



COMPTE RENDU DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2026 SUR 2025
DE L'OFFICE DE TOURISME DES CÉVENNES AU MONT LOZÈRE
le 21 avril 2026 à Saint Michel de Dèze

Membres présents

CF. Feuille de présence

Membres excusés représentés par pouvoir

- Jean-Paul Velay, association l'Arbre aux abeilles donne procuration à Laurent Plantier
- Benjamin Ballini, grandeur nature, donne procuration à Laurent Plantier
- Valérian Vanhouteghem, camping la Barette, donne procuration à Clara Arbousset
- Bernard Perrier, Train de l'Andorge en Cévennes, donne procuration à Alain Larnac
- Oscar Werson, gîte le Mazelet Haut, donne procuration à Alain Larnac
- Myriam et Claude Rocher, Loz'air, donnent procuration à Jean-François Velay

Autres membres excusés

- Christiane Hugon, Fédération pour la Pêche et la Protection du Milieu Aquatique
- Lauraire Angeline, scénovision de Saint Alban sur Limagnol
- Marie-Laure Dhont-Passet, Grotte de Dargilan
- Hélène Pratlong Baret, Ferme Caussenarde d'Autrefois
- Eva Roelofsen, Mas la Donzelenche
- Perrine Galzin, Le Merlet
- Camille Dugas-Dhombres, La lozerette

Après un tour de table, monsieur Pierre Bonnet, maire du Collet de Dèze et nouveau président de la Communauté de communes des Cévennes au Mont Lozère

BILAN MORAL DE L'OFFICE DE TOURISME

Monsieur Laurent Plantier, Président de l'office de tourisme (OT), accueille l'ensemble des présents à l'Assemblée Générale, les remercie pour leur présence et leur participation et remercie également la municipalité de Saint Michel de Dèze pour l'accueil au sein de leurs locaux. Il présente les grandes lignes de l'année passée, les enjeux à venir sur notre territoire, les nombreux projets en cours et remercie les membres de l'équipe pour l'année effectuée.

Validation du CR 2025 et rapport du commissaire aux comptes :

En 2025, les produits de l'Office s'élèvent à 296 036 €, avec une structure toujours très marquée par les subventions publiques, qui représentent 76 % de nos ressources. Les partenariats privés progressent légèrement, passant de 10 à 11 %, tandis que la boutique demeure un complément d'activité stable à 10 %. La quote-part de subvention d'investissement contribue pour 3 %.

Les charges atteignent quant à elles 303 703 €. Elles sont dominées par les frais de personnel, qui représentent 73 % du total, reflet de la nature fortement humaine de nos missions d'accueil, d'animation et de promotion.

(Cette hausse s'explique aussi par l'arrivée d'une salariée supplémentaire dans le cadre d'un remplacement maladie (prise en charge à 100 % pendant trois mois puis à 66 % les mois suivants, hors prévoyance), ainsi que par la provision d'IDR, absente l'an passé.)

Les autres postes restent maîtrisés : promotion (6 %), amortissements (5 %), fonctionnement des bureaux (4 %), frais comptables (4 %), achats boutique (3 %) et divers frais généraux.

Le résultat de l'exercice ressort à -7 667 €, un déficit modéré au regard des deux dernières années, mais cohérent avec un contexte d'activité soutenue et de missions renforcées. Nous remercions la communauté de communes pour son soutien financier. Enjeux 2026 : consolider les partenariats et diversifier les ressources propres, optimiser les charges de fonctionnement sans dégrader la qualité d'accueil, valoriser des actions pour de nouvelles subventions.

Le commissaire aux comptes certifie la régularité et la sincérité des comptes de l'exercice 2025. Il attire toutefois l'attention sur la persistance du déficit budgétaire de l'Office de Tourisme. Bien qu'en réduction, ce dernier impose une vigilance accrue pour atteindre l'équilibre financier. À cet égard, le commissaire souligne que le maintien du niveau des subventions est crucial pour ne pas fragiliser davantage la structure.

Vote du compte de résultat et du rapport du commissaire aux comptes 2025

Le rapport financier 2025, validé par notre cabinet comptable AGC Lozère ainsi que par notre commissaire aux comptes Axiome Audit, est adopté à l'unanimité.

Enfin, l'assemblée a procédé au vote de l'affectation du résultat. Celui-ci est affecté au report à nouveau, pour un montant de 7 667 €.

VALIDATION DU BU PRÉVISIONNEL 2026

Pour 2026, le prévisionnel se veut équilibré : les charges s'élèvent à 297 489,96 € et les produits à 297 756 €.

Notre budget se répartit en trois grands blocs :

- Le fonctionnement quotidien de nos bureaux : il s'agit de tout ce qui nous permet d'ouvrir les portes, de répondre au public et de maintenir nos outils en état. Cela représente 14 665,65 €, dont « Téléphone – internet : 6 597,12 € » et « location imprimante + impression : 1 675 € ». C'est ce qui garantit un accueil fiable, connecté et opérationnel dans nos différents BIT.
- Les outils, les services et la promotion du territoire : nous investissons dans les logiciels, la communication et les supports touristiques. Cela inclut par exemple : les guides et plans gratuits (7 000 €), la gestion du site internet, les outils numériques comme Fairguest ou Coq Trotteur, les salons et événements locaux. Au total, ces actions représentent 23 295,48 € dont 7 194 € pour l'évolution de notre site et de nos outils numériques. Ces dépenses servent directement à rendre le territoire visible, attractif et facile à découvrir.
- Une équipe qui fait vivre l'Office : le poste principal du budget concerne les frais de personnel, pour 219 288,69 €. Cela comprend les salaires, les charges, la formation, la médecine du travail. C'est l'investissement qui garantit un accueil humain, professionnel et présent sur tout le territoire.

Côté recettes :

Nos produits propres représentent 62 856 € : ventes de documents (28 000 €), partenariats (30 000 €), billetterie et services numériques (4 865 €)

À cela s'ajoutent 234 900 € de subventions, dont 200 000 € apportés par la Communauté de communes. Subvention qui a augmenté sur 2026-2028 pour permettre d'ouvrir Vialas comme les autres BIT une fois le musée ouvert cet été.

Ce budget 2026 est stable et tourné vers l'essentiel : un accueil de qualité, des outils modernes et une promotion efficace. Il nous permet de continuer à accompagner habitants, visiteurs et partenaires, tout en valorisant les Cévennes au Mont Lozère de manière responsable et ambitieuse.

Vote du budget prévisionnel 2026 : Le budget prévisionnel 2026 est voté à l'unanimité

Question sur le budget 2026 :

La question du renforcement de l'autofinancement a été soulevée. Lucie précise que la majorité des charges sont désormais incompressibles, d'importantes économies ayant déjà été réalisées sur les postes de dépenses courantes (téléphonie, impression, voiture, impressions).

Pour accroître les fonds propres de l'office, plusieurs pistes de recettes propres ont été proposées :

- Monétiser l'accompagnement technique du réseau professionnel (ex: aide à la création graphique de cartes de visite ou flyers).
- Commercialiser des encarts publicitaires sur les différents supports de communication de l'Office.
- Réviser à la hausse les cotisations ou packs de partenariat.
- Accroître le nombre de partenaire

BILAN D'ACTIVITÉ 2025 – PROJETS 2026 :

Bilan de la fréquentation 2025 de l'Office de tourisme :

En 2025, nos équipes ont accueilli physiquement 20 092 personnes. Si l'on regarde le nombre de demandes traitées, nous sommes à 10 410, ce qui marque une légère baisse par rapport aux deux années précédentes (11 088 en 2024 baisse de 6%). Cela s'explique par une baisse de la fréquentation générale en 2025 mais aussi par une mutation des comportements puisque les visiteurs consultent plus internet pour trouver des informations. Enfin, portons notre regard sur la répartition territoriale. Le Pont de Montvert reste, sans surprise, notre locomotive avec une fréquentation qui continue de croître en 2025 et qui représente 63% des visiteurs accueillis. On note une belle stabilité à Ste-Croix-Vallée-Française, Vialas et St-Étienne-Vallée-Française. En revanche, le bureau de St-Germain-de-Calberte a connu une légère baisse qui malgré l'effort de maintien d'une ouverture quasi-quotidienne (6j/7), le bureau subit la tendance départementale.

Le bureau du Collet de Dèze, lui, a connu une baisse significative de 28% avec une fréquentation très faible au mois d'août.

Concernant les renseignements à distance, nous comptabilisons **2 717 demandes**. On observe une tendance très claire : le téléphone recule significativement de **14 %**, tandis que le canal numérique (mails et formulaires) progresse de près de **4 %**. Le public privilégie l'écrit pour obtenir des informations précises.

Côté boutique, nous finissons l'année avec un chiffre d'affaires de 28 526 €, soit une progression de **2 %** par rapport à l'an dernier. C'est une satisfaction, même si l'on note que le panier moyen a légèrement baissé, passant de 9,43 € à 9,08 €. Les visiteurs achètent plus souvent, mais des articles à plus petits prix.

Questions sur des informations plus précises par bureau, le nombre de jours d'ouverture,.. Voir la présentation pot de fin de saison 2025. <https://canva.link/egozo8ciqoqa2od>

Bilan de fréquentation de la destination (Flux vision tourisme)

La destination Cévennes Mont Lozère a enregistré près de 640 700 nuitées en 2025, soit une baisse modérée de -2,9 % par rapport à 2024. Ce recul s'inscrit dans la tendance départementale : les nuitées en Lozère reculent de -2,1 %, tout en restant au-dessus de 2023 (+0,3 %).

La clientèle de notre destination reste très majoritairement française (88 %), avec une forte proximité géographique avec les départements :

- du Gard en 1ère position (19,5%)
- des Bouches du Rhône en 2nde (10,9%)
- de l'Hérault en 3ème position très proche derrière (10,1%)
- Suivis de Paris (5%) et du Rhône (3%) ensuite.

Près de la moitié des nuitées proviennent des trois départements voisins méditerranéens. Cela montre que la destination fonctionne avant tout comme une destination de proximité, appréciée pour des courts séjours, des vacances nature et une échappée estivale.

Parmi les clientèles étrangères, dans le top de nuitées on retrouve :

- Les allemands à 22%
- Les belges à 17%
- Les néerlandais à 10,8%
- suivis de près par les suisses (9%) et les britanniques (8%)

Concernant les excursions, aussi appelées présences en journée (sont désignées comme excursionnistes les personnes présentes plus de 2 heures sur la zone d'observation ne réalisant pas de nuitée et présente moins de 5 fois en journée sur les 15 derniers jours). Notre destination comptabilise près d'1 million 117 mille 900 excursions, dont 90% de visiteurs français et 10% de visiteurs étrangers.

Cela représente une baisse de 6% par rapport à 2024, soit un recul plus marqué que les nuitées. Là aussi, cela suit la tendance départementale avec -5,6% d'excursions par rapport à 2024.

La baisse touche donc davantage les visiteurs de passage que les touristes en séjour.

43% des nuitées restent concentrées sur juillet (19%) et août (24%), mais les ailes de saison ont aussi un rôle moteur. Mai et octobre sont également des mois fréquentés avec chacun 9% des nuitées, suivis par juin avec 8% puis avril et septembre avec chacun 7%. Par rapport à 2024, une légère hausse des nuitées a été enregistrée sur avril (+3%), juin (+4,5%) et octobre (+6,8%).

Tandis qu'une baisse conséquente des nuitées est constatée sur février (-17%), mars (-26%) et novembre (-15%). Une baisse de 2,9% est enregistrée en juillet et de 5% en août.

Concernant les excursions sur notre destination, elles sont davantage étalées sur la saison, entre avril et octobre :

- 18% en août
- 14% en juillet
- 11% en juin et en septembre

- 10% en mai
- 9% en octobre

Les baisses les plus marquantes du nombre d'excursions sont en novembre (-26%), en mars (-17%) ainsi qu'en octobre (-13%), en août (-11%) et en juillet (-6%). Sur le reste de l'année, c'est relativement stable.

Une piste d'explication peut être la baisse du pouvoir d'achat des ménages, qui a impliqué des arbitrages budgétaires sur les loisirs à la journée (peut-être moins de déplacements).

Taxe de séjour : Bilan 2025

Données 2025 : ces chiffres sont à prendre avec précaution car les données ne sont pas encore totalement consolidées (exemple Booking n'a pas encore déclaré 2025).

Sur la communauté de communes des Cévennes au Mont Lozère nous comptons 381 hébergements pour 276 hébergements. Sur ces 381 hébergements 109 sont classés.

En 2025, nous avons pour le moment enregistré 162 170 nuitées, ce qui représente une baisse de 9,4 % par rapport à 2024. Côté recettes, le montant déclaré s'élève à 104 881,51 €, soit un léger repli de 2,8 %.

A savoir qu'en mai dernier le montant de la taxe de séjour de 2024 s'élevait à 102 449,98€ il a été récolté jusqu'à aujourd'hui 4000€ de plus pour l'année 2024.

Nous constatons la prédominance des opérateurs numériques avec 34,5 % des nuitées déclarées, ensuite les villages vacances (18,5 %) et les meublés de tourisme avec 17,4%.

Ce décalage entre la baisse des nuitées et la relative stabilité des recettes s'explique par une augmentation du tarif depuis plusieurs années : entre 2024 et 2025 les tarifs ont augmenté. Nous aurons certainement le même phénomène en 2026, avec l'augmentation du tarif proportionnel de 3,5 à 5% car aujourd'hui 52% des hébergements de la CC récoltent la taxe avec le tarif proportionnel.

Nuitées déclarées par commune en 2025 : la commune du Pont de Montvert porte 38% du volume de nuitées déclarées sur la CC. Il y a également la commune de Saint Germain qui se démarque avec 14% des nuitées déclarées. On peut ensuite voir que les communes possédant un village vacances comme Vialas, Moissac Vallée Française et Saint Privat de Vallongue ont à peu près le même nombre de nuitées déclarées. Ventalon en Cévennes arrive juste derrière, sans village de vacances.

Nouvel espace hébergeur 2026 : ce nouvel espace est en ligne depuis mars il est plus moderne et intuitif. Pour accompagner cette transition, nous avons proposé 3 ateliers de présentation. Deux ont déjà eu lieu, au Collet de Dèze et à Saint Étienne Vallée Française. Nous avons accueilli nos premiers utilisateurs et nous encourageons vivement les autres hébergeurs à se rapprocher de nous pour découvrir cet outil.

Trois axes majeurs ont été travaillés :

- une navigation mobile optimisée : vos déclarations seront fluides, quel que soit l'appareil que vous utilisez.
- une déclaration assistée : un guidage étape par étape a été mis en place pour éviter toute erreur de saisie.
- une gestion autonome des rappels : paramétrage personnalisé des rappels mails pour assurer un meilleur suivi de vos déclarations

Questions :

Certains prestataires se plaignent de la complexité de récolte pour les structures importantes au tarif proportionnel, nous indiquons que les seules solutions possibles sont d'intégrer le calcul de la taxe de séjour directement sur le logiciel de réservation quand c'est possible ou de faire classer son hébergement pour passer au tarif fixe.

Poids économique de la destination avec l'outil PILOT :

PiLOT est un outil intégré à la cotisation ADN Tourisme, conçu pour aider les Offices de Tourisme à améliorer leur performance grâce à l'analyse de données. Il permet de calculer des indicateurs clés comme les Indicateurs Socio-Économiques Clés (ISEC) et l'Indice de Touristicité Territoriale (ITT). (Grâce à PiLOT, les Offices peuvent se comparer selon différentes catégories (territoire, forme juridique, budget, etc.) et accéder à des analyses comparatives pertinentes. Les réseaux départementaux et régionaux reçoivent des agrégations de données, ce qui valorise leur poids et leur impact à l'échelle nationale et locale)

L'objectif principal de PiLOT est d'encourager une démarche d'amélioration continue en identifiant les référents et en optimisant les pratiques organisationnelles et managériales. C'est un outil stratégique pour mieux comprendre son positionnement et affiner ses pratiques.

Grâce à cet outil nous avons pu calculer l'impact économique des nuitées touristiques hors excursionnistes : estimé à 26 605 985 euros. Cette estimation se base sur les dépenses directes des touristes pour l'hébergement, la restauration, les activités locales, et les services associés. Ce chiffre reflète la consommation touristique effective sans prendre en compte les excursionnistes (visiteurs de passage qui ne passent pas la nuit sur place).

(Infos si demandées : proportion des nuitées non marchandes 62% ; dépense moyenne par jour et par personne nuitées marchandes : 87€ ; dépense moyenne par jour et par personne nuitées non marchandes : 36€)

Impact sur l'emploi, poids des emplois touristiques dans l'économie locale :

Sur les 1 486 emplois disponibles dans la zone, le tourisme joue un rôle structurant dans l'économie locale :

- Emplois directs : 17,04 % des emplois sont directement liés aux nuitées touristiques. Cela comprend les personnes travaillant dans l'hôtellerie, la restauration, les services de loisirs, et les transports spécifiques au tourisme.
- Emplois directs & indirects : 28,97 % de l'emploi local. Cela inclut les acteurs économiques qui bénéficient des dépenses touristiques, même s'ils ne travaillent pas directement dans l'accueil des visiteurs

En résumé, le tourisme est un moteur économique essentiel pour le territoire, avec un impact financier et social bien supérieur à la moyenne nationale (7,2 %).

Communication :

En 2025, notre présence sur les réseaux sociaux s'est consolidée et renforcée. Nous comptons désormais 9 251 abonnés, soit une progression d'environ 1 300 personnes par rapport à 2024 (8000 en 2024)

Sur l'année, nos publications ont généré 1,3 million de vues, qu'elles soient issues de contenus organiques ou du partage par notre communauté. Ces résultats traduisent un intérêt toujours soutenu pour nos contenus (300 000 vues en 2024, 170 000 en 2023)

L'engagement progresse également de manière significative : nous comptabilisons 19 600 interactions (réactions, commentaires, partages), soit une hausse de +93,4 %. Ce dynamisme témoigne de l'intérêt croissant porté à nos contenus et contribue directement à renforcer la visibilité de notre page.

Sur Instagram, la communauté atteint désormais 4200 abonnés, soit 872 de plus que l'an dernier. (3556 en 2024) Comme pour Facebook, la couverture – et donc la visibilité – progresse nettement avec 30 400 vues (soit +109 % - 14700 en 2024). Le nombre d'interactions avec les publications est en augmentation. Il s'élève à 4 600 soit une augmentation de 100%. Les clics sur les liens progressent eux aussi, avec 146 clics enregistrés.

Radio : En 2025, nous avons participé à trois émissions "Bienvenue chez nous" sur Ici Gard Lozère. Suite à une évolution du format, nous n'intervenons plus directement à l'antenne, mais nous proposons désormais des profils issus du territoire afin de valoriser les prestataires locaux (restaurateurs, producteurs...).

Nous intervenons également régulièrement sur Radio Interval, avec un agenda oral mensuel, renforcé en juillet et août avec deux interventions mensuelles, afin de couvrir la période la plus riche en événements. 14 passages ont été programmés.

Presse : Nous répondons très régulièrement aux sollicitations du CDT pour des nouvelles activités ou la valorisation d'événements. Nous répondons également à ces sollicitations dans le cadre du PACT Cévennes. Des journalistes nous contactent également en direct pour obtenir des informations dans le cadre de futurs articles.

Salons et actions de promotion : En 2025, nous avons participé à trois salons avec la mobilisation de différents membres de l'équipe :

- Le salon Occ'ygène à Toulouse, aux côtés des autres offices de tourisme de Lozère : Marie a accueilli près de 200 visiteurs sur ses deux jours de présence
- Le salon du Randonneur à Lyon, avec le Pacte Cévennes : Charles était présent pour l'installation du salon jeudi ainsi que vendredi et samedi. Il a comptabilisé entre 100 et 200 interactions par jour.
- Un salon à Béziers, dans le cadre de l'opération « La Lozère à... » : Sur les trois jours, Morgane et Léa ont répondu à 160 demandes,

Nous avons également pris part à une opération promotionnelle dans les magasins Intersport de Montpellier.

Newsletter : Un programme d'animation est envoyé sous forme de newsletter toute l'année par quinzaine à 696 contacts en 2025 hors professionnels du tourisme (185 contacts).

Ce canal est particulièrement plébiscité par les habitants et les résidences secondaires, qui y voient un outil indispensable pour planifier leurs loisirs. Taux d'ouverture de la newsletter : 47,63 %. A savoir que le taux moyen d'ouverture d'une newsletter par mail se situe entre 18% et 22 %.

Taux de clics sur la newsletter : 11,55%. Le taux de clic moyen d'une newsletter se situe généralement entre 2 % et 5 % selon les secteurs. Ce résultat signifie que le contenu est pertinent, les appels à l'action sont efficaces et que les animations proposées intéressent réellement notre audience.

Outils papier : Nous poursuivons notre stratégie de promotion via des supports papier, entièrement réalisés en interne, de la rédaction à la mise en page :

- Le guide de destination, qui valorise les atouts du territoire et ses acteurs
- La carte touristique, permettant aux visiteurs de se repérer et de construire leur séjour
- Le guide des hébergements, qui n'a pas été reconduit à ce jour

Nous produisons également ponctuellement des flyers pour les restaurants ainsi que des programmes d'animations estivales.

Focus site internet (chiffres clés, nouveauté, ...) + point autres sites OT

Notre site internet est l'un de nos principaux outils de communication.

Afin de maintenir un site attractif et performant, un travail régulier d'alimentation, d'actualisation et de modernisation est indispensable. La gestion du contenu s'inscrit dans une démarche de long terme, qui repose sur une actualisation fréquente des informations, un enrichissement éditorial continu et une analyse régulière des données de fréquentation, permettant d'identifier des axes d'amélioration.

Ce travail est mené de manière constante tout au long de l'année.

En 2025, 7 nouvelles pages thématiques ont été créées et le contenu de 7 pages a été entièrement actualisé.

Ensuite, sur le côté pratique, nous avons intégré à notre site un widget Géotrek sur la page dédiée aux sentiers de randonnée, permettant une recherche plus ergonomique et simplifiée des sentiers de randonnée sur le territoire, grâce à une carte interactive et des filtres de recherche (par distance, par temps, par difficulté, par commune) plus performants.

Notre site internet a enregistré 239 920 sessions en 2025, soit une progression de 12% par rapport à 2024 et 169 670 utilisateurs, soit une progression de 6%.

Les tranches d'âge qui utilisent le plus notre site internet sont les 25-34 ans et les 45-54 ans, mais globalement notre site internet est consulté par toutes les tranches d'âge, il n'y a pas d'écart important.

Les utilisateurs sont dans le top 5 : de Paris, de Lyon, de Mtp, de Marseille et de Toulouse.

Il est consulté majoritairement sur mobile à 64% puis sur PC à 33% et minoritairement sur tablette à 3%.

16 200 brochures toutes confondues ont été téléchargées depuis notre site (plans de villages, fiche détaillée de sentier, carte touristique, guide destination, etc).

On enregistre 505 918 pages vues, en progression de 4% par rapport à 2024. Parmi les plus consultées, on retrouve :

- Sentiers de randonnée
- 5 idées de mini-treks
- Agenda des animations
- Village du PdM
- Lieux de baignade
- Tour du Mont Lozère GR 68

En parallèle, nous gérons également deux sites annexes : un site dédié aux boucles de randonnée en itinérance de courte durée autour du Mont Lozère randonnee-montlozere.com ainsi qu'un site dédié aux visites de fermes sur la saison estivale visitedefeme.fr

Question de la gestion du site internet : une question a été soulevée concernant la répartition des missions liées au site web. Il a été précisé que la gestion est hybride : si la maintenance et le développement technique sont confiés à un prestataire externe, l'intégralité de la création de contenu (rédaction, visuels, mises à jour) est pilotée et produite en interne par l'équipe de l'Office.

Bilan Réseau pro 2025

L'office de tourisme comptait 22 adhérents et 169 structures partenaires en 2025.

20 visites de terrain ont été réalisées directement chez les prestataires touristiques. Ces visites nous permettent de rencontrer, de mieux connaître les prestataires touristiques, de nous présenter. Mais aussi de mieux appréhender les différentes problématiques rencontrées ou d'identifier les besoins en accompagnement.

Plusieurs rencontres ont été organisées pour renforcer la dynamique collective :

- Atelier de travail sur le développement du cyclotourisme itinérant au Pompidou ;
- Éductour au Train de l'Andorge en Cévennes, à l'issue de l'Assemblée Générale 2025 ;
- Pots de fin de saison réunissant 34 participants, organisés à :
 - Saint-Étienne-Vallée-Française,
 - Saint-Germain-de-Calberte,
 - l'Espinas,
 - Le Pont-de-Montvert.

Nous avons proposé des rendez-vous d'accompagnement individuel à l'OT aux prestas qui en ont fait la demande, afin de les accompagner sur différentes thématiques : recherche de solutions pour créer un site marchand, solutions de mise en place de la réservation en ligne, aide à l'amélioration de la communication sur le web, accompagnement taxe de séjour...

29 sites internet créés grâce aux solutions proposées par l'OT étaient actifs en 2025, soit avec la solution Digitalyz, soit avec la solution Weebnb.

Nous communiquons activement tout au long de l'année auprès de nos partenaires via nos différents canaux de communication : la newsletter mensuelle "La lettre d'info des pros", l'Espace pro de notre site internet et le groupe Facebook "Entre pro - Cévennes Mont Lo" (76 publications en 2025 / 3095 vues et 214 réactions).

Au niveau de l'animation du réseau pro en 2026 :

En ce début d'année, le 12 mars, nous avons proposé une formation "Tous engagés pour la RICE" co-organisée par le Parc national des Cévennes à l'Espinas, qui a rassemblé 17 personnes (participants et intervenants).

Il est prévu que nous renouvelions l'organisation des pots de fin de saison à l'automne.

Nous allons poursuivre nos visites de terrain à la fin du printemps et à l'automne, en privilégiant les structures que nous n'avons jamais visitées.

Une nouveauté cette année dans notre proposition de partenariat : la possibilité de mettre en avant vos offres spéciales grâce au module "Bons plans" qui apparaît sur la page d'accueil de notre site internet. La page d'accueil de notre site internet a enregistré 39 000 vues au cours de l'année 2025, cela peut vous permettre de booster la visibilité de votre offre. A savoir que :

- Un bon plan gratuit (15 jours, hors juillet-août) est inclus selon votre formule de partenariat.
- Pour les autres prestataires, il peut être ajouté en option (voir tarifs). Les partenaires disposant déjà d'un bon plan inclus peuvent également en réserver un supplémentaire (de 24€ à 90€ selon période).

Il vous suffit de remplir un bon de commande.

Nouvelle offre de reportage photo : afficher des photos de qualité, c'est plus de visibilité, plus de clics, et jusqu'à 20 % de réservations supplémentaires. Elles permettent aussi de mieux valoriser votre hébergement et de créer le coup de cœur en quelques secondes.

Une offre exclusive a été négociée spécialement pour nos partenaires auprès du photographe Pixels et autres : 280 € HT pour un reportage photo comprenant au minimum 10 photos haute def, retouchées, libres de droits et prêtes à l'emploi. + frais kilométriques depuis St Jean du Gard 1€/km

Sur le powerpoint vous avez un aperçu de quelques photos de notre photographe partenaire. C'est le moment pour réserver votre créneau pour le printemps ou le début d'été. Pour en profiter, contactez-nous et nous vous mettrons en relation.

Projets en cours :

Pour faire évoluer notre offre d'accompagnement à la création de site internet, nous travaillons actuellement en lien avec une agence web en vue de la proposition de nouvelles solutions de création de sites internet adaptés spécialement pour les professionnels du tourisme. Nous travaillons sur 2 types d'offres, sous forme d'abonnement mensuel, avec 12 mois d'engagement. Nous espérons que cette offre sera disponible dès cet automne.

Nous travaillons actuellement à la recherche de financements pour un projet structurant autour du tourisme durable sur le Sud Lozère, en lien avec l'Agence d'Attractivité Gorges Causses Cévennes.

Ce projet, encore en phase de réflexion, vise à faire du Sud Lozère une destination plus responsable et exemplaire en matière de tourisme durable. Il s'articule autour de trois grands axes :

- renforcer la structuration et la montée en compétences de l'Office de Tourisme sur les enjeux du tourisme durable.
- accompagner les professionnels face au changement climatique et à la transition écologique, (grâce notamment à des rencontres territoriales, des conférences et un accompagnement personnalisé)
- faire du sud Lozère une destination exemplaire en matière d'itinérance douce, avec un meilleur accueil des visiteurs itinérants, davantage de services, et une meilleure gestion des flux grâce à des circuits thématiques alternatifs.

A ce stade, nous ne pouvons garantir que ce projet verra le jour, mais on y travaille et on espère qu'il sera rendu possible.

Questions :

Un prestataire a sollicité des précisions concernant les modalités de l'assurance annulation Meetch, intégrée à la solution de réservation Direct Lozère (outil déployé par le Comité Départemental du Tourisme).

Il souhaitait notamment rappeler aux autres prestataires que, même s'ils ne perçoivent pas directement les montants liés à cette assurance, le professionnel reste l'interlocuteur principal du client.

Projets structurants :

Visites de fermes : L'édition 2025 des Visites de fermes, organisée de juin à septembre sur le territoire des Cévennes au Mont Lozère, confirme l'intérêt du public pour le savoir-faire agricole local.

En 2025, 10 producteurs se sont engagés dans l'opération, permettant la réalisation de 49 visites, pour un total de 388 participants. Cela représente un chiffre d'affaires de 1 677 €, hors ventes de produits.

On observe toutefois que la fréquentation reste très concentrée sur les mois de juillet et août, malgré une programmation élargie sur quatre mois. Le profil des visiteurs se précise également, avec une majorité de familles représentant 52 % du public.

Visibilité et communication : En 2025, la visibilité de l'événement a franchi un cap grâce à une communication numérique renforcée.

- Le site dédié a enregistré 2 600 visiteurs, confirmant l'intérêt d'un public jeune (25–34 ans) et familial
- La page dédiée sur le site de l'Office de tourisme a vu sa fréquentation augmenter de 32 %
- Les réseaux sociaux ont relayé l'événement via plusieurs publications Facebook et Instagram, générant un bon niveau d'engagement

Analyse et points d'attention : plusieurs enseignements se dégagent :

- Le succès des visites repose de plus en plus sur les inscriptions de dernière minute
- L'implication directe des agriculteurs dans la communication (affichage, réseaux sociaux...) devient un facteur clé
- Le public hors familial reste difficile à mobiliser, malgré l'introduction de la nouvelle baseline « *Rencontres authentiques, savoir-faire cévenols* »
- Enfin, la répartition géographique des visites reste inégale, avec une concentration importante sur certains secteurs comme la Vallée Longue

Perspectives 2026 : pour 2026, **7 participations sont déjà confirmées** à ce stade. La date limite d'inscription étant fixée au **20 avril**, les producteurs ayant participé en 2025 ont été contactés, et une nouvelle phase de relance auprès de potentiels participants sera lancée dans les prochains jours.

Par ailleurs, les modalités de participation évoluent cette année : il est désormais demandé aux producteurs de devenir partenaires ou adhérents de l'Office de tourisme.

Cette évolution vise à soutenir les actions mises en œuvre autour de l'événement, notamment :

- l'alimentation du site internet
- la promotion
- la gestion des inscriptions
- et plus globalement le temps de travail dédié à l'organisation

Petite Randonnée :

Comme chaque année, nous assurons le suivi et la promotion des différentes boucles de petites randonnées. Ces dernières ont été encodées sur la plateforme Geotrek commune au PNC et remontent à présent grâce au widget sur notre page dédiée sur notre site internet. Ce widget se présente sous forme de carte interactive offrant la possibilité de filtrer sa recherche par pratique (trail, rando, vtt...), par difficulté, par durée, etc. Nous travaillons toujours également avec la plateforme Suricate (sentinelles.sportsdenature.fr), plateforme sur laquelle chacun peut faire remonter tout problème rencontré sur un itinéraire de randos. L'information remonte alors automatiquement à l'office de tourisme et à la communauté de communes.

GR68 :

Nous éditons la brochure voyage au cœur du Mont Lozère qui propose 9 boucles en itinérance autour du GR68. C'est un projet dont nous sommes assez fiers, qui marche bien, qui intéresse, nous le constatons dans nos bureaux mais aussi lors du salon du randonneur de Lyon auquel je participe chaque année. Cette année nous avons donc relancé notre campagne d'adhésion auprès des hébergeurs pour apparaître dans la brochure et sur le site internet

dédié : randonnée montlozere.com. Nous avons retravaillé toutes les cartes et descriptifs et nous sommes en train de procéder à la refonte du site internet en interne.

Focus sur Lozere Outdoor :

Le département a lancé Lozere Outdoor (lozere outdoor.fr) : il s'agit d'une application mobile et d'une plateforme qui permet d'accéder à tous les sports de pleine nature en Lozère : via ferrata, vélo, vtt, trail, marche à pied, escalade...

L'application permet de visualiser tous les parcours, d'être géolocalisée en temps réel et de suivre son itinéraire. Possibilité de l'utiliser hors réseau si l'on a téléchargé son itinéraire à l'avance. Et on peut également facilement signaler tous problèmes rencontrés sur les itinéraires via Suricate.

GQD Itinerance

Dans le cadre du Groupe Qualité de Destination de l'office de tourisme, nous avons organisé un atelier visant à travailler sur le développement du cyclotourisme itinérant entre les Cévennes et le Mont Lozère. Nous avons choisi cette thématique car nous constatons une hausse des pratiquants sur le territoire, qu'il s'agit d'une pratique écotouristique en phase avec notre destination qui se veut tournée vers un tourisme durable. Que cela présente un fort potentiel pour dynamiser les ailes de saisons. Et que ça permet d'attirer davantage de clients potentiels pour des hébergements proposant de l'accueil à la nuitée situés hors itinéraires de Grande randonnée.

Nous avons donc pour cet atelier invité tous ceux qui le souhaitaient mais particulièrement les prestataires d'activités vélo, les loueurs, des affiliés à des groupes de cyclo locaux, le département, etc. Il en est ressorti une boucle d'itinérance en 5 jours, avec possibilités d'hébergements, présentation des points d'intérêt, cartographie et GPX que vous pouvez retrouver sur notre site internet.

Projets communautaires et de leurs échéances :

La Communauté de Communes (CC) mobilise un agent à temps plein dédié au balisage et au petit entretien (élagage léger, signalétique) sur l'ensemble du territoire (environ 800 km sentiers). Émilie coordonne ces interventions en priorisant les signalements issus de la plateforme Suricate. Pour les opérations de plus grande envergure (débroussaillage, remise en état), la CC sollicite annuellement des prestataires via un marché public. Ce poste de dépense représente un budget annuel compris entre 45 000 € et 50 000 €.

Avancement du projet de réseau multi pratique sur le sud de la CC : la campagne de signature des conventions de passage auprès des propriétaires s'achèvera mi-juin, permettant de figer le tracé définitif du réseau. La phase de travaux est programmée pour 2027.

La question de la pérennité du petit entretien reste centrale. Émilie s'appuie sur l'exemple de Vialas, où une association de baliseurs bénévoles et la société de chasse locale collaborent activement au petit entretien des sentiers. Afin de dupliquer ce modèle participatif à l'échelle du territoire, Émilie prévoit d'organiser des journées d'animation thématiques pour inciter les habitants à s'approprier le projet et à s'impliquer localement.

Musée de Vialas – Avancement :

Plusieurs lots du projet ont déjà été attribués — l'audiovisuel, la muséographie, les contenus, les bandes sonores, le graphisme et la traduction — et sont aujourd'hui en cours de réalisation. Les lots qui étaient infructueux ont été repris en gré à gré, avec des propositions désormais solides et des devis validés. La finalisation contractuelle interviendra après l'élection du 16 avril. Les travaux débiteront dès le mois de mai, avec la plomberie, puis les

murs, cloisons et peintures, avant de passer à l'électricité et au mobilier. L'objectif est d'aboutir à un aménagement finalisé pour l'été 2026.

Exposition 2026 – Collection Numa Bastide :

Le dossier scénographique de l'exposition 2026 consacrée à la collection Numa Bastide est désormais finalisé, avec une présentation officielle qui a eu lieu hier. Ne pouvant être disponible, une réunion de concertation avec l'Office à eu lieu le 14 avril afin de garantir une bonne intégration du projet dans un espace partagé.

L'exposition sera présentée de la fin juin au 31 octobre 2026. Cette année, elle s'inscrit dans la thématique "Miel et Apiculture en Cévennes", qui met en valeur les savoir-faire locaux et une activité emblématique du territoire, tout en renforçant les liens entre culture, patrimoine et économie locale. Une thématique pleinement cohérente avec les actions de l'Office, notamment autour des visites de fermes et de l'apiculture, pour créer une véritable synergie avec les dynamiques touristiques du territoire.

RENOUVELLEMENT D'UNE PARTIE DU CA :

À la suite des élections municipales, de nouveaux membres doivent être élus au Conseil d'Administration dans le collège des élus.

Pour les six bureaux d'information touristique, les représentants suivants sont désignés :

- Brame Michel (Titulaire) et Roquier Alexandre (suppléant) pour la commune de Saint Etienne Vallée Française
- Delbecque Cathy (titulaire) et Pantel Edith (suppléante) pour la commune de Sainte Croix Vallée Française
- Arbousset Clara (titulaire) et runel Galzin Perrine (suppléante) pour la commune de Pont de Montvert Sud Mont Lozère
- Chaït Fadila (titulaire) et Rabiau Bernadette pour la commune de Vialas
- O'neill Cathie (Titulaire) et Mula Philippe (suppléant) pour la commune de Saint Germain de Calberte
- Baulès Catherine et Roux-Touzac Clémentine pour la commune de Sainte Croix Vallée Française

Se présente également :

- Maltaverne Natalie
- Liottet Nathalie,
- De Gaudemont Muriel

Après avoir vérifié qu'aucun autre candidat ne souhaitait se présenter, l'ensemble des nouveaux membres est élu à l'unanimité.

Clôture de l'Assemblée générale

Laurent Plantier clôture l'AG et remercie l'ensemble des participants de s'être déplacé et mobilisé pour l'office de tourisme. Le bilan 2025 sera également transmis par mail avec le compte-rendu.

Les membres de l'assemblée ont partagé un verre de l'amitié à l'issue de cette rencontre.

La réunion s'est poursuivie par un moment convivial autour d'un buffet (à la charge des participants) préparé par la Petite Halte, suivi d'une visite enrichissante à l'atelier de Nahen

Powerpoint visible à cette adresse :