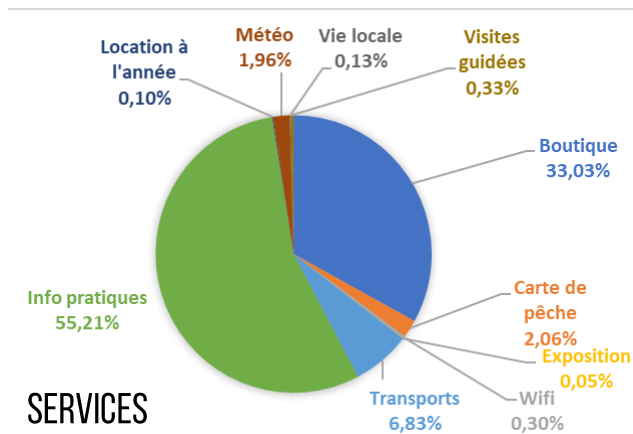
- 1- Activité sportive (60%)
- 2- Fêtes et manifestations (19%)
- 3- Patrimoine et culture (13,6%)

Les services et demandes restent toutefois assez différentes suivant les bureaux d'informations touristiques :

- Le Collet de Dèze :

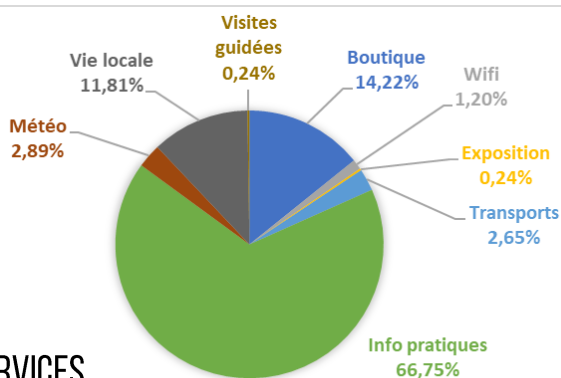


- Le Pont de Montvert

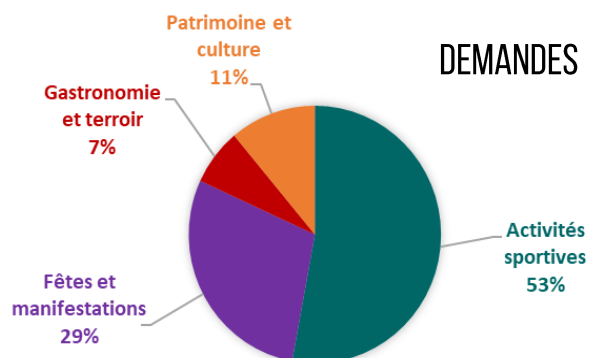


- Saint Etienne Vallée Française

SERVICES

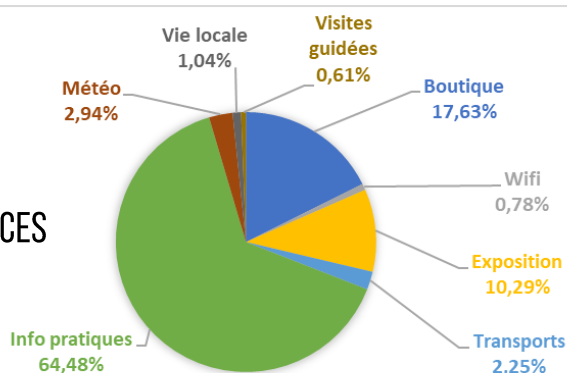


DEMANDES

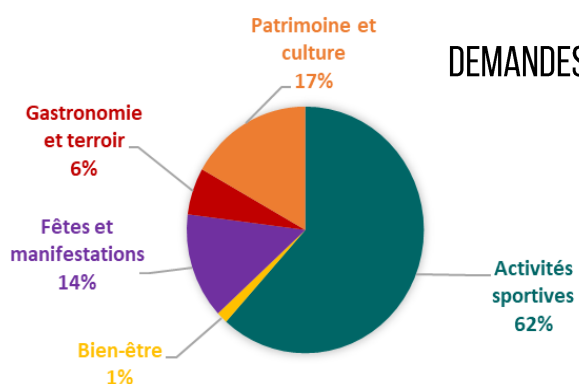


- Saint Germain de Calberte

SERVICES

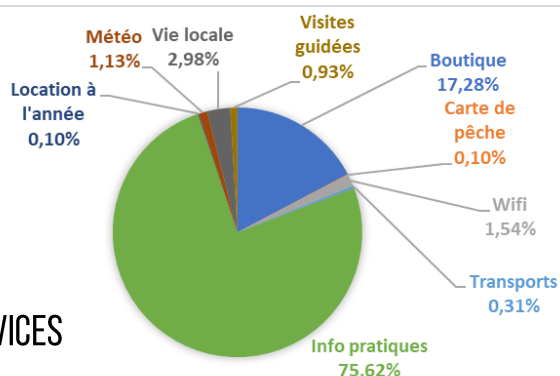


DEMANDES

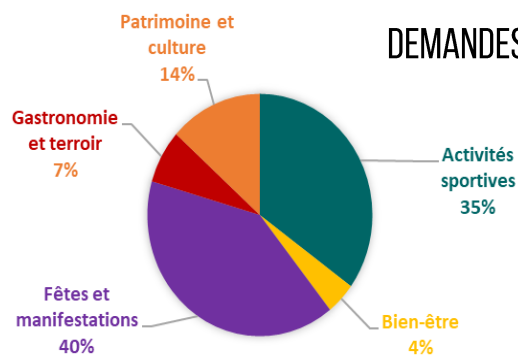


- Sainte Croix Vallée Française

SERVICES

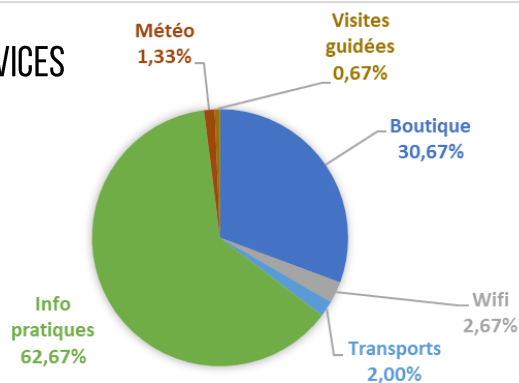


DEMANDES

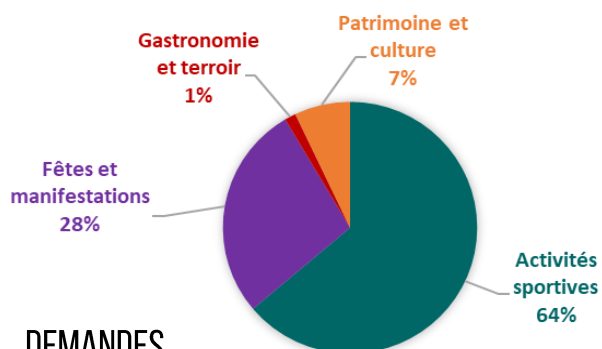


- Vialas

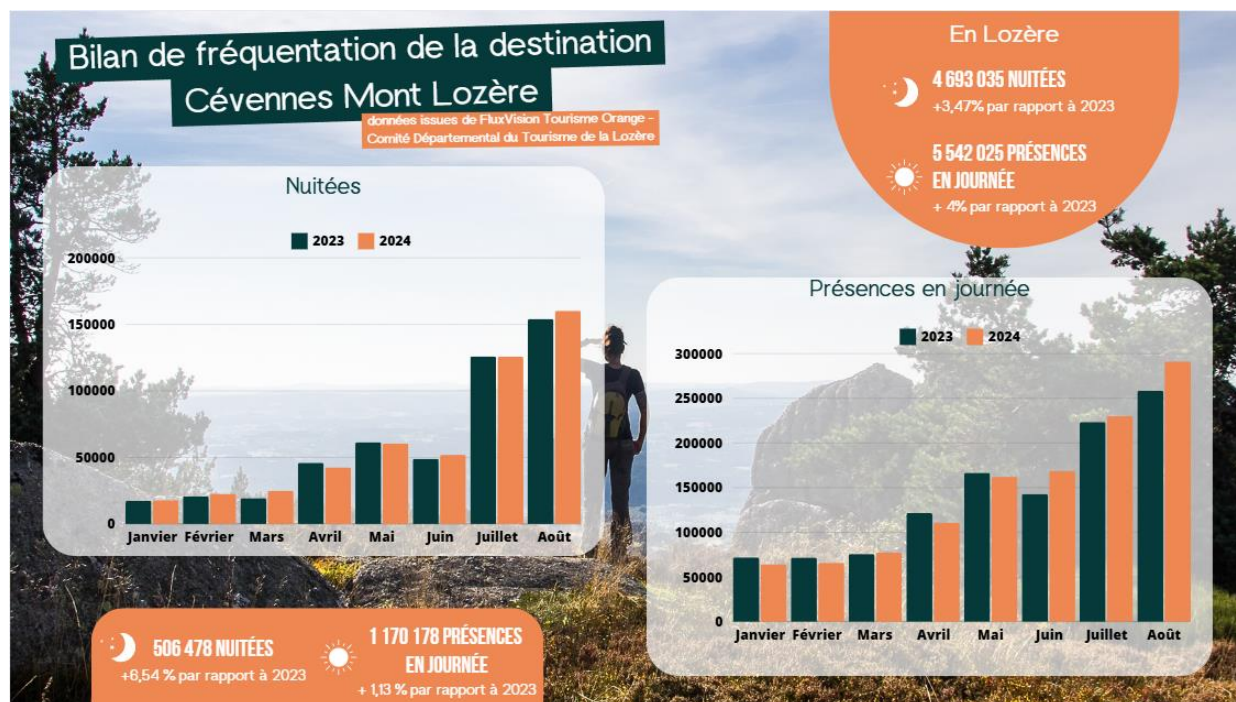
SERVICES



DEMANDES



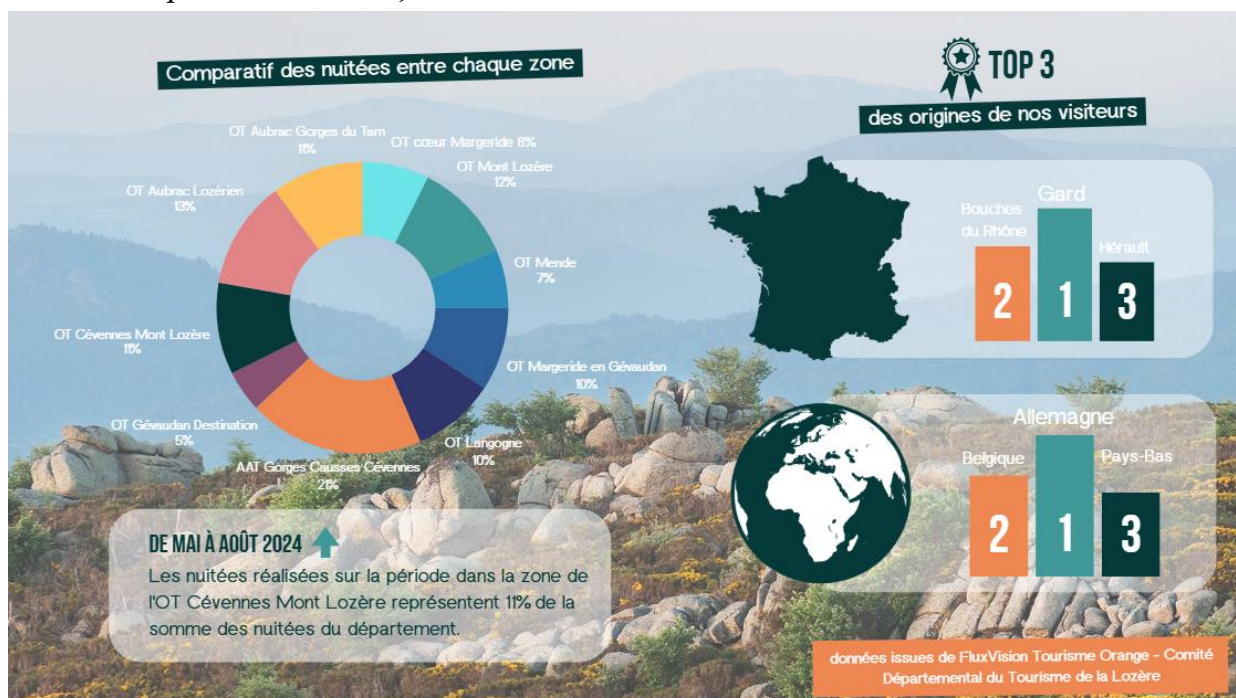
♦ **Fréquentation de la destination :**



Ces données sont issues de Flux vision tourisme*, un outil d'analyse de la fréquentation à partir des téléphones mobiles développé par Orange. Flux Vision permet de convertir en temps réel des millions d'informations issues du réseau mobile, en indicateurs statistiques, afin d'analyser la fréquentation des zones géographiques et le déplacement des populations.

La méthodologie Flux Vision Tourisme se base sur le temps de présence observé afin de faire la distinction entre les résidents et les touristes. Elle prend en compte le tourisme en hébergements marchands (hôtels, campings, ...) mais aussi le tourisme en hébergement non marchand (famille, amis, résidences secondaires) ou d'autres modes d'hébergements (camping-cars, location de leur propre habitation par des particuliers, échanges de maisons...) et ayant un poids de plus en plus important.

* les données 2024 seront entièrement consolidées au mois d'avril 2025 (actuellement nous n'avons pas les données de septembre à décembre)



Nous constatons une belle attractivité de notre destination Cévennes Mont Lozère, en effet près de 20% des excursionnistes présents en journée en Lozère vont sur notre destination (pour rappel Flux Vision nous transmet ces données par communauté de communes).

Nous constatons également que les top 3 des départements et des pays sont similaires à nos données constatées à l'accueil de l'office de tourisme.

❖ Publics cibles

♦ *Trois « grands » publics cibles ont été identifiés pour la destination Cévennes Mont Lozère*

Les randonneurs : attirés par les grands espaces et présents sur une longue saisonnalité (des vacances de Pâques aux vacances de la Toussaint), deux types de randonneurs sont présents sur notre destination :

- Les jeunes randonneurs : ils viennent sur la destination pour son côté sauvage et préservé où l'on se déconnecte de la vie active pour prendre soin de soi (slow tourisme). Adeptes de nouvelles pratiques comme le bivouac ils aiment aussi être au plus près des habitants.
- Les randonneurs seniors : souvent à fort pouvoir d'achat, ils fréquentent la destination en « ailes » de saison. Ils se rendent quasi systématiquement à l'Office de tourisme. Ils sont également attentifs à la gastronomie locale, au patrimoine et aux produits du terroir.

Les couples : à pouvoir d'achat modéré, fréquentent la destination au « coup de cœur » quelle que soit la saison. Ils sont attentifs au tourisme vert, aiment la randonnée, le côté sauvage et préservé de notre destination. Ils viennent sur le territoire pour découvrir les sports nature, mais ils sont aussi attirés par le côté culturel comme l'art, le cinéma, le théâtre.

Les familles : à pouvoir d'achat modéré, elles fréquentent la destination pendant les vacances scolaires ou les week-ends hors saison. Ce sont souvent des familles issues des départements limitrophes à notre territoire ou dans un rayon de 2 à 3h maximum en voiture. Les familles sont avides d'animations culturelles vivantes et tout public telles que les spectacles, marchés, ateliers nature, ... Les familles sont également attentives aux randonnées pédagogiques (sentiers d'interprétation) et aux sites touristiques présents sur la destination.

♦ *Nos offres pour les publics cibles*

Offres existantes pour les randonneurs :

- Un maillage de GR et PR sur l'ensemble de notre territoire à découvrir en toute saison,
- Des hébergements adaptés à l'itinérance (gîtes d'étape, chambres d'hôtes, hôtels de petite taille),
- Des produits structurants en itinérance autres que les GR classiques : GR68 chemins de l'agropastoralisme, les chemins camisards, GR 736 itinérance multi-pratique au fil du Tarn,
- Des outils comme les plans de villages valorisant le patrimoine local,
- Des fermes auberges ou restaurants qui proposent des produits locaux,
- De nombreux producteurs sur l'ensemble de la destination.

Offres existantes pour les couples :

- Une offre d'activité de pleine nature variée : canyoning, escalade, VTT, trail, ...
- Pôle de pleine Nature Mont Lozère,
- Des hébergements adaptés : Aires naturelles, écogites,
- Un important patrimoine matériel et immatériel.

Offres existantes pour les familles :

- Un espace naturel préservé qui permet d'observer la nature : animations autour du Parc national des Cévennes : biodiversité, découverte du ciel étoilé, sentiers d'interprétation, ...
- Produits locaux de qualité : nombreux producteurs, visites de fermes, marchés,
- Patrimoine à découvrir : Mas Camargues, villages et hameaux typiques du Mont Lozère et des vallées cévenoles, ...

❖ Attentes des visiteurs au niveau des services et nouveaux comportements

Les visiteurs s'attendent à ce que les services, les informations, la réservation, le conseil personnalisé, soient disponibles 24h/24, 7j/7. Le comportement et les pratiques des consommateurs ont rendu l'utilisation d'internet et la maîtrise d'outils numériques indispensables aux activités de services, et donc au tourisme !

Les internautes attendent des **réponses immédiates** : l'accès à l'information et la recommandation sociale sont devenus des facteurs décisionnels essentiels. En effet, les avis en ligne, l'e-réputation de la destination, les partages et commentaires sur les réseaux sociaux et les expériences des blogueurs de voyage permettent aux visiteurs de fuir le discours officiel des publicités.

Les visiteurs recherchent de l'attention et de la transparence. Attirés par la nouveauté, par l'envie de faire de leur séjour une aventure, ils veulent retrouver ces valeurs sur les sites et réseaux sociaux, qui ont aujourd'hui un pouvoir d'influence considérable.

Un retour à la **proximité** et une **consommation responsable** sont également de plus en plus sollicités.

Nos paysages préservés ainsi que différents labels du territoire (Parc national des Cévennes, inscription des Causses et les Cévennes au patrimoine mondial de l'UNESCO, appartenance au Grand Site Occitanie Cévennes, Réserve internationale de ciel étoilé, Natura 2000), garants de sa qualité, font la **notoriété** de notre destination.

❖ Mettre en avant les Cévennes et le Mont Lozère

Le service communication de l'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère déploie tout au long de l'année un plan de communication visant à mettre en valeur les richesses de notre territoire ainsi que ses acteurs. Relation média, accueil presse et blog, interviews radio, salons touristiques, communiqués de presse et bien d'autres encore. Nous développons notre communication sur de nombreux axes pour assurer une diffusion de l'information adaptée à l'ensemble de nos cibles.

♦ *Revue de presse*

Le territoire des Cévennes et du Mont Lozère est une destination touristique à part entière. Tout au long de l'année nous intervenons sur différents médias afin de promouvoir la destination pour attirer de nouveaux visiteurs et en fidéliser d'autres.

- A la radio :

Dans l'émission "Bienvenue chez vous" sur Ici (anciennement France Bleu) Gard Lozère, les offices de tourisme de la Lozère et du Gard choisissent à tour de rôle des intervenants (en général 3 par émission) pour mettre en valeur des lieux, spécialités, événements et acteurs du territoire. Les offices de tourisme en profitent également pour mettre en lumière un événement ou activité d'actualité.



En 2024, nous avons contribué à **quatre émissions « Bienvenue chez vous »** :

- le 28 mars avec à l'honneur au Pont de Montvert Cévennes in the box et les chambres d'hôtes du Merlet ainsi que les mines d'argent à Vialas et les explications de la guide -conférencière Mariette Emile ;
- le 25 avril autour de la Fête du Pélardon à Sainte Croix Vallée Française, avec Jeanine Oberti de l'association de Valats en Pélardons, Patrick Carly, éleveur de chèvres et producteur de pélardon, et Michael Jolibois, traiteur.
- le 13 juin dans la vallée longue avec le Train de l'Andorge en Cévennes, Les Secrets des Cévennes, participants aux visites de fermes au Collet de Dèze, et Bulle d'O2, table d'hôtes.
- le 10 octobre pour la semaine du goût avec le relais de l'Espinassas, l'école de la pierre sèche et la châtaigne avec Verfeuille.

Nous essayons de garder un équilibre entre les différents secteurs du territoire et le type d'activités présentés. Les animations et les temps forts de notre destination sont également valorisés avec Radio Inter-



val. Une fois par mois, une interview annonçant les animations du mois à venir (ou de la quinzaine en été) est réalisée par notre chargée de communication. En 2024, **15 passages ont été programmés.**

- Dans la presse :

Nous répondons très régulièrement aux demandes du CDT pour des nouvelles activités ou la valorisation d'événements, cela se fait également dans le cadre du PACT Cévennes. Concernant la presse écrite, nous avons également fourni des informations à une journaliste de La Lozère Nouvelle pour un article sur les menhirs et répondu à d'autres journalistes qui cherchaient à écrire un article sur notre destination.

♦ *Les salons, un outil important de notre communication*

La présence de l'office de tourisme sur des salons spécialisés français est une réelle opportunité pour la destination ! En 2024 la destination était présente sur trois salons :

Le salon du randonneur du 22 au 24 mars à Lyon est un incontournable pour notre destination dont la principale activité est la randonnée. C'est pour cela que nous poursuivons la mise à jour des documents spécialisés comme les brochures sur les chemins de l'agropastoralisme ou encore le chemin des camisards : ces créations d'outils spécifiques sur de l'itinérance en boucles de 2 à 5 jours nous permettent d'avoir, en plus de l'offre existante, des produits packagés à proposer.



Ce salon a été réalisé dans le cadre du PACT Cévennes, où les moyens ont pu être mutualisés : un stand de 36m² avec de beaux visuels. Toutefois, malgré 3 offices engagés + Gard Tourisme nous avons dû assurer la

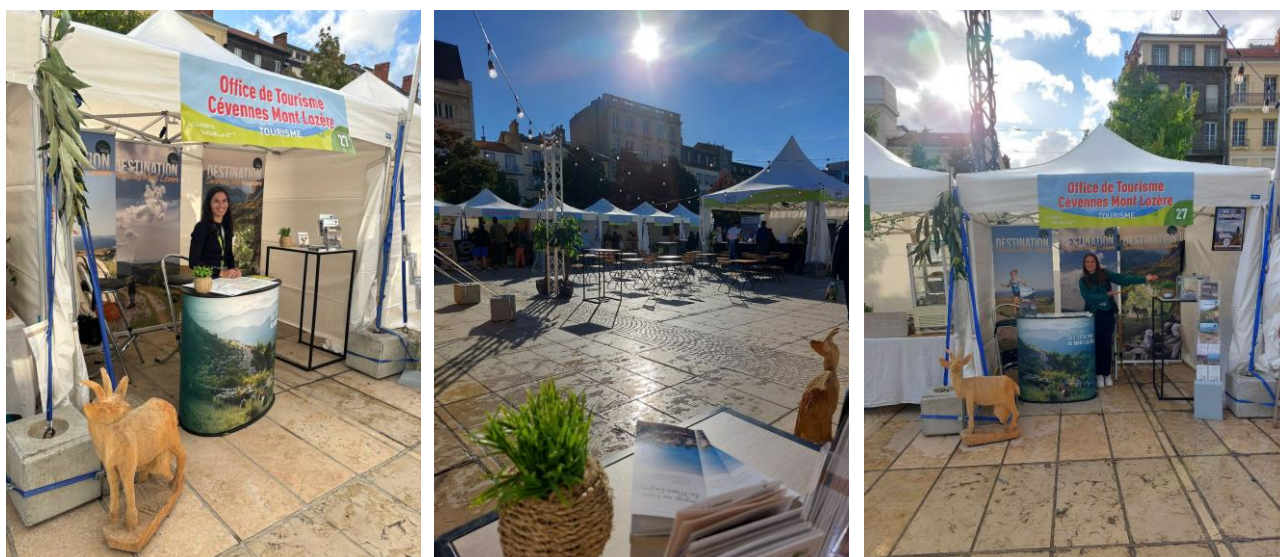
présence sur le stand durant 3 jours seuls. Cévennes Tourisme et Mont Aigoual Causses Cévennes s'étant désistés au dernier moment.

Sur les 3 jours de salon, nous avons accueilli **628 visiteurs** sur notre stand de destination :

- Le vendredi, le public était principalement composé de séniors, en attente de randonnées en itinérance sur des chemins connus et classifiés
- Le samedi et le dimanche, nous avons observé un public plus hétéroclite avec autant de familles, pour des séjours avec des enfants avec des demandes de randonnées à la journée, que de randonneurs itinérants en autonomie.

Le salon « La Lozère à... » mis en place par le département depuis près de 10 ans s'est déroulé en 2024 à Clermont Ferrand. Initialement prévu du 26 au 28 avril, ce salon s'est tenu du 27 au 29 septembre (la préfecture du Puy-de-dôme a en effet interdit la manifestation pour cause de vents violents en avril).

La clientèle de proximité (entre 2 et 3h de route) est recherchée sur ce type de salon. C'est en effet des visiteurs qui peuvent venir sur notre destination à la journée ou sur de courts séjours.



Sur les trois jours, nous avons réalisé des conseils personnalisés sur le stand à un **peu plus de 300 visiteurs** : 14% qui étaient intéressés par la randonnée dont 10% par l'itinérance, 15% par des hébergements ou un séjour, 9 % qui sont venus spécialement pour le jeu concours et près de 40 % de curieux.

En comparaison avec l'édition précédente à Marseille, où les visiteurs connaissaient bien notre secteur, les clermontois connaissent la Lozère mais pas notre territoire. Pendant ce week-end nous avons beaucoup expliqué où nous nous situons, et qu'est-ce que les Cévennes et le Mont Lozère. Comment nous nous démarquons de l'Aubrac et de la Margeride.

La période à laquelle se tenait le salon était moins propice pour que les visiteurs se projettent sur leurs futures vacances. Notre place sur le salon n'était pas idéale, nous étions en face de l'entrée des galeries Lafayette mais très peu de personnes entraient par-là, les personnes arrivaient plutôt par les 2 entrées principales et donc avaient déjà vu plusieurs OT avant nous. Nous étions également dans une sorte de couloir, les décors des animations étant dos à nous.

Côté stand celui-ci était plus performant que l'an passé : nous avons cette année réalisé 3 kakémonos de la destination. La chèvre en bois de Ste Croix VF a eu un grand succès également !

Le salon Occ'ygene à Toulouse du 1^{er} au 3 mars 2024.



Ce salon a été réalisé dans le cadre d'un partenariat entre les Offices de tourisme de Lozère afin de promouvoir la Lozère. Ce salon, lieu de rencontre des randonneurs et des voyageurs, répond :

- À la demande croissante d'escapades locales, de vacances éco-responsables axées sur les richesses du terroir, le bien-être et les loisirs actifs.
- Une soif de voyage pour découvrir d'autres pays et d'autres cultures.
- À la demande sans cesse croissante de l'univers de la randonnée, localement et ailleurs.

Suite à ce salon, plusieurs demandes d'informations ont été réalisées avec les contacts pris notamment concernant l'offre groupe, camping-cars et cyclos sur notre destination.

❖ Notre SADI : Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information

Afin de s'adapter au comportement des visiteurs en constante évolution, l'office de tourisme a mis en place en 2021 un SADI (Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information). La prise en compte du parcours client, de ses attentes et de ses usages en sont le socle.

Afin de travailler sur ce parcours client, pour se questionner sur l'efficacité de son accueil, ses services et sa diffusion de l'information, mais également identifier des problèmes ou manques et envisager des solutions et actions à mettre en place, un travail devra être mené de concert avec une agence.

Voici quelques exemples des actions réalisées en 2024 :

♦ *Continuité du projet d'aménagement des bureaux d'information touristique*

Dans le cadre du projet d'aménagement et d'équipement de nos bureaux d'information touristique, financé par le LAEDER et le département de la Lozère, du nouveau mobilier a été mis en place dans nos bureaux en 2024. Spécialement adaptés à nos espaces d'accueil, ces nouveaux aménagements permettent de rendre les BIT plus fonctionnels et attractifs. (Plus de détails sur ce dossier à partir de la page 23)

♦ *Poursuite et développement de l'accueil hors les murs*

- L'OT a poursuivi en 2024 le déploiement de son accueil hors les murs sur les villages vacances partenaires de notre territoire. Ainsi, des accueils ont été organisés dans les villages vacances de Saint Privat de Vallongue et du Serre de la Can à Saint Germain de Calberte. Ces accueils ont donné la possibilité à l'Office de Tourisme de faire découvrir le territoire et ses activités à un public majoritairement familial et de pouvoir interagir avec lui en début de séjour en allant directement sur leur lieu d'hébergement.



- L'office de tourisme était présent aux manifestations importantes du territoire et a également fait à cette occasion de l'accueil hors les murs sur 3 événements :

- La fête du pélardon à Sainte Croix Vallée Française le dimanche 5 mai
- La fête de la transhumance aux Ayres le samedi 8 juin
- La fête de l'arbre « On s'engraine » le dimanche 24 novembre à Saint Etienne Vallée Française



EFFICACITÉ SERVICES

- Le Wifi, la librairie, la vente des cartes de pêche, les inscriptions aux animations, la recherche d'un hébergement disponible, le conseil personnalisé pour les activités et les randonnées, la réservation d'un taxi / hébergement / activité, l'affichage des animations et de la météo, la distribution de brochures promotionnelles du territoire et la mise en avant de la documentation de nos partenaires, la connaissance du patrimoine à visiter, des lieux de baignades, des attractions touristiques...
■ Autant de services qui incitent le visiteur à venir à notre rencontre à l'office de tourisme.

❖ Accessibilité à l'information touristique

◆ *Service wifi*

Un service wifi est proposé à nos visiteurs. Il est **gratuit** et est accessible **24h/24** autour des bureaux d'information de l'Office du Tourisme et ses bureaux d'information. C'est un service indispensable et le visiteur est de plus en plus connecté pendant son séjour.

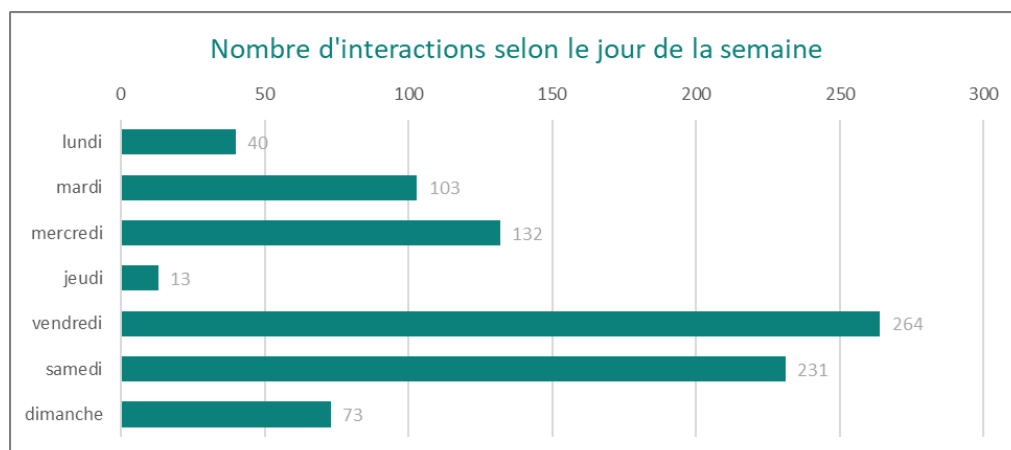
En 2024, ce sont plus de **981 connexions** qui ont été réalisées pour **358 utilisateurs** différents. Soit une baisse de 50% par rapport à 2023. Cela s'explique par le fait du changement de notre matériel informatique qui a fait subir une perte du signal pendant 2 mois à presque tous nos bureaux.

◆ *Bornes touristiques*

Les bornes touristiques installées par le département de la Lozère ont été mises en place à Vialas en 2020 et au Pompidou en 2022, afin que les visiteurs aient accès à l'information touristique **24h/24**. Les informations disponibles proviennent de la base de données départementale Tourinsoft. Le point de vigilance se situe au niveau de leur connexion. En effet, elles nécessitent une vérification permanente car elles peuvent donner de la donnée sans être connectées à internet (la plupart des fiches sont présentes mais pas mises à jour, notamment sur les animations).

- Bilan borne touristique Vialas :

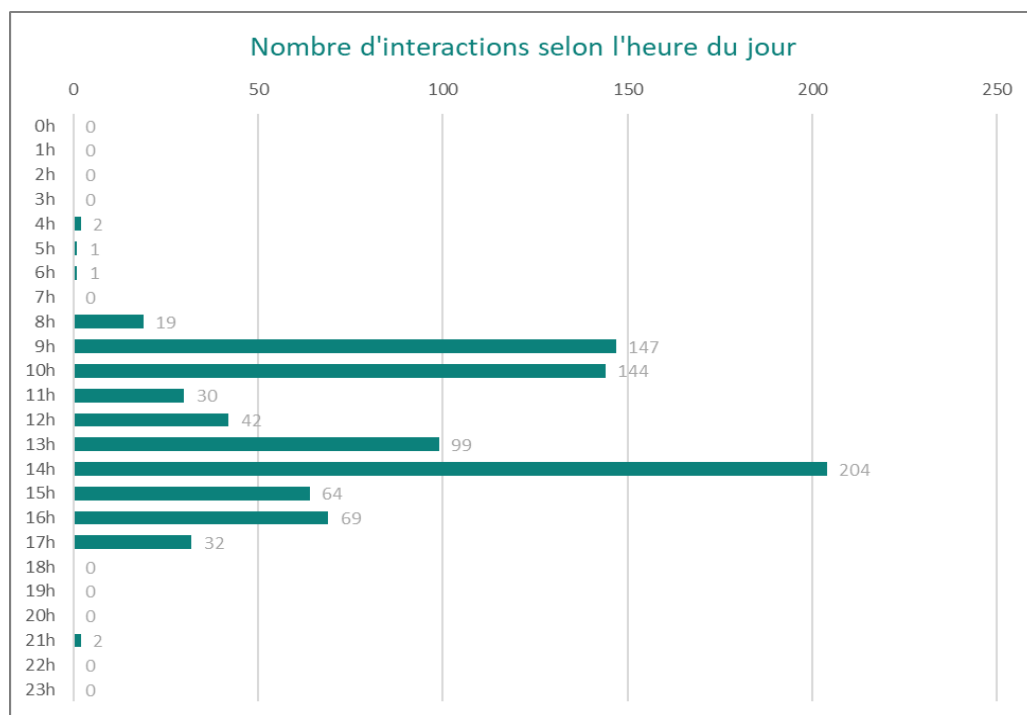
Nombre de jours avec au moins une installation active : 134 jours/ 366 soit 37%



Détails des interactions sur la période : 856. Une interaction correspond à n'importe quelle action réalisée par l'utilisateur dans l'application, telles que la navigation dans les menus ou la consultation d'une fiche.

Nombre total de sessions : 111. Une session correspond à une série d'interactions séparées par un court laps de temps. On peut considérer cette valeur comme une approximation du nombre de visiteurs.

Cette borne est d'habitude fonctionnelle 365 jours par an avec un bon taux d'utilisation (plus de 7000 interactions en moyenne annuellement). En 2024 elle a été débranchée au mois d'avril avec le déménagement du BIT et n'a pu être réinstallée qu'au mois d'octobre, ce qui explique ces chiffres.



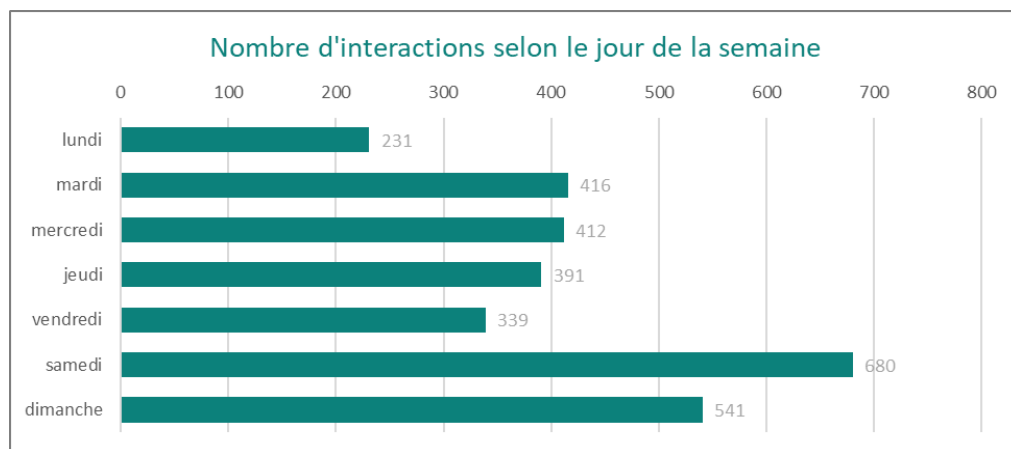
Top 3 des menus les plus visités :

- 1- Je bouge (Top : « sous la neige », « rando », « dans l'eau ») à 37%
- 2- Je découvre à 31%
- 3- Je séjourne (Top : « hôtel », « gîte », « camping ») à 18%

Fiches les plus visitées : Les incontournables, les itinéraires et la page Cité médiévale de la garde Guérin.

- Bilan borne touristique Le Pompidou :

Nombre de jours avec au moins une installation active : 227 jours/ 366 soit 62%

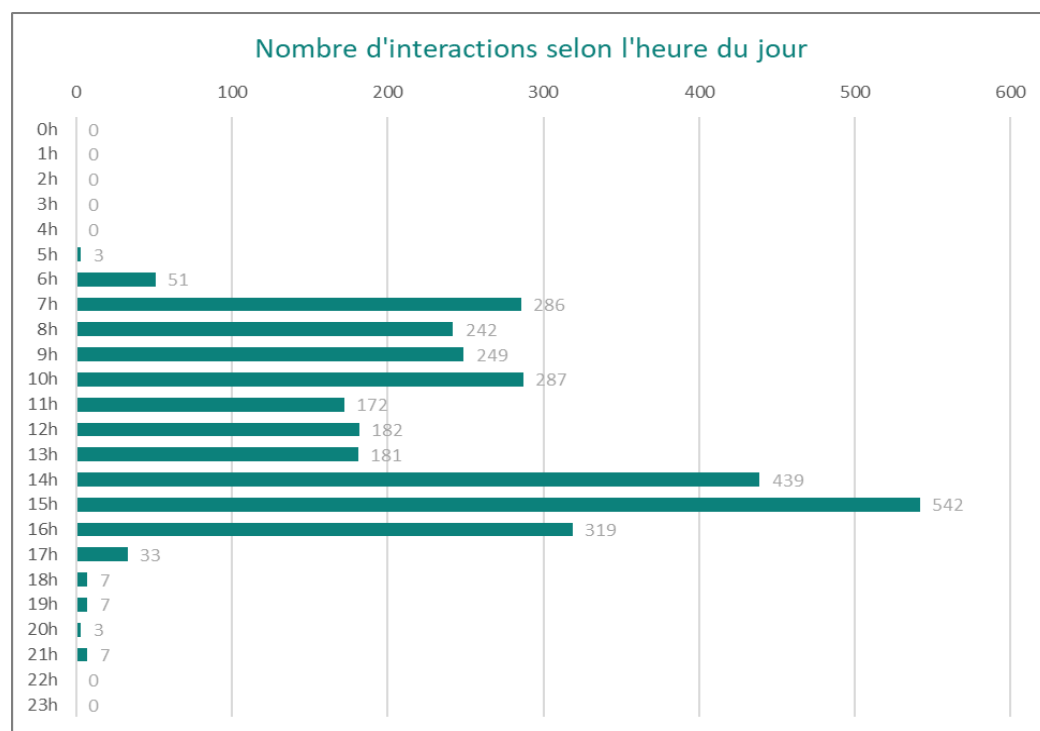


Détails des interactions sur la période : 3 010. Nombre total de sessions : 646 (approximation du nombre de visiteurs). On observe également sur cette borne touristique un pic des sessions durant les vacances scolaires d'avril et sur le week-end de Pentecôte.

Top 3 des menus les plus visités :

- 1- Je découvre (Top : « espace naturel » et « patrimoine culturel ») à 41%
- 2- Je bouge (rando à 80%) à 21%
- 3- Je séjourne à 20%

Fiches les plus visitées : Les incontournables, les itinéraires et les sites touristiques.



❖ Nos outils print

La distribution de nos brochures promotionnelles permet de mettre en avant nos partenaires, mais également la destination Cévennes Mont Lozère. Ces brochures sont distribuées ou envoyées gratuitement.

En 2024 nous avons poursuivi l'édition de nos guides thématiques. Ces outils nous permettent de répondre au plus juste à la demande de nos visiteurs sans avoir à leur fournir de nombreux guides papiers. Ceux-ci obtiennent une réponse rapide et pratique à leur demande. Nous avons cependant choisi de diminuer le nombre d'exemplaires édités afin de réduire les coûts et d'être au plus juste sur la documentation donnée.

L'ensemble de nos outils de communication (guides, carte touristique, dépliants semaine du goût, ...) sont **conçus et réalisés en interne** et imprimés sur du **papier recyclé**.



♦ *Le guide destination*

La version papier de notre offre touristique est l'outil de promotion par excellence dans les locaux d'accueil mais aussi sur les salons et pour les journalistes. Il s'agit d'un guide d'inspiration et d'appel à la découverte de la destination. Il présente le territoire sous un angle plus expérientiel et immersif pour proposer aux voyageurs une réelle invitation au voyage et aux découvertes !

Notre volonté est d'avoir un guide truffé de bons conseils, d'idées balades, d'informations sur le patrimoine à visiter, ... Le format 160*240 mm et le dos carré collé permettent d'obtenir un outil plus qualitatif pour présenter la destination. L'édition 2024 a été éditée en **4 000 exemplaires**.

♦ *La carte touristique*

Outil plébiscité par les visiteurs, cette carte gratuite permet de repérer en un coup d'œil les activités du territoire, les sites patrimoniaux et les points d'intérêt naturel pour pouvoir tracer l'itinéraire des vacances en toute simplicité ! Cette carte, traduite en anglais et en allemand, offre une visibilité importante aux prestataires d'activités et sites à visiter. La carte touristique version 2024 a été éditée en **8 000 exemplaires**.

♦ *Le guide hébergements*

Ce guide référence les différents types d'hébergements dans les Cévennes et sur le Mont Lozère : Chambres d'hôtes, gîtes d'étapes, hôtels, locations de vacances... chacun est mis en valeur à part entière dans ce guide pour satisfaire tous les types de clientèle ! Le guide hébergements a été édité en **2 000 exemplaires**

❖ Nos outils au service des visiteurs

♦ Le dépliant restaurant

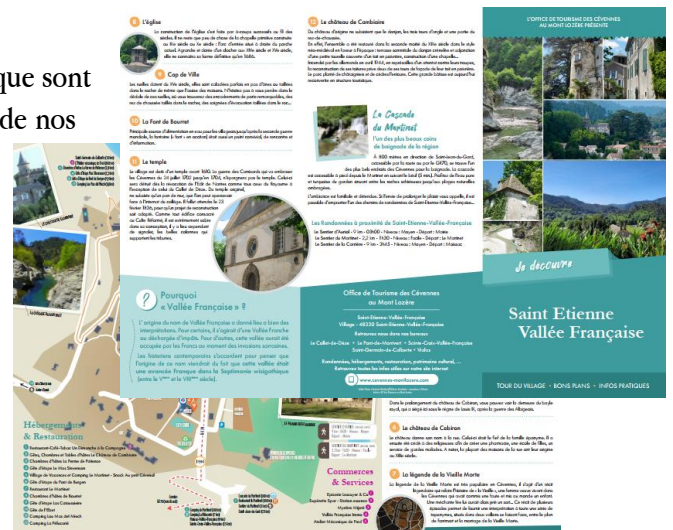


Le guide terroir trop peu utilisé a laissé place à des flyers restaurants. Ce **nouvel outil** permet de transmettre aux visiteurs l'ensemble de l'offre restaurant dans un rayon de 30 km du bureau d'accueil concerné. Ce sont donc 6 dépliantes qui ont été édités et imprimés pour sur chaque BIT. L'offre exhaustive a pu être présentée (nom, lieu, contacts) et nos partenaires ont pu être mis en avant avec leurs horaires d'ouvertures, photos, ... Ce format de dépliant imprimé en interne a également permis de s'adapter aux horaires des restaurateurs quelle que soit la saison.

♦ Les plans de villages

Des plans de villages alliant côté pratique et côté historique sont édités par l'OT et distribués chaque année dans chacun de nos bureaux d'information touristique.

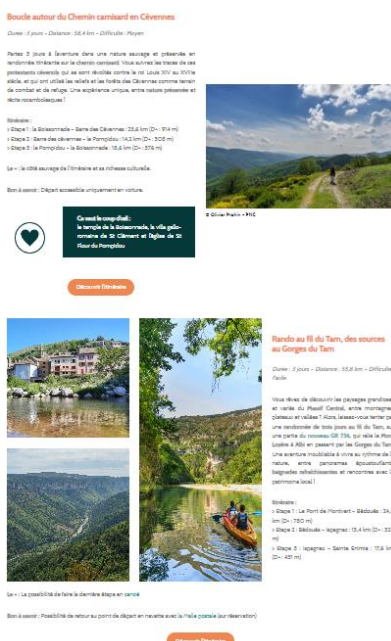
Les plans des villages du Collet de Dèze, Saint Etienne Vallée Française, Saint Germain de Calberte, Le Pont de Montvert et Vialas édités par l'office de tourisme ont eu un franc succès cette année encore. Ils sont réédités de 2 500 à 5 000 exemplaires tous les ans ou deux ans. En 2024, le plan du village de Sainte Croix Vallée Française a été imprimé au début de l'année 2024.



♦ Le site internet au service de la valorisation de notre territoire

www.cevennes-montlozere.com c'est :

- Une vitrine numérique de la destination répondant aux attentes des visiteurs depuis la phase d'inspiration des vacances jusqu'au retour à la maison !
- Un site intuitif et ergonomique, au design moderne et attrayant.
- Un site pensé pour s'adapter aux mobiles et tablettes. En effet, les connexions au site internet provenant de mobiles ne cessent d'augmenter depuis plusieurs années. En 2024, la consultation du site depuis un appareil mobile est d'ailleurs majoritaire (**61,6% de notre audience parcourt le site depuis leur smartphone, 35,6% depuis un ordinateur et enfin 2,8% depuis une tablette**).
- Un site reflétant l'identité de la destination et mettant en avant la diversité de l'offre du territoire par ses visuels et son approche éditoriale.
- Un site incluant des fonctionnalités essentielles aujourd'hui : la réservation en ligne ainsi qu'un moteur de recherche des disponibilités des hébergements.



♦ Les circuits patrimoniaux numériques

Le département de la Lozère a créé sur la Lozère, en partenariat avec les offices de tourisme et les collectivités locales, une vingtaine de circuits patrimoniaux numériques contribuant à la valorisation des centres bourgs. Sous la forme de jeu de piste, découvrez l'histoire de nos villages grâce à l'application Baludik.



Depuis 2020, trois circuits patrimoniaux, en français et en anglais, ont été mis en ligne sur notre territoire : le circuit du Pont de Montvert « Sur les traces des camisards » publié en 2020, le circuit « Le cabinet de curiosités » à Saint Germain de Calberte en 2021 et en 2022, le circuit de Saint Etienne Vallée Française « Le trésor de Jeanne, marquise de Saint Etienne Vallée Française ».

Commune	Nom du parcours	2020	2021	2022	2023	2024	TOTAL	Note moyenne
Pont de Montvert Sud Mont Lozère	Sur les traces des Camisards	86	149	78	83	79	475	4,75/5
	<i>The land of the Camisards</i>	6	2	1	4	1	14	NA
Saint Germain de Calberte	Le cabinet de curiosités	/	34	90	68	44	236	4,67/5
	<i>The cabinet of curiosities</i>	/	2	3	0	0	5	NA
Saint Étienne Vallée Française	Le trésor de Jeanne, marquise de Sainte-Etienne-Vallée-Française	/	/	84	61	33	178	4,75/5
	<i>The treasure of Jeanne, marchioness of Saint-Etienne-Vallée-Française</i>	/	/	0	3	2	5	NA

♦ Les carnets de rando et carto-guides

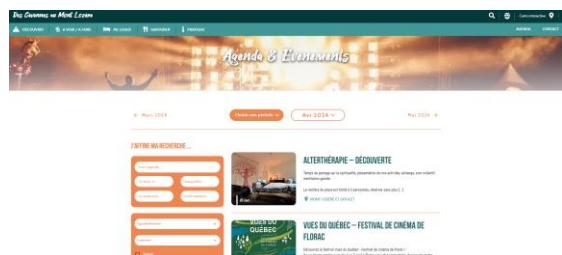
L'office de tourisme édite des fiches-topoguides de sentiers de randonnée avec une carte IGN et des informations sur l'itinéraire. Celles-ci sont proposées dans nos bureaux en vente à 1 € la fiche et 6 € le carnet de 10 fiches : 10 fiches de randonnée par secteur de niveau facile à difficile pour explorer le territoire.

Dans une démarche de développement durable, elles sont également **téléchargeables gratuitement** sur notre site internet et sur les plateformes Géotrek du Parc national des Cévennes et du département de la Lozère.

Depuis 2023, l'OTCML est chargé de la conception, la réalisation, l'édition et la diffusion du carto-guide « Mont Lozère Pays des Sources – Sommet des Cévennes » dans le cadre des missions de valorisation du territoire. Ce carto-guide était initialement édité par le SMAML dans le cadre du PPN Mont Lozère.

❖ Le programme d'animation

L'office de tourisme est un acteur majeur de l'animation non seulement pendant la période touristique mais aussi hors saison. L'animation est au cœur des missions de l'office de tourisme et c'est pourquoi un programme mensuel est affiché toute l'année à l'extérieur du local d'accueil.



Nous regroupons également les animations sur notre site internet www.cevennes-montlozere.com dans notre rubrique **agenda** avec un filtrage des animations par thématiques, communes, dates, ...

Enfin un programme d'animation est envoyé toute l'année par quinzaine à **696 contacts** en 2024 hors professionnels du tourisme **(+185)**

Taux d'ouverture de la newsletter : 48 %. A savoir que le taux moyen d'ouverture d'une newsletter par mail est de 17,8%. Cela signifie que sur 100 personnes qui reçoivent une newsletter, environ 18 personnes l'ouvrent en moyenne (48 personnes dans notre cas). Par rapport à 2023, ce chiffre est en augmentation de plus de 11% (42,5 % en 2023).

Pendant la période estivale, un programme d'animation pratique est édité par quinzaine et par secteur : secteur **Mont Lozère**, secteur **Vallée Française** et secteur **Vallée Longue et Calbertain**. Celui-ci permet à la population locale, à nos visiteurs et à nos prestataires de prendre connaissance de la richesse des animations de notre territoire !



❖ Un accueil personnalisé grâce à une stratégie d'accueil

L'accueil des visiteurs et l'accompagnement à la découverte de la destination sont au cœur de notre métier. La stratégie d'accueil découle de la convention d'objectif entre l'office de tourisme et la communauté de communes des Cévennes au Mont Lozère et de la stratégie d'accueil du territoire. L'OT a alors pu bâtir sa propre stratégie d'accueil en se basant sur les différents axes de celles-ci :

♦ Avant le séjour

Les visiteurs souhaitent découvrir un nouveau territoire, expérimenter de nouvelles choses, se ressourcer et déconnecter. Notre stratégie est alors d'informer au mieux les visiteurs et de susciter l'envie. Pour cela il s'agit d'être bien référencé, d'être visible et surtout de proposer un contenu attractif.

Nos outils pour cela sont :

- Le site internet
- Les réseaux sociaux
- Nos éditions
- La présence sur les salons
- L'accueil à distance (tél, mail, courrier)

♦ Pendant le séjour

Les visiteurs souhaitent faire des rencontres authentiques, profiter de l'instant présent, renouer avec la nature et se sentir unique. Notre stratégie est d'accueillir le client là où il se trouve sur le territoire, de lui assurer un conseil éclairé et personnalisé et de l'inciter à la découverte.

Nos outils pour cela sont :

- Accueil dans nos bureaux d'informations touristique et hors les murs
- La présence sur le Web et les réseaux sociaux,
- La présence à la radio, dans les journaux
- Diffusion de nos éditions
- Création et diffusion du programme d'animation

♦ *Après le séjour*

Les visiteurs souhaitent garder des souvenirs inoubliables et partager leurs découvertes. Notre stratégie est de fidéliser les visiteurs et de les rendre ambassadeurs de la destination.

Nos outils pour cela :

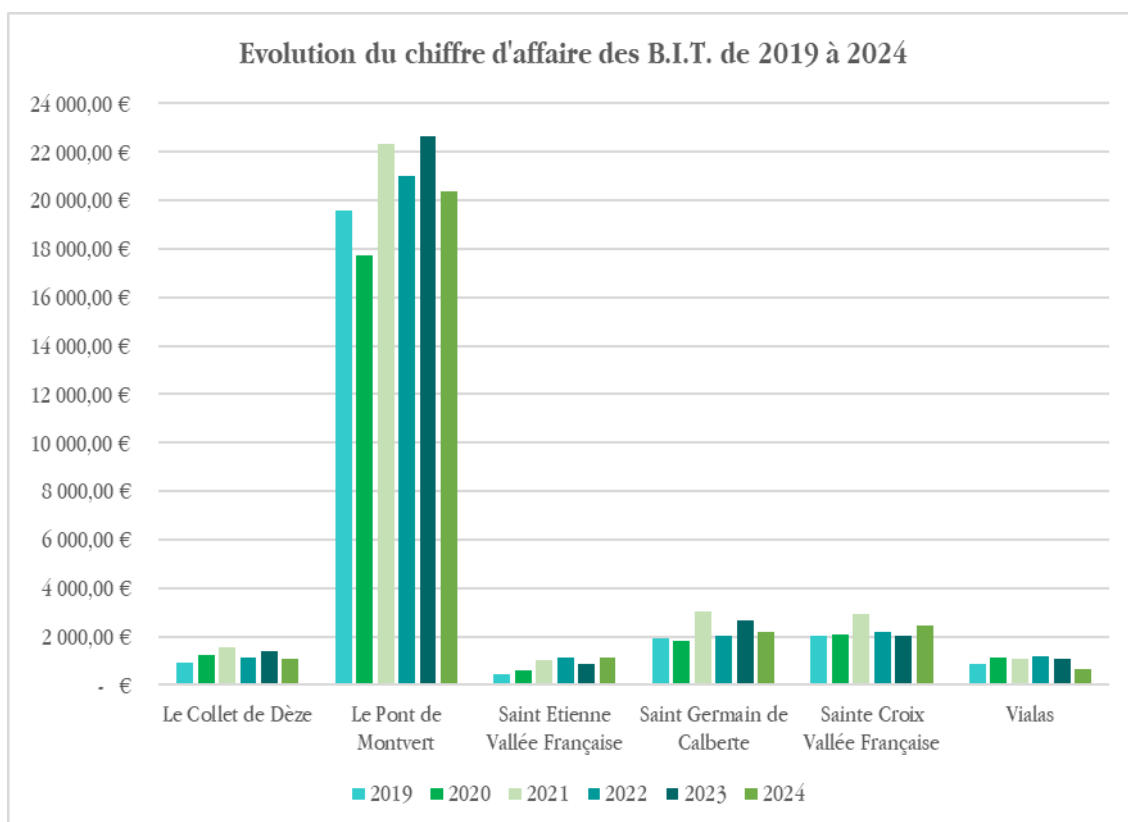
- La présence sur les réseaux sociaux, en incitant les visiteurs à partager leurs expériences
- Les newsletters pour garder le contact avec nos visiteurs
- La présence sur les sites d'avis

❖ **La Boutique de l'office de tourisme**

La boutique de l'office de tourisme a réalisé un chiffre d'affaires de **27 938,81 €** pour l'année 2024, le chiffre d'affaires est en baisse de près de 9% par rapport à 2023 (-2% par rapport à 2022).

Cette baisse s'explique par la baisse de fréquentation générale dans nos bureaux. Toutefois la mise en vente de nouveaux articles sélectionnés ou créés par notre équipe pour coller au plus aux attentes de nos visiteurs (cartes postales, magnets, ...) est toujours plébiscitée. Les deux thématiques qui se vendent le plus dans nos boutiques sont la randonnée avec les cartes et les fiches sentiers, mais aussi les objets sur le Chemin de Stevenson dans les villages étapes.

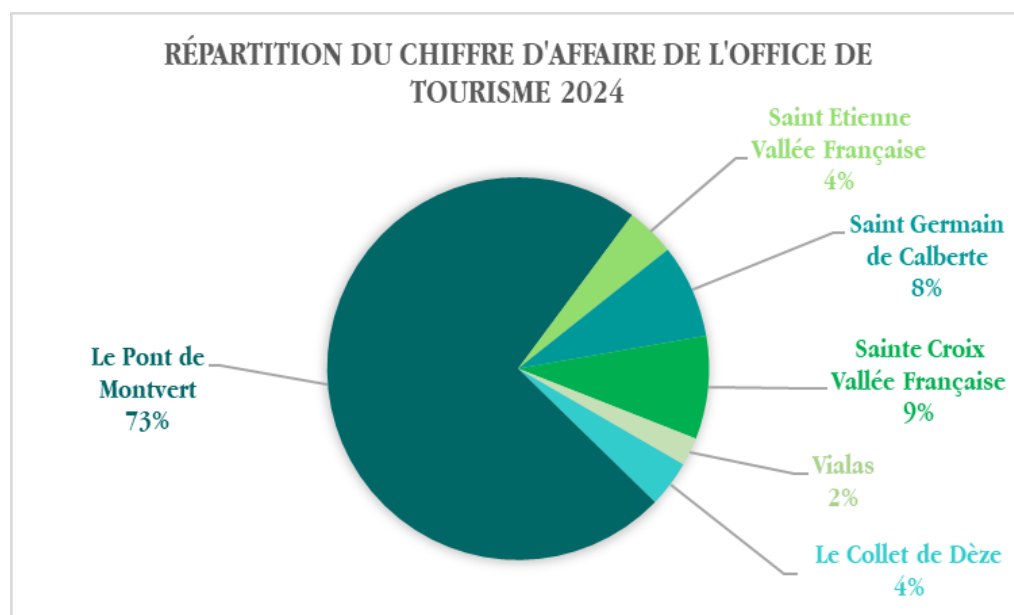
Les visiteurs présents dans nos OT ont un pouvoir d'achat toujours en baisse mais le panier moyen est quant à lui en augmentation : **de 8,36 € en 2023 à 9,43€ en 2024**



Actuellement, la boutique au Pont de Montvert nous permet de générer le volume de ventes le plus important. Le projet d'aménagement des bureaux d'information nous a permis en 2024 de pouvoir avoir des espaces boutique pertinents dans l'ensemble de nos bureaux grâce à des meubles plus adaptés et des espaces de présentation plus fonctionnels. Cet investissement se retrouve dans certains bureaux qui ont vu leurs ventes augmenter en 2024 : Saint Etienne Vallée Française et à Sainte Croix Vallée Française.

Nous souhaitons dans les prochaines années développer de nouveaux produits afin de pouvoir augmenter le chiffre d'affaires de nos BIT.

A cela s'ajoute la revente des carto-guides (hors BIT) pour un chiffre d'affaires de **413,40 €** (non décomptés dans nos ventes bureaux) soit un total de chiffre d'affaires pour l'office de tourisme de **28 352,21 €**.



Le bénéfice de la vente nous permet **d'augmenter la part d'autofinancement de l'office dans le budget**. Toutefois, dans les années futures, une ligne de trésorerie sera nécessaire afin de pouvoir agrémenter au mieux l'ensemble de nos boutiques maintenant que le projet d'aménagement des BIT est terminé.

L'OT S'ENGAGE POUR LE NUMÉRIQUE

L'ensemble des outils numériques de l'office de tourisme nous permet de capter de nouveaux clients, développer la notoriété de notre destination, travailler l'image dynamique et thématisée de la destination, fidéliser nos clients et augmenter la visibilité de notre site internet.

Le tourisme génère plus d'engagement que les autres domaines, notamment sur les **réseaux sociaux** ! A l'heure actuelle, la présence sur les réseaux et les médias sociaux est devenue indispensable mais elle est aussi une **aubaine**. Le numérique est au service de l'attractivité d'un territoire.

❖ La gestion des réseaux sociaux

♦ Facebook : Cévennes Mont Lozère Tourisme

Cette page Facebook fédère les fans de la destination tout au long de l'année au travers d'actualités fortes pour faire vivre notre destination. Le public qui suit notre page Facebook réside majoritairement, à Mende, Alès, Nîmes, Paris et Montpellier, et à 97 % en France.

En 2024, **87 publications ont été réalisées**. La page a gagné 550 fans en 2024, et rassemble donc 8100 « followers » au 1er janvier 2024. Si l'objectif de 9000 followers n'est donc pas atteint (objectif fixé en interne), la couverture (et donc le nombre de personnes qui ont vu l'une de nos publications) a quant à elle

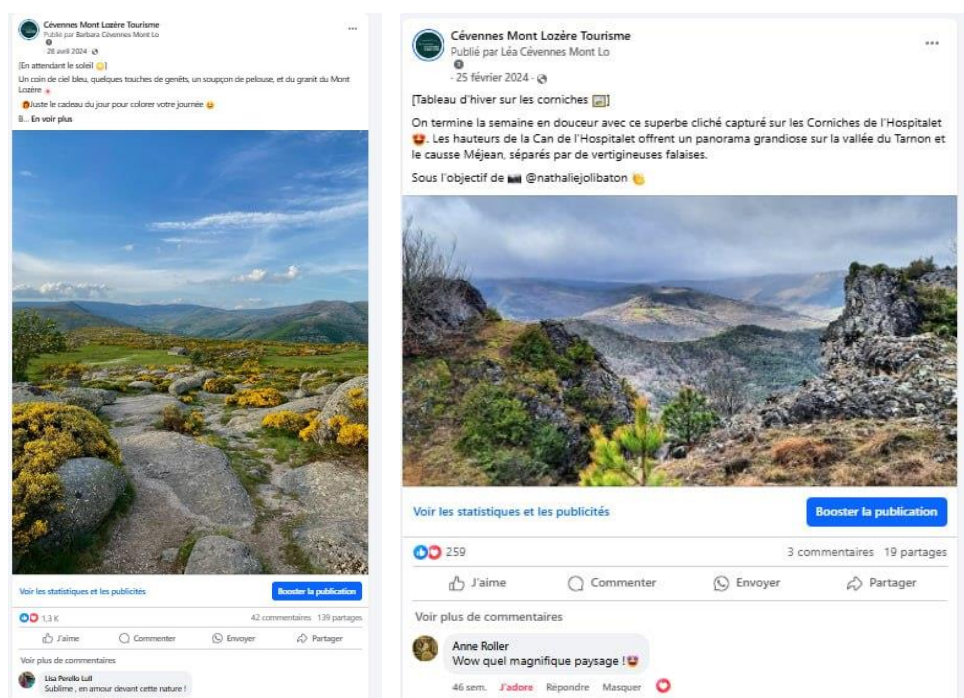
augmentée de 38,5 % par rapport à 2023 avec une estimation de 237 378, ce qui est un bon indicateur de visibilité de notre page.

Le nombre d'interactions (réactions, commentaires, partages) qui démontre un intérêt pour le contenu et un engagement de notre audience avec le contenu a également augmenté (+14,9%). Cela permet en outre d'améliorer la visibilité de notre page.

Enfin, le nombre de clics sur des liens (vers notre site Internet, indiqués sur la publication) est aussi en hausse (+18,8%), autre indicateur positif puisqu'un autre de nos objectifs est de générer du trafic sur notre site Internet par le biais de nos publications.

Les publications ayant engendré la meilleure couverture ou le plus d'interactions sont les suivantes (par ordre décroissant de couverture) :

- 1- **[En attendant le soleil] le 28 avril** avec une photo de la cham de l'Hermet : couverture de 92 785, 1581 interactions et 144 partages.
- 2- **[Tableau d'hiver sur les corniches] le 25 février 2024** avec une photo sur les corniches de l'Hospitalet : couverture de 19 275, 286 interactions, 20 partages.
- 3- **[Bonne année] le 1er janvier** : couverture de 13 666, 182 interactions, 8 partages.
- 4- **[Juste pour le plaisir des yeux] le 26 mai** à l'occasion de la fête des mères et de la fête de la nature : couverture de 12 276, 232 interactions, 12 partages.
- 5- **[Job d'été au cœur des Cévennes] le 23 mai** pour une offre d'emploi de conseiller en séjour, avec une couverture de 7 043, 112 interactions et 84 partages.
- 6- **[Ouvrez grand les oreilles] le 11 avril 2024** : couverture de 7455, 106 interactions et 30 partages.



On constate qu'en 2024, les publications ayant engendré la meilleure couverture ou le plus d'interactions sont en premier des publications très esthétiques avec une seule ou plusieurs photos de paysage ; celles concernant le recrutement au sein de l'OT ont été très partagées ; viennent ensuite les publications concernant les interviews radio d'acteurs du territoire mis en valeur par l'OT, la gastronomie associée aux fêtes locales, le patrimoine avec la mise en valeur de hameaux, ainsi que des publications présentant une sélection de randonnées par thème (randonnées fraîcheur, randonnées avec les plus beaux panoramas).

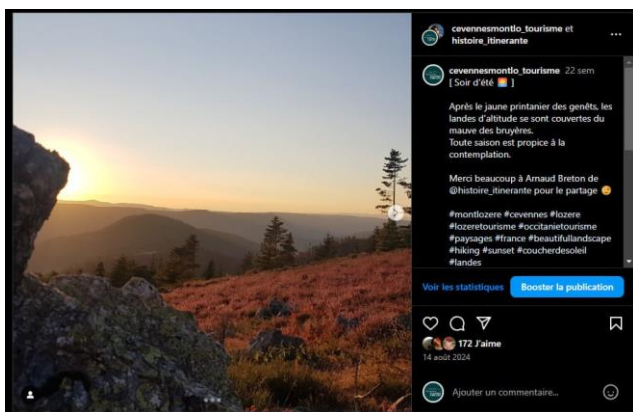
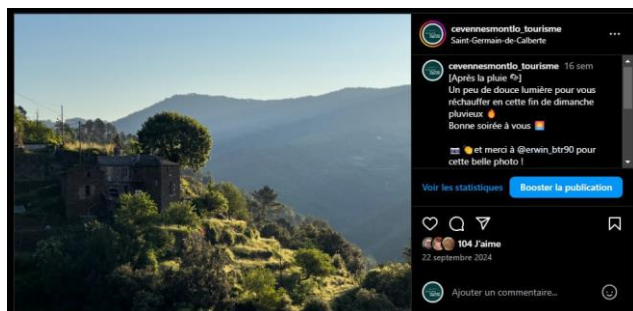
♦ *Instagram : cevennesmontlo_tourisme*

Sur Instagram la promotion de la destination se fait par l'image, qui marque un moment vécu. Les utilisateurs deviennent nos ambassadeurs grâce à leurs photos prises dans l'instant grâce au **#cevennesmontlo**

Sur Instagram, on compte désormais : **3556 followers (424 en plus, soit +13,25 %)** ; comme pour Facebook, l'objectif de 4000 n'est pas atteint (objectif interne) mais la couverture, donc la visibilité est en croissance avec 14 700 (soit +39,1%). On compte 3100 visites du profil Instagram (soit + 67,3%). Le nombre d'interactions avec le contenu et de clics sur des liens est également en augmentation.

72 publications ont été faites ; le classement des meilleures publications varie selon que l'on prend en considération la couverture ou le nombre de réactions).

Pour ce qui de la couverture, le classement est le suivant :



- 1- [Après la pluie] : le 22 septembre ; photo des Calquières à Saint Germain de Calberte
- 2- [Soir d'été] le 14 août : photos de bruyères et landes d'altitudes au soleil couchant.
- 3- [Balade du soir] le 14 novembre : photo de pins à Mijavols
- 4- [L'hiver est bien là] le 10 janvier : photo de la tour de l'horloge au Pont de Montvert sous la neige
- 5- [Transhumance] le 22 mai
- 6- [Nuit étoilée] le 29 août

A noter : certaines de ces publications ont atteint pour moitié des non followers, point intéressant car cela permet de toucher un public qui ne nous connaît pas encore, ce qui est l'un des buts recherchés.

Le mode de fonctionnement reste le même : la plupart des photos sont partagées depuis d'autres comptes Instagram, ce qui permet de valoriser la destination à travers une communauté d'utilisateurs. La promotion de la destination sur Instagram reste donc largement basée sur l'image, la qualité des photos et leur esthétique étant essentielles pour assurer une bonne couverture et des interactions ; toutefois nous continuons à diffuser régulièrement un contenu informatif à travers le texte de nos publications Instagram.

Les stories sont également importantes pour notre destination, elles permettent de capturer le quotidien et de mettre en avant des moments importants. En 2024, plus de 90 stories ont été publiées dont 22 stories créées par l'OT. Les stories créées par l'OT concernaient la promotion d'événements (visites de fermes, journées du patrimoine, semaine du goût, animations du week-end, marchés de Noël...), des événements où l'OT était présent (transhumance aux Ayres, salon, visites de fermes) ou bien des paysages.

Les autres stories sont réalisées à partir de publications qui nous ont été partagées par d'autres profils, que nous repartageons tout en ajoutant du texte (crédit photo, commentaire adapté à la photo, ...).

On remarque que les stories qui ont réalisé la meilleure couverture sont pour la plupart des stories de photos et surtout de vidéos venant directement de l'OT et représentant une situation presque « en direct » : Le Pont de Montvert sous la neige le 27 mars (photo) : couverture 596 - 46 interactions ; surprise à un agriculteur le 30 janvier (vidéo) : couverture 430 ; l'OT à Clermont-Ferrand le 28 septembre (une vidéo, une photo) : couverture 684, 15 interactions ; l'OT à la transhumance aux Ayres (2 vidéos) : couverture 649 - interactions 34 ; une autre story qui a fait une bonne couverture partagée par un profil externe : le brame du cerf le 17 septembre (vidéo) : couverture 506 - 30 interactions.

♦ *Campagnes avec les Offices de Tourisme de Lozère*

Dans le cadre de la participation commune au salon Occy'Gène et de la participation au salon du randonneur, des publications sponsorisées ont été réalisées autour de la thématique de l'itinérance, pour un montant total de 260 € (participation financière partagée par les offices de tourisme). Les publications ont été réalisées sur les profils Facebook et Instagram de notre page Cévennes Mont Lozère Tourisme et sur la page de l'office de tourisme Aubrac aux Gorges du Tarn.

Les publicités ont été diffusées sur une période de 12 à 14 jours avec des contenus ciblés par rapport à la participation aux deux salons (salon du randonneur et salon Occy'gène) sur des publics cibles autour de Toulouse pour Occy'Gène et Lyon pour le salon du randonneur.

♦ *Le social wall de notre site internet*

Il s'agit d'un affichage digital en temps réel et en continu des images les plus captivantes de votre destination provenant de notre compte Instagram [@cevennesmontlo_tourisme](https://www.instagram.com/cevennesmontlo_tourisme). Cette mise en place présente plusieurs avantages :

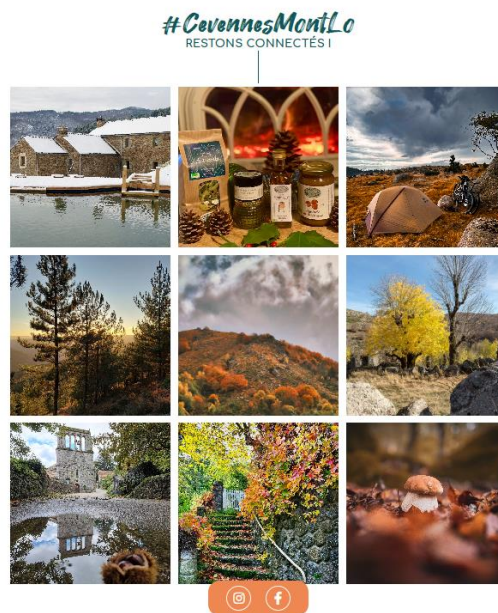
- Montrer le charme de la destination : nous affichons les plus belles photos de notre territoire, mettant en valeur ses paysages, ses attractions et ses événements. Chaque image devient une vitrine pour montrer ce qui fait de notre destination un lieu unique et attrayant !

- Gagner en authenticité : ces photos offrent une perspective authentique et captivante de notre destination. Elles permettent aux visiteurs de découvrir les lieux d'une manière spontanée et personnelle, créant un sentiment de confiance et d'authenticité qui dépasse largement les campagnes marketing traditionnelles.

- Améliorer son SEO : les moteurs de recherche adorent le contenu visuel de qualité. Avec ses images percutantes le social wall peut améliorer notre référencement naturel en offrant un flux constant de contenu dynamique et engageant. Cela permet d'attirer plus de visiteurs !

- Inspirer : que ce soit des photos de paysages époustouffants, des événements locaux ou des moments forts capturés, le social wall met en lumière la diversité des expériences proposées entre Cévennes et Mont Lozère !

- Augmenter le temps passé sur notre site : un social wall interactif et attractif incite les visiteurs à passer plus de temps sur notre site. Ils peuvent explorer les différentes images, découvrir de nouvelles activités, et être



inspirés par la richesse visuelle de votre destination. Plus de temps passé sur le site signifie plus de chances de les convaincre de visiter la destination.

❖ Sites internet

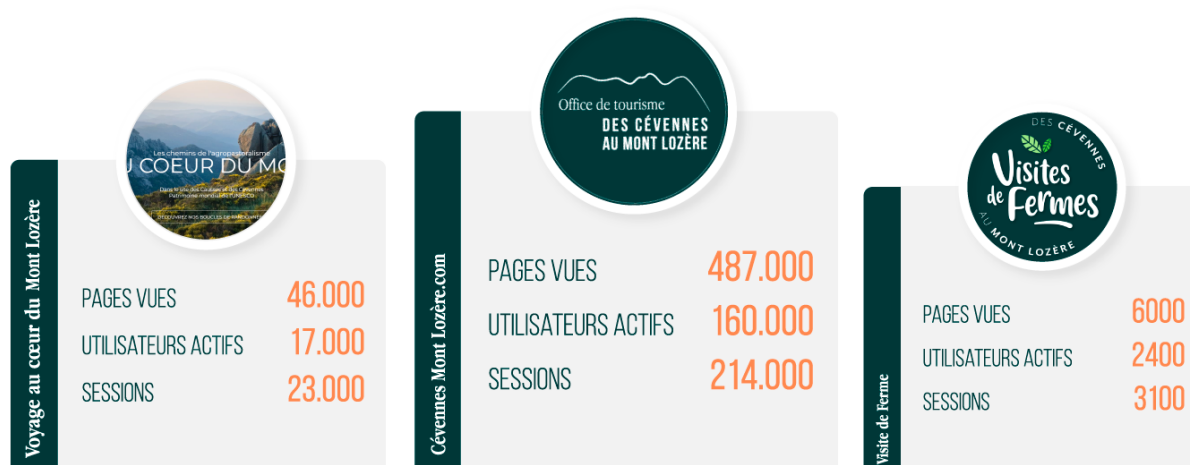
L'office de tourisme travaille depuis des années à la création et la gestion de trois sites internet dédiés à la mise en avant de notre patrimoine naturel et culturel. Ces plateformes numériques sont désormais des outils essentiels pour valoriser notre destination et attirer des visiteurs du monde entier.

Le premier site, www.cevennes-montlozere.com, est un portail complet sur notre région. Il offre une immense variété d'informations pour découvrir et explorer les Cévennes et le Mont Lozère : itinéraires de randonnées, points d'intérêts culturels, événements locaux, et tant d'autres trésors ...

Deux autres sites spécifiques complètent cette démarche de promotion :

- Le GR68 : Voyage au cœur du Mont Lozère www.randonnee-montlozere.com : ce site est dédié aux passionnés de randonnée. Il propose des itinéraires détaillés, des conseils pratiques et des informations sur les points d'intérêt pour cette aventure unique qui traverse notre belle région.
- Les Visites de Fermes www.visitedeferme.fr : ce site met en lumière les fermes locales et les producteurs de notre territoire. Il permet de découvrir les savoir-faire traditionnels, de rencontrer les producteurs et de goûter aux saveurs authentiques de notre terroir.

Ces initiatives digitales sont bien plus que de simples plateformes en ligne. Elles font partie intégrante de notre mission : celle de partager, de faire découvrir et d'enchanter tous ceux qui viennent à notre rencontre !



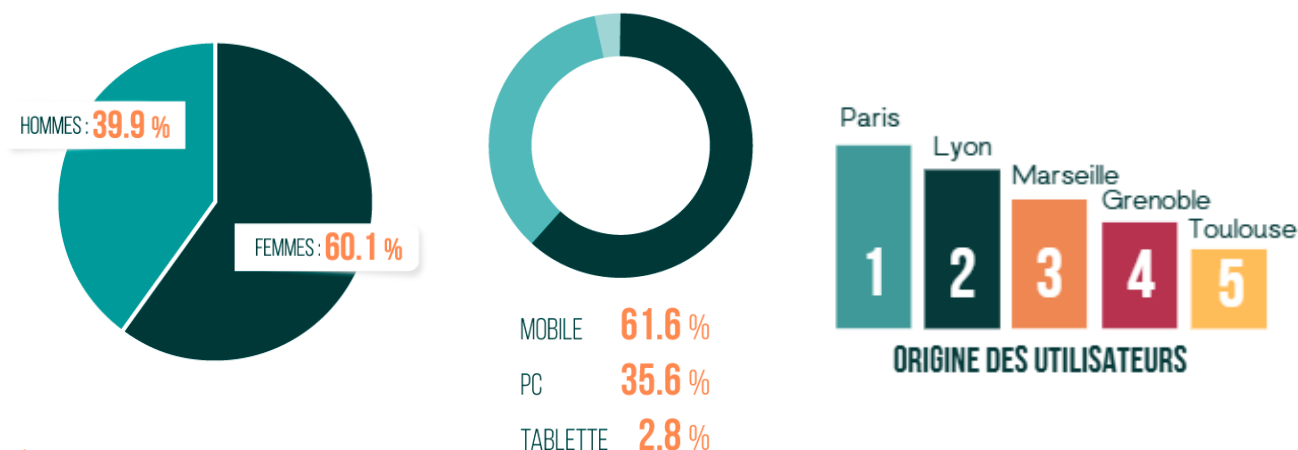
Comme chaque année, des évolutions ont été apportées au site internet de destination de l'Office de Tourisme des Cévennes au Mont Lozère : www.cevennes-montlozere.com

Un travail sur le contenu éditorial est également réalisé avec la création de nouvelles pages attractives.

En début d'année 2024 un travail sur l'agenda a été effectué avec Afa multimédia afin d'optimiser l'agenda du site internet pour obtenir une meilleure lisibilité de l'offre (notamment pour les événements récurrents) avec une recherche par date efficace et des filtres adaptés.

Nous avons également rajouté sur chaque prestataire qui possède un système de réservation autre que Direct Lozère et Weebnb (déjà en place sur notre site) un bouton « réserver ». Ce dernier a pour but de faciliter l'accès à la réservation en ligne, désormais devenue incontournable.

Quelques chiffres clés :



214 000 sessions pour 160 000 site est toujours en progression par (+ 17,58% de sessions et + 15,94% d'utilisateurs par rapport à 2023)

utilisateurs : la fréquentation du rapport aux années précédentes

487 000 pages vues (en augmentation de 16,18%) et **15 599 brochures téléchargées** (fiches rando, plan de villages, carte, ...)

Top 5 des brochures les plus téléchargées :

- Brochure GR68 voyage au cœur du Mont Lozère (2781)
- Voyage au cœur des Vallées cévenoles (860)
- Carte touristique (497)
- Fiche sentier du Pont de Montvert (484)
- Ficher sentier des Rocs de Galta (389)

Le Top 3 des pages les plus populaires (hors home page)

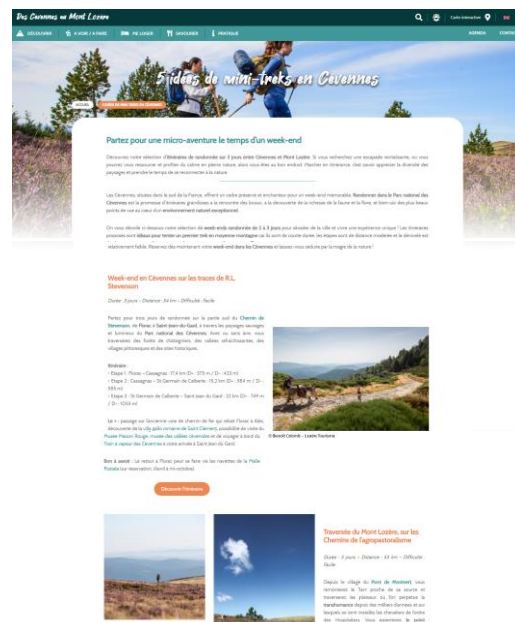
- Sentiers de randonnée : www.cevennes-montlozere.com/a-voir-a-faire/randonnee/sentiers-de-randonnee/
- Lieux de baignade : www.cevennes-montlozere.com/a-voir-a-faire/nature-et-detente/lieux-de-baignade/
- 5 idées de mini-treks en Cévennes : <https://www.cevennes-montlozere.com/5-idees-de-mini-treks-en-cevennes/>

♦ *Création de contenu au service de l'inspiration et du référencement*

Un travail important a été réalisé cette année afin d'enrichir le contenu éditorial de notre site internet. Cette démarche s'inscrit dans une double ambition : optimiser son référencement sur les moteurs de recherche et inspirer le public à découvrir la région, favorisant ainsi les séjours entre Cévennes et Mont Lozère. Ce cadre, c'est plus de 15 pages avec du contenu éditorial qui ont été créées :

- 5 idées de mini-treks en Cévennes
- Que faire en famille pendant les vacances d'hiver ?
- Que faire en famille pendant les vacances de Pâques ?
- Transhumance en Cévennes : Immersion dans la magie des traditions pastorales
- Fêtez la musique entre Cévennes et Mont Lozère
- Du Jurassique à l'art contemporain : un voyage unique à vivre en famille
- Fêtez le 14 juillet entre les Cévennes et le Mont Lozère
- Randonnées fraîcheur en Cévennes

- 10 randos pour admirer les plus beaux panoramas
- Plongée dans l'univers créatif des artisans d'art
- 5 sentiers insolites dans les Cévennes secrètes
- 5 merveilles naturelles à explorer hors des sentiers battus
- Expériences insolites
- Les Cévennes insolites
- Magie de Noël et fêtes de fin d'année
- L'hiver en mode cocooning
- Cévennes & chien : le duo parfait



L'OT AU SERVICE DE LA QUALITÉ

❖ **Projet d'équipement des BIT et de développement numérique**

2024 a vu s'achever le projet d'équipement des BIT avec la mise en place du nouveau mobilier avant la saison touristique.

♦ **Les grandes lignes du projet**

Dans le cadre de sa démarche qualité, l'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère a lancé un projet d'équipement des bureaux d'information touristique et de développement numérique de l'Office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère, grâce aux financements obtenus dans le cadre du programme LEADER (40 886,25 €) et au cofinancement du Conseil Départemental de la Lozère (11 927 €). Ce projet comporte trois volets :

- La création d'une version mobile du site internet (réalisée en 2020)
- L'équipement des BIT en tablettes tactiles (réalisé en 2021)
- Le réaménagement des BIT de l'office de tourisme (réalisé de 2022 à 2024)

Ce projet va nous permettre d'assurer la continuité de notre classement en catégorie II et de pouvoir conserver la marque Qualité Tourisme – prochainement Destination d'excellence).

Le réaménagement des bureaux d'information touristique concerne les bureaux du Collet de Dèze, de Saint Etienne Vallée Française, de Saint Germain de Calberte, de Sainte Croix Vallée Française et de Vialas. Les objectifs sont la création d'une identité visuelle entre les différents B.I.T. en harmonisant la signalétique extérieure et la réorganisation des espaces d'accueil de façon plus moderne et fonctionnelle. Ce réaménagement s'inscrit également en complémentarité du projet de création d'une maison du Mont Lozère au Pont de Montvert.

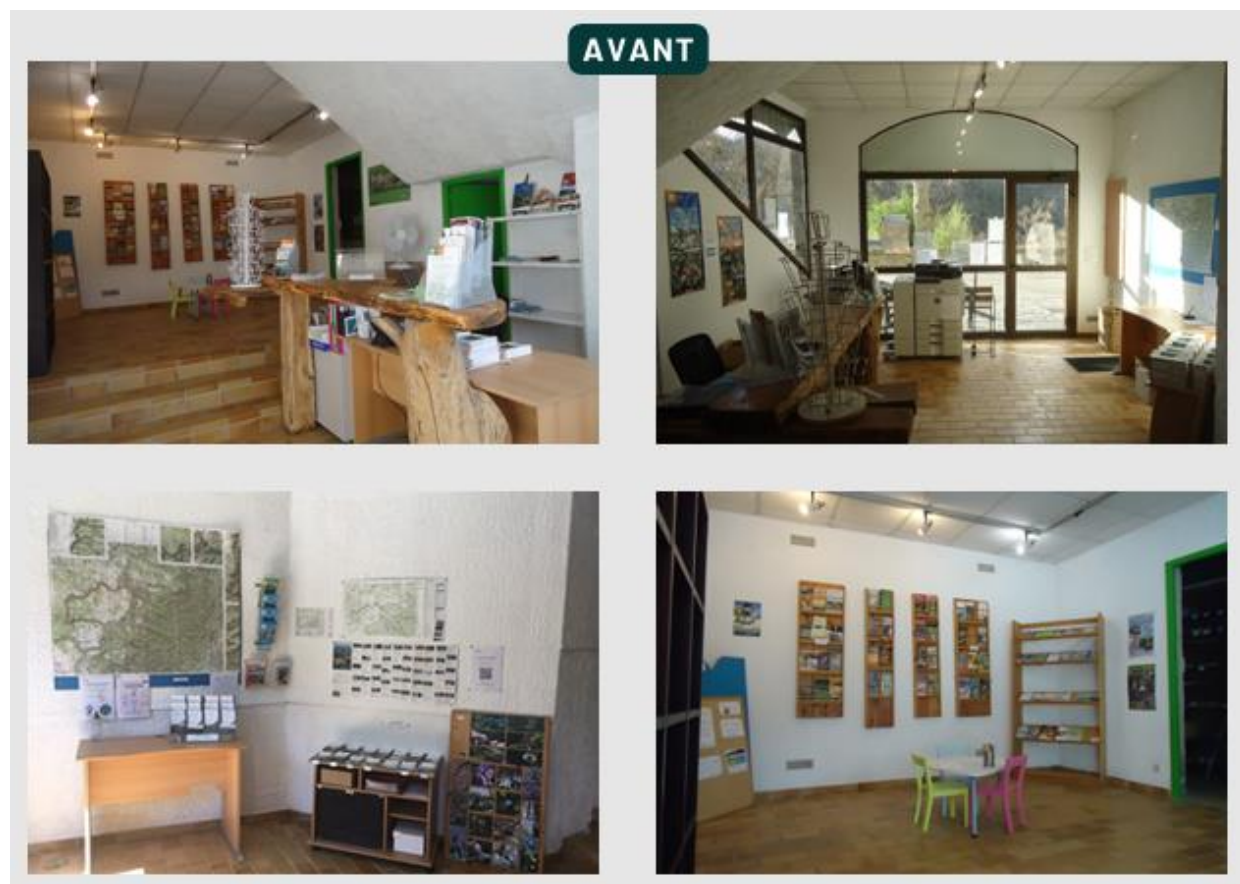
♦ **Les résultats de l'opération**

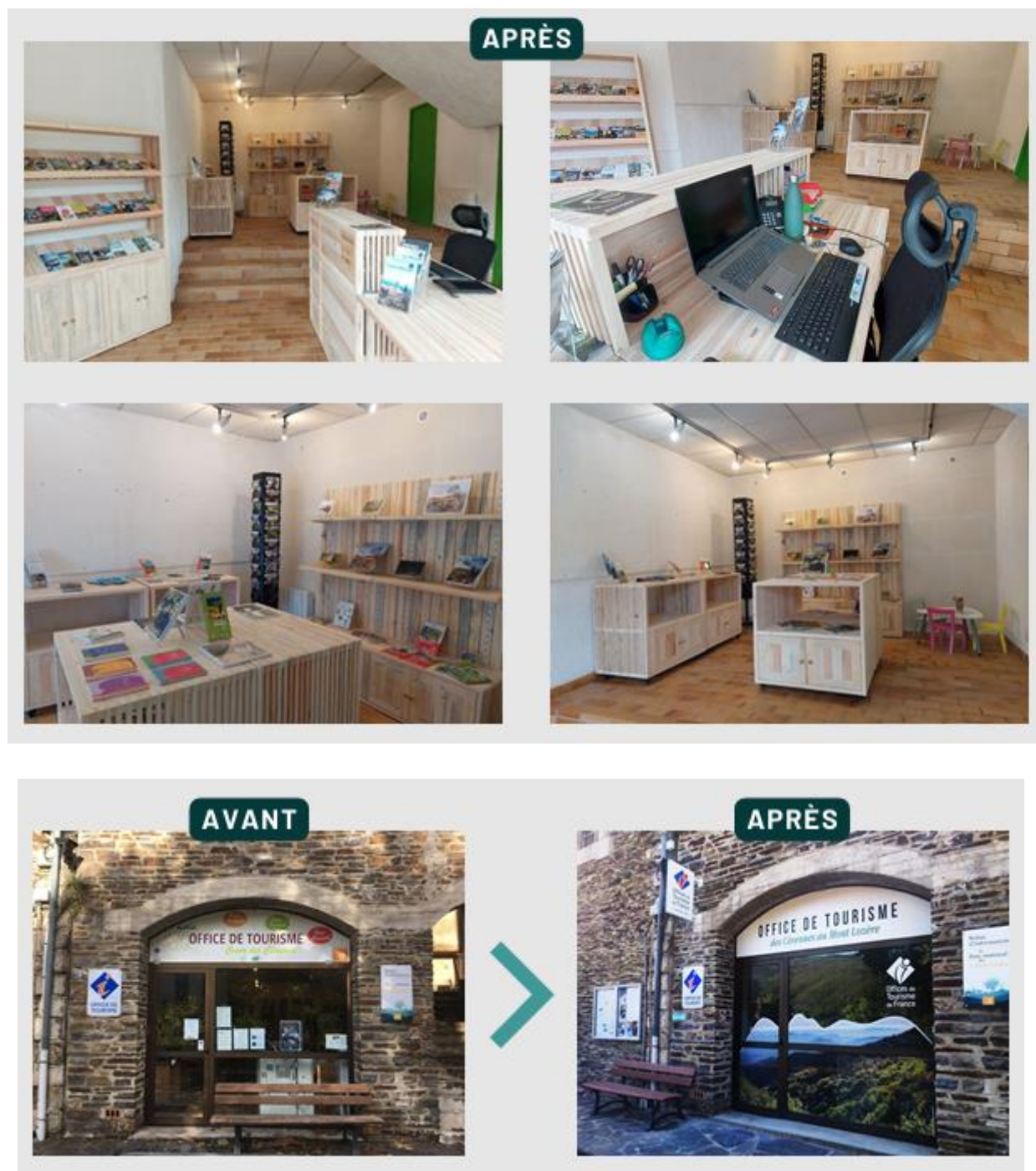
Le réaménagement de nos espaces d'accueil a été réfléchi et travaillé conjointement avec le cabinet d'architectes Bessin Sebelin spécialement pour notre activité d'accueil, tout en tenant compte des spécificités de chaque bureau d'information touristique.

Nous disposons maintenant sur nos 5 B.I.T. d'espaces de travail ergonomiques, ce qui a considérablement amélioré le confort des salariés de l'office de tourisme sur leurs postes de travail (changement des fauteuils de bureau, renouvellement des PC portables et imprimantes, nouvelles banques d'accueil avec tiroirs de rangement, mise en place de supports de PC portables pour les surélever avec souris verticales et clavier conformément aux recommandations de la médecine du travail, etc). Les espaces de rangement supplémentaires permettent une organisation plus efficace et le nouveau matériel informatique permet plus de performance.

L'introduction de notre nouveau mobilier a non seulement transformé l'esthétique de nos espaces d'accueil, mais a également eu un impact significatif sur la qualité de l'accueil que nous sommes en mesure d'offrir. Les bureaux d'information touristique sont à présent parfaitement adéquats pour offrir un accueil optimal aux visiteurs. Chacun dispose d'un espace de vente avec possibilité de rangement du stock, d'un espace cartothèque avec les itinéraires de randonnée, d'une banque d'accueil assez basse favorisant la communication et avec une partie adaptée aux personnes à mobilité réduite, d'un espace consultation de dépliants, et d'un espace détente avec table et assises. Les visiteurs sont maintenant accueillis dans un environnement chaleureux, équipé de sièges confortables, d'une table de consultation et d'une décoration soignée qui crée une atmosphère apaisante, invitant à la découverte du territoire. En somme, ce réaménagement a non seulement amélioré l'esthétique de notre office de tourisme, mais a également renforcé notre capacité à offrir un service de qualité à nos visiteurs tout en améliorant le confort de travail des employés.

♦ *Les résultats en image*





❖ Guide de bienvenue



En 2024, notre office de tourisme a mis en place un guide de bienvenue spécialement conçu pour les nouveaux entrants et les saisonniers. Ce guide constitue une boîte à outils précieuse, toujours accessible, permettant aux salariés de trouver facilement des informations utiles en fonction de leurs besoins et interrogations.

Ce livret d'accueil est conçu pour accompagner et guider les nouveaux membres de notre équipe, leur permettant ainsi de s'adapter rapidement et efficacement à leur nouvel environnement de travail.

❖ Marque Qualité Tourisme :

L'office de tourisme garantit une qualité d'accueil à sa clientèle suite à l'obtention de la Marque Qualité Tourisme et son classement en catégorie II.



La marque Qualité Tourisme ainsi que cette démarche de classement représentent la mise en place **d'un plan d'action solide et certifie un gage de qualité des services** qu'offre l'Office de Tourisme à l'ensemble de la destination Cévennes Mont Lozère.

Tout au long de l'année, un travail de suivi des documents (procédures, modèles, fiches d'instruction), des audits blancs nous aident à être en amélioration constante pour satisfaire nos visiteurs mais aussi l'ensemble des acteurs du tourisme de notre destination et nos partenaires institutionnels.

En 2024 nous avons poursuivi le travail sur le suivi de la satisfaction de nos visiteurs quels qu'ils soient (vacanciers, résidents secondaires, partenaires, professionnels du tourisme, locaux, élus, ...) afin de mettre en place des améliorations de notre accueil en adéquation avec leurs attentes.

Nous avons également participé à 2 tests mystères organisés par le CRTL Occitanie.

Dès 2025, la Marque qualité tourisme va peu à peu disparaître et être remplacée par le label Destination d'Excellence. Le nouveau label vise au renforcement de la qualité pour tous les sites et lieux touristiques. Ce label accentuera le niveau d'exigence en matière d'écoresponsabilité et d'information des publics en situation de handicap

DES PROJETS STRUCTURANTS

❖ Itinérance sur le Mont Lozère

La brochure promotionnelle des chemins de l'agropastoralisme, « voyage au cœur du Mont Lozère » a permis, depuis plus de 6 ans déjà, de revitaliser le Tour du Mont Lozère grâce à la mise en place de boucles de 2 à 6 jours en se fixant le GR®68 comme axe majeur. Les itinéraires mettent en valeur le patrimoine en lien avec l'agropastoralisme mais aussi les visites de fermes, les rencontres avec les bergers, ...

Une nouvelle brochure 2023 – 2025 a vu le jour l'an passé. Cette année nous avons poursuivi nos efforts sur le site internet dédié www.randonnee-montlozere.com qui recense le patrimoine qui a valu au territoire l'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO ainsi que l'histoire d'hier et d'aujourd'hui, sans oublier les informations pratiques et les hébergements.

❖ Carte Art itinéraire Sud Lozère

L'Association des Métiers d'art en Cévennes a missionné l'office de tourisme pour réaliser une carte Art itinérance sur le Sud Lozère. L'office a travaillé en 2023 sur le référencement des créateurs d'art et au début de l'année 2024 sur la conception et la réalisation d'un dépliant format 72,3 x 110 mm (format ouvert 940 x 330 mm) à destination des visiteurs et des professionnels.

Cette carte dépliant permet de localiser l'ensemble des créateurs d'art et artistes du Sud Lozère participant à l'opération en indiquant leurs métiers, coordonnées, ... et si leur atelier est visitable ou non.

Plus d'une centaine de créateurs ont été contactés, 45 ont répondu présents pour promouvoir de manière optimale le savoir-faire d'excellence des artisans actifs sur le secteur.



❖ Partenariats sur d'autres projets structurants du territoire

L'OT est également partenaire de divers projets structurants sur notre territoire. Il est associé aux réunions de travail et aux comités de pilotage de ces projets importants pour notre territoire. En 2024 nous avons suivi :

♦ *Le Pôle de Pleine Nature Mont Lozère*

Le Pôle Pleine Nature - PPN - Mont Lozère, élaboré par le Syndicat Mixte d'Aménagement du Mont Lozère et ses partenaires, a pour objectif de faire du mont Lozère un territoire organisé d'accès à la nature en toutes saisons dans un espace préservé et proposant une offre structurée d'activités de pleine nature.

Le territoire du mont Lozère permet une grande diversité d'activités et ce toute l'année : randonnées, VTT, équitation, canyoning, escalade, via ferrata, pêche, canoë, ski, raquettes, ... activités terrestres et aquatiques, estivales et hivernales, bien-être et découverte des patrimoines, des paysages, de l'histoire, ...

L'objectif est donc de valoriser cette offre pour améliorer les retombées démographiques et économiques du territoire. Sur le terrain, le projet se traduit par l'aménagement de sentiers d'interprétation, le rééquipement des sites d'escalade ou l'installation de bornes de services adaptées aux VTT à assistance électrique. Depuis 2022, les conseillers en séjour de l'Office de tourisme ont pu conseiller les clients avec le carto-guide Mont Lozère pays des sources « Sommet des Cévennes », qui a connu un grand succès auprès de nos visiteurs puisque nous avons dû le rééditer en 2023.

♦ *La maison du Mont Lozère au Pont de Montvert*

Porté par la communauté de communes des Cévennes au Mont Lozère et en partenariat avec l'établissement public du Parc national des Cévennes, l'Entente Causses Cévennes et l'office de tourisme, ce nouveau lieu mutualisé va permettre de créer un lieu d'information touristique et d'interprétation du territoire.

Les travaux de démolition se sont terminés en 2024.

♦ *Musée de la mine d'argent à Vialas*

Le projet de Musée de la mine d'argent à Vialas existe depuis la création du sentier d'interprétation du Bocard, ouvert au public en 2020 après 6 ans de recherches et de travaux. Le musée a vocation à compléter et approfondir le discours du sentier d'interprétation, en proposant notamment une approche plus sensible.

Ce projet de musée est un projet partagé entre la mairie de Vialas, l'association le Filon des Anciens en charge de l'animation du site, le Parc national des Cévennes soucieux de valoriser son patrimoine industriel, le département de la Lozère, la région Occitanie et les services du Ministère de la Culture. Une salle d'exposition, accessible PMR, au centre du village, sur la place récemment rénovée, est mise à disposition par la mairie de Vialas pour le musée.

Le projet de musée de la mine représente une offre culturelle novatrice autour du patrimoine industriel lozérien, qui peut s'adresser tant à un public local qu'aux visiteurs de la destination. Il s'agit d'une réelle opportunité pour le territoire.

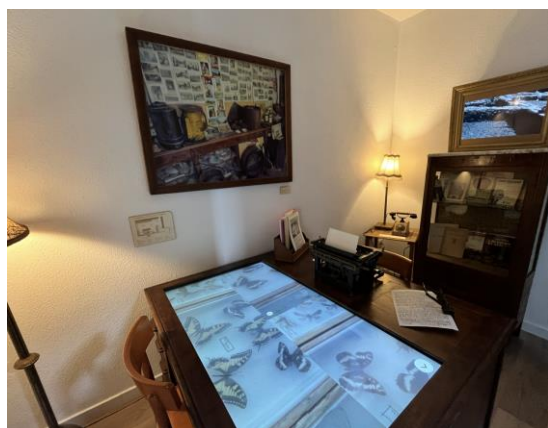
Ce projet est mené de pair avec le projet de musée Numa Bastide à Saint Germain de Calberte. En effet, la communauté de communes doit engager pour la gestion de ces deux collections un chargé de mission culturel (financé à 80 % par le département de la Lozère).

♦ *Collection Numa Bastide*

L'exposition « Dans les coulisses de Numa Bastide » à l'Office de Tourisme de Saint-Germain-de-Calberte met en lumière la vie de Numa Bastide, un collectionneur cévenol passionné, grâce à un projet collaboratif mené Mariette Emile et l'ensemble du comité technique auquel a participé l'Office de Tourisme. L'exposition a été inaugurée en juillet 2024 et propose une immersion interactive dans l'univers de ce collectionneur.

Les visiteurs ont pu découvrir des extraits de ses collections sous forme de puzzle interactif, permettant d'explorer les objets de manière ludique et engageante. Des témoignages sonores enrichissaient l'expérience, offrant une dimension personnelle et intime de l'histoire de Numa Bastide. Un autre aspect innovant de l'exposition est le cartomaton, un dispositif original qui a permis aux visiteurs de repartir avec un souvenir en se faisant tirer le portrait.

L'exposition a rencontré un franc succès, avec une fréquentation doublée par rapport aux années précédentes durant le mois de juillet 2024, ce qui témoigne de l'intérêt suscité par l'événement. L'Office de Tourisme a exprimé son enthousiasme pour ce projet, soulignant l'impact positif sur l'attrait de la région. Un remerciement particulier est adressé à La Fabulerie, basée à Saint-Étienne-Vallée-Française, pour la qualité de leur travail, notamment en matière d'installations sonores, du puzzle interactif et du cartomaton, qui ont contribué à la réussite de l'exposition.



De nombreux visiteurs ont exprimé leur désir de découvrir davantage d'objets issus de la collection de Numa Bastide. Cette exposition a en effet offert un premier aperçu de ce qui pourrait être une exposition future plus vaste et plus complète. L'enthousiasme suscité par cette première présentation laisse espérer que la

prochaine exposition sera encore plus riche en objets et en découvertes, permettant aux visiteurs d'explorer pleinement l'étendue de la collection de ce passionné cévenol.

♦ *La Cévenole, voie verte des Cévennes*



La ligne Céfédé, qui permettait aux trains de relier Sainte-Cécile-d'Andorge (Gard) et Florac au début du XXe siècle, fait actuellement l'objet d'une reconversion en voie verte.

La Cévenole permettra de relier Sainte-Cécile d'Andorge à Florac en favorisant les modes de transports doux. À pied, en vélo, à cheval ou accompagné d'un âne, ...

Cette voie verte permettra à ses usagers de bifurquer vers les GR et PR qui se trouvent à proximité de cet itinéraire, mais également d'aller visiter les sites touristiques qui longent le tracé comme par exemple les zones de baignade, les pistes VTT, le Train de l'Andorge en Cévennes...

Deux tronçons sont actuellement praticables : Florac - Saint Julien d'Arpaon et Sainte Cécile d'Andorge - Le Collet de Dèze. Les travaux sur les autres portions sont encore en cours. La Cévenole devrait encourager le rayonnement touristique dans cette région des Cévennes.

ANIMER, FÉDÉRER, DÉCOUVRIR

- Chez nous les paysages sont extraordinaires, avec une vraie identité et on ne s'ennuie pas ! Il nous appartient de montrer en permanence la vitalité de notre territoire !

❖ **Evènements portés par l'office de tourisme**

♦ *Semaine du goût du 14 au 20 octobre*

La valorisation du patrimoine vernaculaire de notre territoire à travers des valeurs simples mais essentielles est un enjeu majeur. A ce compte, la semaine du goût est devenue un véritable vecteur d'échange que l'on se doit de pérenniser et de renforcer.

La semaine du goût 2024 c'est :

- **10 restaurateurs** engagés à nos côtés avec des repas de qualité
- Des échanges gourmands
- Des produits locaux mis en avant
- Des partenaires investis dans une action commune

♦ *Visites de fermes*

L'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère a poursuivi cette année encore l'organisation des visites de fermes. Ces visites sont l'occasion pour nos visiteurs, de se rendre compte de ce qu'est l'agriculture en milieu de moyenne montagne, d'appréhender un mode de vie au travers des exploitations agricoles et des produits de pays, ... en allant au contact direct des agriculteurs dans les fermes : des rencontres uniques et des moments authentiques autour de la production des produits du terroir.

La promotion liée à ces actions s'est faite à l'échelle de la destination Cévennes Mont Lozère. Le site internet spécifique pour les visites de fermes a été refondu en interne et mis à jour avec les participants de cette année : www.visitedeferme.fr



Points forts :

- Convivialité et échange entre agriculteurs et visiteurs
- Réponse à une demande réelle, offre
- Activité en famille
- Action commune sur un territoire large
- Mutualisation de l'offre et des outils de promotion
- Le cadre proposé

Cette année, 16 agriculteurs ont participé aux visites de fermes et ont proposé 140 visites (Soit 3 producteurs de plus qu'en 2023). Ce sont plus de **400 personnes** qui ont participé à ces visites sur l'ensemble de la destination Cévennes Mont Lozère. La plupart des visites ont été effectuées par des familles durant les mois de juillet et août (plus de 60% des réservations)

Suite à l'édition 2024 des visites de fermes, et afin de préparer au mieux la prochaine édition, nous espérons pour l'édition 2025 :

- Continuer la diffusion papier, voire assurer une diffusion plus large chez les producteurs : envoyer les flyers par courrier pour une meilleure diffusion de l'information
- Inciter les producteurs à relayer l'information autour de l'évènement auprès de leur propre réseau et auprès de leurs visiteurs afin de faire connaître d'autres visites aux alentours
- Réfléchir à une modification du nom de l'évènement et à une communication plus adaptée permettant de toucher un public qui ne soit pas exclusivement familial
- Renforcer la communication vers les Offices de tourisme hors territoire par l'envoi de flyers et d'affiches ainsi que vers les mairies
- Proposer à chaque producteur le moyen d'accès aux inscriptions qui lui convient et continuer à demander aux producteurs de nous communiquer en temps réel le nombre d'inscriptions prises de leur côté pour une meilleure visibilité
- Continuer à comparer les zones de visites et jours pour une meilleure répartition, et prendre en compte les conditions climatiques pour conseiller sur les horaires de visites à proposer
- Préciser le point de rendez-vous exact pour deux fermes dans le même hameau (ex: les Faux)

❖ Animations structurantes pour le territoire

L'office de tourisme s'investit dans les manifestations importantes du territoire et fait à cette occasion de l'accueil hors les murs : participation à la **fête du Pélardon** à Sainte Croix Vallée Française et à la **fête de la transhumance** (Fête Champêtre) aux Ayres. En 2024 l'office de tourisme était également présent lors de la **Fête de l'arbre** à Saint Etienne Vallée Française (à l'automne). Ces événements d'envergure départementale voire régionale sont importants pour la promotion de l'ensemble du territoire et génèrent de très fortes retombées économiques. En participant activement à ces manifestations (création de flyers, présence sur des stands, tombola, ...), l'ensemble de la destination Cévennes Mont Lozère se fait connaître. Ces événements porteurs autour de thématiques particulières nous permettent également d'élargir notre clientèle en allant au plus près des visiteurs (informations complémentaire page 17)

PARTENARIAT

♦ *Suricate : un outil au service de la randonnée*



Depuis deux ans, l'Office de Tourisme et la Communauté de Communes des Cévennes au Mont Lozère, en collaboration avec le département, ont mis en place un dispositif efficace pour promouvoir et entretenir leurs sentiers de randonnée grâce à la plateforme Suricate. Cette initiative vise à améliorer la qualité du réseau de sentiers de randonnée et d'activités de pleine nature, en permettant aux pratiquants (randonnée, VTT, etc.) de signaler facilement tout problème rencontré, qu'il s'agisse d'un balisage incorrect, d'un panneau défectueux, ou d'un conflit avec un propriétaire.

Les utilisateurs peuvent simplement remplir un formulaire sur la plateforme en ligne sentinelles.sportsdenature.fr, localiser le problème et l'envoyer. Cela permet à l'Office de Tourisme d'être rapidement informé des éventuels dysfonctionnements afin de mieux orienter ses visiteurs, et à la Communauté de Communes d'intervenir rapidement pour maintenir et améliorer l'entretien du réseau de sentiers.

Les résultats sont déjà visibles : en 2023, 31 problèmes ont été signalés, et en 2024, ce chiffre a doublé pour atteindre 62 rapports. En 2025, l'Office de Tourisme compte poursuivre et intensifier la communication autour de l'utilisation de Suricate, afin de recueillir encore davantage de retours de la part des pratiquants et ainsi garantir la pérennité et la qualité du réseau d'activités de pleine nature sur notre territoire.

♦ *Navettes 2024*

Un autre défi pour le territoire est sans aucun doute le transport. La Région Occitanie a continué cette année encore le déploiement de ces navettes touristiques.

Deux navettes sont présentes et desservent notre territoire :

- La Ligne : Mende – Florac – Alès, une ligne ouverte à l'année : **2 757 personnes transportées en juillet/août** (contre 2 383 en 2023 avec une augmentation de 10% en juillet et 20% en août)
- La Ligne : Florac – Le Pont de Montvert – Station du mont Lozère, une ligne ouverte en juillet/août : **537 personnes transportées en 2024** contre 1007 en 2023 (avec une baisse de 40% en juillet et 50% en août)

Les plaquettes, très appréciées des usagers (visiteurs et locaux) ne nous ont pas été transmises. Nous avons dû en récupérer au compte-goutte sur nos territoires voisins seulement à partir du mois d'août. Ce défaut de communication explique en partie la baisse des personnes transportées.

Un autre point de vigilance est le manque de visualisation des arrêts, en effet il est compliqué de savoir qu'une navette va s'arrêter sans arrêt marqué.

Nous constatons toujours malheureusement un manque de liaisons sur le sud de notre territoire. Ce manque de liaisons est également ressorti lors de l'étude du Parc national des Cévennes sur les randos à faire sans voiture sur notre territoire. En effet tout le sud Lozère était vide faute de navette en vallée française et à des horaires moins adaptés sur la ligne Mende – Florac – Ales.

♦ *Pass Lozère*



Mis en place par le Conseil départemental de la Lozère, le Pass Lozère propose de visiter la Lozère à moindre coût grâce à des réductions sur une trentaine de sites emblématiques ou d'activités (canoë, équitation, VTT, raquettes, vols en planeur, ...). Le Pass s'adresse aux familles, couples, groupes d'amis et individuels durant l'année 2024 qu'ils soient lozériens ou non ; en effet, de nombreux visiteurs logent chez des membres de leur famille ou chez des amis. Ce sont donc ces derniers qui sont nos meilleurs ambassadeurs et qui emmènent leurs hôtes découvrir le patrimoine culturel de la région. Il est donc tout naturel qu'ils puissent eux aussi bénéficier de ces réductions.

La version numérique de cette année a un peu moins bien marché dans nos offices.

Pour 2025 nous envisageons de travailler avec Cévennes Tourisme pour proposer le pass Cévennes + : une carte qui permet de profiter de nombreuses réductions sur simple présentation auprès des activités et entrées des sites touristiques participants à l'opération pour près de 120€ d'économies cumulées. Vendu 5€, le Pass Cévennes + est accompagné d'un dépliant, permettant de situer l'intégralité des sites partenaires de l'opération (dont beaucoup de partenaires à notre destination).

♦ *CDT Lozère*

L'office de tourisme est membre du Conseil d'administration du comité départemental du tourisme – CDT – de la Lozère et participe ainsi à l'élaboration des grandes orientations de celui-ci. Nous sommes également associés à la création de leurs outils de promotion, accueillons avec eux les blogueurs et/ou journalistes qui viennent sur notre territoire et participons activement aux ateliers numériques de territoire – ANT – animés par leurs soins.

♦ *PACT Cévennes, contrat CRTL*

En 2023, un Plan d'Actions Concertées de Territoire (PACT) a été créé pour la destination Cévennes. Ce PACT vise à valoriser l'offre touristique des Cévennes pour la Lozère, le Gard et l'Ardèche, en mettant l'accent sur les activités de pleine nature, les traditions pastorales et l'agritourisme. Le budget alloué pour ce projet est de 75 000 € par an : Le Comité Régional de Tourisme et de Loisirs Occitanie contribue à hauteur de 25 000 €/an, les ADT du Gard et de la Lozère contribue à hauteur de 10 000 €/an et l'ADT Ardèche à hauteur de 5 000 €/an. Les autres partenaires (9 Offices de Tourisme et le Parc national des Cévennes) contribuent à hauteur de 2 500 € par an.

En 2024, le PACT Cévennes a permis de nous rendre au salon du randonneur à Lyon sur un stand de 36m² (budget à un peu plus de 14 000€). Un second reportage photos a été réalisé en été et à l'automne. L'objectif est de toucher des journalistes ou des influenceurs via ce budget, ou de participer à des salons que nous ne pouvons plus prendre en charge à notre échelle.

Le reliquat de 2024 a été provisionné sur 2025. Il s'agit en grande partie de mobiliser les fonds sur l'image et la notoriété afin d'installer le positionnement de la destination. La campagne choisie est une campagne digitale avec Goodeed totalement en cohérence avec le positionnement et l'aspect RSE du collectif. Ce projet se découpe budgétairement comme il suit :

- Achats média (+/-15 000€ TTC sur 5 mois de novembre 2024 à mars 2025)
- Honoraires Goodeed : 30% du budget média soit +/- 4 500 € HT (dont +/- 2 700 € reversés à une association)

Estimation des performances publicitaires : 1,5M de vues sur YouTube, 8M d'impressions sur META

Le choix de l'association s'est porté sur Cévennes Eco-Tourisme : choix en toute légitimité eu égard à l'activité de l'association et de son positionnement. C'est également un très bon signal envoyé à l'échelon local.

Etant donné que l'offre sur Noël et février est très faible, voire inexistante, il a été décidé de communiquer sur l'offre de printemps. Le début de la campagne sera donc fin février - début mars 2025.

FORMER, SOUTENIR, CONSEILLER LES SOCIO PRO

■ Le service réseau pro de l'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère s'engage aux côtés des professionnels du tourisme pour les accompagner au quotidien. En 2024 ce sont 236 partenaires qui nous ont fait confiance !

❖ **Accompagnement des Socio-Pros**

Depuis plusieurs années, nous avons fait de l'accompagnement des professionnels du tourisme une priorité stratégique. En première ligne de l'accueil des visiteurs, ces acteurs véhiculent l'image de notre destination. Notre engagement vise à renforcer la qualité des services, favoriser la coopération locale, développer les compétences et booster la commercialisation de leurs offres.

♦ ***Améliorer la qualité des services et prestations***

La satisfaction client repose sur l'excellence des prestations proposées avant et pendant le séjour. Dans cette optique, en 2024, nos actions ont inclus :

- Des visites de terrain : pour mieux connaître chaque structure, diagnostiquer les besoins des prestataires et proposer des axes d'amélioration en termes d'accueil, promotion et mise en marché. En 2024, nous avons réalisé 18 visites de terrain.
- La valorisation des labels : sensibilisation aux démarches de labellisation pour améliorer l'image des structures, réduire les réclamations et renforcer leur e-réputation. Nous avons notamment créé des fiches techniques pour chaque label, classement ou marque que nous valorisons sur l'Espace pro de notre site internet.
- Des rendez-vous personnalisés : accompagnement sur des thématiques ciblées à la demande (commercialisation en ligne, présence sur le web et les réseaux sociaux, amélioration du mode de fonctionnement et nouveaux services à mettre en place pour leurs clients, ...).

♦ ***Créer des synergies entre professionnels***

Pour renforcer les liens et encourager une dynamique locale, nous proposons :

- Des temps d'animation et d'échange : organisation de rencontres telles qu'une demi-journée de partage à l'occasion d'un repas et d'une visite de ferme après l'Assemblée générale ainsi que des pots de fin de saison sur plusieurs sites, qui ont réuni 48 participants. Ces rencontres permettent d'échanger sur les plus et les moins de la destination, du fonctionnement de l'OT et des choses à développer pour le territoire.

- Un groupe Facebook : développement du groupe Facebook « Entre pro – Cévennes Mont Lo » pour faciliter les échanges d'informations (disponibilités, nouveautés, événements). Nous travaillons encore à dynamiser cette page et à publier plus régulièrement sur nos actions.



♦ ***Booster le développement commercial***

Nous jouons un rôle de facilitateur pour aider les professionnels à optimiser leur visibilité en apportant :

- Des conseils personnalisés sur la stratégie commerciale à adopter selon le type d'établissement et ses objectifs.
- Une solution de commercialisation : proposition de la place de marché Direct Lozère en partenariat avec le CDT pour permettre la réservation et le paiement en ligne depuis leur site internet et depuis les sites institutionnels (OT, CDT).
- Un soutien technologique : proposition de solutions de sites web avec nos partenaires Digitalyz et Weebnb (solution de site internet clé en main avec affichage des disponibilités en ligne) et accompagnement à leur création.
- Des offres spécifiques : proposition de reportages photo par un photographe professionnel identifié par nos soins pour renforcer leur communication.

♦ ***Développer les compétences et connaissances des acteurs touristiques***

Les petites structures manquent souvent de temps et de ressources pour se former et s'informer des actualités et nouveautés. Nous répondons à ce besoin par :

- La Newsletter mensuelle « La lettre d'info des pros » : partage d'actualités, tendances touristiques et conseils pratiques, avec un taux d'ouverture qui nous paraît satisfaisant (55,42 %).
- Un Espace pro dédié sur notre site internet : accès centralisé aux ressources (actualités, bilans, documents pédagogiques, diffusion des programmes de formation, suivi des projets touristiques locaux). Cet espace est de plus en plus utilisé, en 2023, 552 pages ont été vues pour 269 utilisateurs, en 2024 822 pages ont été vues pour 494 utilisateurs.
- Les visites de terrain : découverte des activités des socio-professionnels pour identifier leurs problématiques, proposer des solutions adaptées et leur apporter des informations (documentation touristique, actualités, etc).

Nous travaillons actuellement avec nos partenaires - Parc national des Cévennes, CCI, ... - et les professionnels du secteur afin de proposer un programme de formation adapté aux besoins de nos socio-professionnels pour 2025 et d'organiser un ou plusieurs éducteurs.

❖ Gestion de la Taxe de séjour

La mise en place d'un nouveau logiciel a été réalisée au 1er janvier 2023 dans le but de :

- Simplifier la déclaration : chaque mois, la plateforme demande aux hébergeurs de déclarer automatiquement les nuitées.
- Envoyer des relances automatiques en cas de non-déclaration
- Calculer automatiquement les tarifs pour chaque séjour : très important notamment depuis l'introduction du pourcentage pour les non classés qui peut donner de nombreuses erreurs
- Simplifier le paiement du reversement avec la possibilité du paiement en ligne
- Obtenir une synthèse des nuitées déclarées



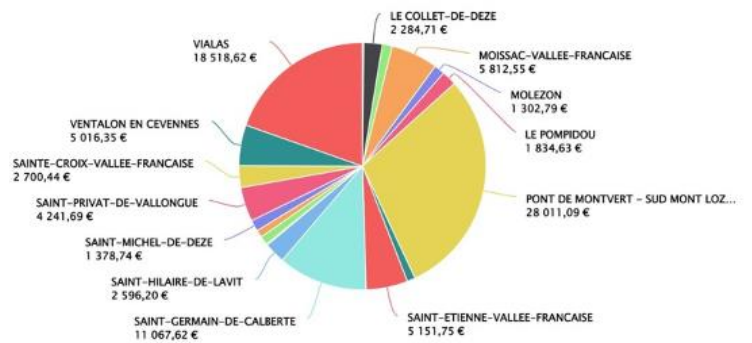
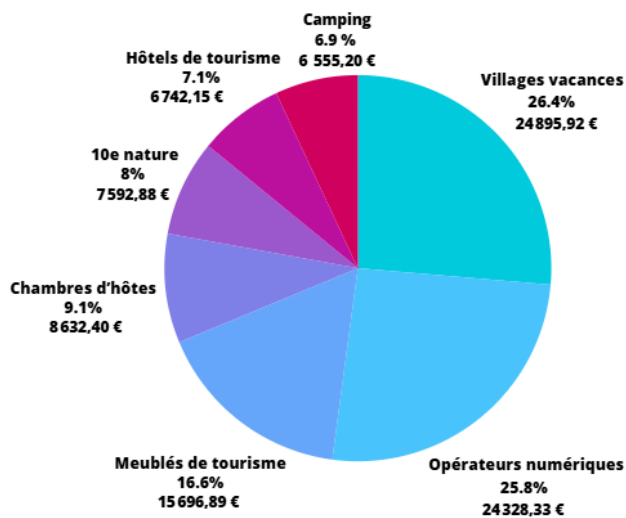
Sur la mise en place du logiciel, les opérateurs constatent en moyenne une augmentation entre 20 et 30 % la première année. Avant la mise en place du logiciel, la taxe de séjour récoltée était 61 596 € (moyenne de la taxe de séjour récoltée en 2020-2021-2022 – chiffres non consolidé car pas de registre de séjour).

En 2023, nous avons recensé 357 hébergements sur la destination (pour 287 hébergeurs) dont 98 hébergements classés (27,5% de l'ensemble des hébergements). Les diverses réunions d'informations menées sur le territoire par l'office de tourisme et les rendez-vous personnalisés ont permis au territoire d'augmenter la récolte de la taxe de séjour sur la destination.

En 2023 ce sont **94 690,95 € qui ont été déclarés** (dont 1 581,65 € sont encore à percevoir au 25/11/24) pour un total de **179 497 nuitées** marchandes.

En fin d'année 2023, début 2024, un travail important a été mené par l'office de tourisme au niveau des hébergeurs non connectés et ceux qui n'ont déclaré aucune nuitée depuis janvier 2023. Des rendez-vous individuels ont été proposés aux hébergeurs en décembre, janvier et février pour les accompagner sur leurs déclarations.

Déclarations par commune en 2023 :



Nouveaux Territoires

Sur 2024, nous avons observé une plus grande facilité des hébergeurs au niveau de l'utilisation du logiciel.

En termes de données chiffrées pour 2024 (au 13/01/24) :

- Montant total déclaré 2024 : 90 922,20 €
- Nombre de nuitées total déclarées 2024 : 144 694
- Part en % des opérateurs numériques : 34,32 %

Ces chiffres doivent être encore consolidés jusqu'au 31 mars 2025 car il manque des déclarations

Pour pouvoir avancer sur le sujet de la taxe de séjour dans le futur, il faudra convenir de la mise en place d'une mission de police par la Communauté de communes. > Réfléchir à une potentielle mise en place en avril 2025 pour le reversement de la taxe de séjour 2024.

CONCLUSION DU BILAN PAR LE PRÉSIDENT ET LA DIRECTRICE DE L'OFFICE DE TOURISME

Depuis quelques années, nous constatons que certaines tendances s'accroissent davantage comme l'attrait pour la réservation en ligne, l'intérêt pour les destinations nature et l'importance accordée aux démarches environnementales, tandis que la réservation de séjours en dernière minute se généralise. C'est pourquoi il est essentiel que les professionnels du tourisme de la destination soient en adéquation avec ces nouvelles tendances. Notre équipe s'engage à les accompagner dans cette évolution, nécessaire pour pérenniser l'attractivité de la destination. Nous construisons un programme de réunions d'information et éductours pour 2024 et proposons en complément un accompagnement personnalisé grâce à des rendez-vous individuels, afin de les guider au plus près de leurs besoins et de leur permettre de se perfectionner dans ces domaines.

Cette année encore, l'ensemble du personnel s'est investi avec enthousiasme et détermination en faveur du développement de l'attractivité du territoire grâce à ses opérations de promotion et à la mise en œuvre ou l'accompagnement de projets structurants. Ce travail se poursuivra en partenariat avec la communauté de communes en 2024, avec comme projets majeurs pour la destination : la construction d'un réseau d'itinéraire multi-pratique sur les vallées cévenoles, la construction de la Maison du Mont Lozère, la création de deux musées supplémentaires : le Musée de la mine et le Musée Numa Bastides. Le développement et la structuration de ces offres touristiques sont essentiels au maintien des visiteurs sur la destination Cévennes Mont Lozère.

Le plan d'action 2023-2025 de l'office de tourisme a été conçu en gardant comme axe fort la qualité, la communication et la valorisation des activités de pleine nature. L'accent est mis sur la qualité de l'accueil pour renforcer l'image du territoire et satisfaire les clients, ainsi que sur la qualité des bureaux d'information touristique, qui ont pu être transformés grâce à un projet d'envergure. La communication sur la destination Cévennes Mont Lozère est également un axe majeur de ce plan d'action, visant à augmenter la fréquentation sur le territoire, notamment sur les ailes de saison.

Nous tenons à remercier la communauté de communes des Cévennes au Mont Lozère et le département de la Lozère pour leur soutien financier. Nous saluons également tous les membres de l'association qui contribuent au rayonnement de notre destination, ainsi que toute l'équipe de l'office de tourisme, sans qui, tous ces projets ne pourraient voir le jour et qui a à cœur de transmettre aux visiteurs toutes les clés et informations nécessaires pour passer un excellent séjour entre Cévennes et Mont Lozère.

Office de tourisme
**DES CÉVENNES
AU MONT LOZÈRE**



Suivez-nous sur :



#CEVENNESMONTLO



Retrouvez-nous dans nos bureaux d'information du Pont de Montvert, de Vialas, de Sainte Croix Vallée Française, de Saint Etienne Vallée Française, de Saint Germain de Calberte ou du Collet de Dèze !

Une Question ? un conseil ?

Contactez-nous au



+33(0)4 66 45 81 94

Du lundi au vendredi de novembre à mars
et du lundi au samedi de Pâques à Toussaint
de 9h30 à 12h30 et de 14h à 17h30

Hebergements, randonnée, culture, bons plans, ...
Retrouvez toute l'offre touristique du territoire sur

www.cevennes-montlozere.com

Office de tourisme
**DES CÉVENNES
AU MONT LOZÈRE**

Siège : Le quai - Le Pont de Montvert
48220 Pont de Montvert Sud Mont Lozère
info@cevennes-montlozere.com
+33(0)4 66 45 81 94

La Lozère,
notamment

