

PLAN D ACTION DE L OFFICE DE TOURISME DES CEVENNES AU MONT LOZERE 2026-2028

Le déploiement des missions de l'OT, tant sur le volet de la démarche qualité, de la promotion du territoire que sur celui du développement touristique du territoire, donne lieu, à l'élaboration d'un programme basé sur plusieurs axes.

Ce programme a été établi en fonction des objectifs proposés par la Communauté de communes dans la convention d'objectifs, signé le 18/12/2025

Priorité		Budget : fourchette indicative (hors masse salariale)
Haute (obligatoire / structurant)		€ = < 2 000 €
Moyenne (important mais flexible)		€€ = 2 000 – 10 000 €
Basse (opportunité / dépendances)		€€€ = > 10 000 €

Axes	Objectifs	Actions	2026	2027	2028	Responsable	Indicateurs	Priorité	Budget	Remarques
Axe 1 : Promotion et communication sur la destination	<i>Renforcer la communication</i>	Plan de communication annuel	X	X	X	Resp. Com	Plan validé / actions réalisées		€	Aligné CDT/CRTL
Axe 1 : Promotion et communication sur la destination	<i>Renforcer la communication sur la destination Cévennes mont Lozère</i>	Guide de destination > le valoriser comme magazine	X	X	X	Resp. édition	Nb d'exemplaires distribués		€€	
Axe 1 : Promotion et communication sur la destination	<i>Renforcer la communication sur la destination Cévennes mont Lozère</i>	Création de guide thématique pour favoriser la transition en matière de promotion	X	X	X	Resp. Réseau Pro	Nb d'exemplaires distribués		€	
Axe 1 : Promotion et communication sur la destination	<i>Moderniser les outils</i>	Refonte légère du site (passage en v3 obligatoire avant fin 2026 sinon arrêt des flux), nouveaux outils de promotion des partenaires, mise en page, ...	X	X		Resp. promotion	SEO, trafic, taux rebond		€€	Préparation refonte 2028 ?
Axe 1 : Promotion et communication sur la destination	<i>Moderniser les outils</i>	Refonte complète du site			X	Resp. promotion	Mise en ligne / performance du site		€€€	À budgéter avec la CC
Axe 1 : Promotion et communication sur la destination	<i>Référencement et promotion</i>	Définir une stratégie d'usage de l'IA pour améliorer le référencement et garantir la fiabilité des informations diffusées, incluant la création d'une charte RSE, le choix d'outils adaptés et l'optimisation des contenus pour qu'ils soient correctement repris par les IA génératives.		X	X	Resp. promotion	Qualité des réponses IA / cohérence des contenus repris		€€	Travail en lien avec CDT/CRTL + veille IA
Axe 1 : Promotion et communication sur la destination	<i>Valoriser la destination</i>	Vidéos immersives		X	X	Resp. Com	Nb de vidéos / vues		€€	Mutualisable CDT
Axe 1 : Promotion et communication sur la destination	<i>Valoriser la destination</i>	Augmenter la photothèque pro	X	X	X		Nb de photos / qualité		€€	voir avec les partenariat CDT / CRTL
Axe 1 : Promotion et communication sur la destination	<i>Augmenter la fréquentation</i>	Campagnes thématiques ciblées (Intersport / sport 2000 / clubs de rando)	X			Resp. Com	Portée / conversions en présence		€	Printemps ou automne
Axe 1 : Promotion et communication sur la destination	<i>Augmenter la fréquentation</i>	Participation salons de promotion de la destination	X	X	X		Portée / conversions en présence		€	Printemps ou automne
Axe 1 : Promotion et communication sur la destination	<i>Relations presse</i>	Accueils presse	X	X	X	Resp. Com	Nb accueils / retombées		€	En lien CDT/CRTL
Axe 1 : Promotion et communication sur la destination	<i>Améliorer l'accueil</i>	Mise à jour SADI à l'échelle du territoire	X	X	X	Resp. Accueil	Version validée		€€	Version 2.0 à prévoir en 2027 (prévoir budget accompagnement) et mise à jour tous les ans
Axe 1 : Promotion et communication sur la destination	<i>Améliorer l'accueil</i>	Accueil sur les lieu touristiques majeur et/ou villages vacances et sur les évènement fort du territoire : Fête du Pélardon, Fête des Ayres, Fête de l'abeille noire	X	X	X		Nb accueils / retombées		€	
Axe 2 : NTIC et réseaux sociaux	<i>Promotion numérique</i>	Apprendre et appréhender les missions de community manager		X		Resp. Com				Voir avec AFDAS
Axe 2 : NTIC et réseaux sociaux	<i>Promotion numérique</i>	Développer des actions de valorisation de l'accueil personnalisé en amont du séjour afin d'augmenter la fréquentation : le carnet de voyage personnalisé (fort impact, peu de coût), les scénarios d'accueil anticipé (famille, sportif, détente, ... pour valoriser notre expertise), des contenus ciblés RS (à envoyer aux personnes qui réagissent),...	X	X	X	Resp. Com	Taux de conversion / demandes préalables		€	À articuler avec la stratégie réseaux sociaux

<u>Axe 2 : NTIC et réseaux sociaux</u>	Promotion numérique	Stratégie réseaux sociaux	X	X	X	Barbara	Taux engagement / abonnés		€	Calendrier éditorial
<u>Axe 2 : NTIC et réseaux sociaux</u>	Promotion numérique	Moteur d'expériences, création de journées packagées pour valoriser nos offres	X	X	X		Nb articles / lecteurs		€	Contenus immersifs
<u>Axe 2 : NTIC et réseaux sociaux</u>	Promotion numérique	Nouveaux enjeux auprès d'influenceur / blogueur sur notre territoire	X	X	X		Nb accueils / retombées			En lien CDT/CRTL
<u>Axe 2 : NTIC et réseaux sociaux</u>	Outils numériques	Intégrer des outils d'IA pour moderniser les supports numériques, optimiser la production de contenus (réseaux sociaux, éditorial web) et améliorer l'expérience utilisateur.	X	X	X	Resp. Com Resp. Promotion	Gain de temps / qualité des contenus		€	Besoin en formation
<u>Axe 2 : NTIC et réseaux sociaux</u>	Outils numériques	Chatbot d'accueil			X	Resp. Com	Nb interactions		€€	Selon budget CC, à définir
<u>Axe 2 : NTIC et réseaux sociaux</u>	Outils numériques	Valoriser les outils à destination des visiteurs disponibles même lorsque l'accueil est fermé		X	X	Resp. Com	Nb consultations		€	Sites à forte fréquentation
<u>Axe 2 : NTIC et réseaux sociaux</u>	Outils numériques	Poursuivre l'accueil avec les tablettes dans les BIT pour enrichir l'accueil	X	X		Resp. Com	Usage / satisfaction			
<u>Axe 2 : NTIC et réseaux sociaux</u>	Outils numériques	Envoyer à chaque visiteurs leur carnet de voyage en fonction de leur coup de cœur, nouvel outils GRC	X	X		Resp. Accueil	Usage / satisfaction		€	Voir avec l'outil du CDT
<u>Axe 3 : Améliorer les actions envers les socio professionnels</u>	Sensibilisation au tourisme durable	Sensibiliser et mobiliser les acteurs et actrices de la destination sur la thématique de la transition touristique, mise en place d'outils pour accompagner les structures	X	X	X	Resp. Réseau Pro	Nb participants		€€€	Projet LEADER
<u>Axe 3 : Améliorer les actions envers les socio professionnels</u>	Professionnaliser	Formations, réalisation de diagnostics et accompagnement des socio-pros pour développer et augmenter la qualité des services d'accueil, promotion et communication	X	X	X	Resp. Réseau Pro	Nb participants		€	Numérique / durable
<u>Axe 3 : Améliorer les actions envers les socio professionnels</u>	Renforcer le réseau	Rencontres du tourisme : Organiser des réunions locales, des ateliers pratiques avec les socio pro	X	X	X	Resp. Réseau Pro	Nb participants		€€	Automne et Printemps
<u>Axe 3 : Améliorer les actions envers les socio professionnels</u>	Renforcer le réseau	Newsletter pro	X	X	X	Resp. Réseau Pro	Taux ouverture		€	Mensuelle
<u>Axe 3 : Améliorer les actions envers les socio professionnels</u>	Structurer la qualité	Animation GQD	X	X	X	Resp. Qualité	Nb réunions / actions		€	Démarche continue
<u>Axe 3 : Améliorer les actions envers les socio professionnels</u>	Information entemps réel	Créer un classeur d'accueil numérique et imprimable pour les professionnels, comprenant QR codes des randonnées, informations pratiques et ressources par secteur (Mont Lozère, Vallée Française, Vallée Longue), mis à jour annuellement.		X	X	Resp. Réseau Pro en lien Resp. Accueil	Nombre de téléchargements / retours pros		€	Diffusion annuelle + version personnalisable
<u>Axe 3 : Améliorer les actions envers les socio professionnels</u>	Sensibiliser les professionnels aux nouveau outils	Proposer une formation dédiée aux outils numériques et à l'usage de l'IA, pour accompagner les professionnels dans l'adoption de pratiques efficaces et responsables.		X	X	Resp. Réseau Pro	Nombre de participants / satisfaction		€	En lien avec les besoins identifiés lors des rencontres pros (financement mobilisable via AFDAS)
<u>Axe 3 : Améliorer les actions envers les socio professionnels</u>	Sensibiliser les professionnels à l'engagement qualité	Valoriser les labels existants / Renseigner régulièrement les socio pro sur les démarches à suivre pour intégrer les labels existants	X	X	X	Resp. Réseau Pro	Nb certifiés			Avec organismes qualifiants
<u>Axe 4 : Développement touristique - structuration</u>	Etre un interlocuteur privilégié pour les acteurs du territoire	Suivi des projets en cours sur le territoire - La Cévenole Voie verte, Itinérance Gorges et Vallées du Tarn GR736, chemin Urbain V, Sur le pas des Huguenots, ... -	X	X	X	Resp. Sentier				suivi
<u>Axe 4 : Développement touristique - structuration</u>	Proposer une offre qualitative en terme de réseau de Petites Randonnées - PR	MAJ fiches rando (papier et GEOTREK)	X	X	X	Resp. Sentier	Nb parcours MAJ		€	
<u>Axe 4 : Développement touristique - structuration</u>	Proposer une offre qualitative en terme de réseau de Petites Randonnées - PR	Augmenter la lisibilité de l'offre - travail avec la communauté de communes pour la mise en place d'un réseau multipratique sur les Cévennes	X	X		Resp. Sentier				En lien CC porteur
<u>Axe 4 : Développement touristique - structuration</u>	Travail sur la valorisation des activités de pleines nature	Travail en partenariat avec la communauté de communes pour l'édition d'un cartoguide pleine nature Vallée Cévenoles			X	Resp. Sentier	cartoguide édité			En lien CC porteur

<u>Axe 4 : Développement touristique - structuration</u>	<i>Travail sur la valorisation des activités de pleines nature</i>	Promotion des activités de pleines nature du PPN Mont Lozère, Mise en réseau des partenaires	X	X	X	Resp. Sentier	Participation aux rencontres PPN, Nb d'activité valorisés			
<u>Axe 4 : Développement touristique - structuration</u>	<i>Aménager et diversifier l'offre pour accompagner la transition</i>	Diversifier l'offre de randonnée afin d'atteindre des nouvelles clientèles : Vélo, VTT, VAE	X	X		Resp. Sentier	Parcours créés		€	
<u>Axe 4 : Développement touristique - structuration</u>	<i>Aménager pour accompagner la transition : proposer une offre qualitative d'itinérance sur notre destination</i>	Mailler le territoire sur de l'itinérance plus courte (2 à 5 jours) sur des thèmes forts : Agropastoralisme, chemins camisards, ...	X		X		Nb de Boucles valorisées		€€	ré-impression brochure GR68 en 2026, refonte brochure chemin camisard en 2028
<u>Axe 4 : Développement touristique - structuration</u>	<i>Valoriser l'offre culturelle</i>	Valorisation des circuits de village existants	X	X	X		Nb de plan de village distribués / MAJ		€	
<u>Axe 4 : Développement touristique - structuration</u>	<i>Valoriser l'offre culturelle</i>	Valorisation des lieux de visites au sein de nos BIT. Travail sur le musée de la mine à Vialas et sur la collection Numa Bastide à St Germain de Calberte, en lien avec la CC.	X	X	X		Nb visiteurs		€	Vialas + St-Germain
<u>Axe 4 : Développement touristique - structuration</u>	<i>Valoriser le patrimoine de notre destination</i>	Visites d'exploitations et de producteurs	X	X	X		Nb participants		€	
<u>Axe 4 : Développement touristique - structuration</u>	<i>Valoriser par des événements</i>	Semaine du goût	X	X	X	Resp. Animation	Nb participants		€	Événement fédérateur
<u>Axe 4 : Développement touristique - structuration</u>	<i>Créer des expériences</i>	Pass Découverte			X		Nb ventes		€€	Musées + activités, en lien avec immat
<u>Axe 5 : Démarche qualité et classement</u>	<i>Structurer données</i>	Tableau de bord et bilan qualitatif et structuré sur la destination	X	X	X	Chargé d'études	Tableau publié		€	Flux Vision
<u>Axe 5 : Démarche qualité et classement</u>	<i>Mieux satisfaire et fidéliser les visiteurs étrangers</i>	Création d'une traduction du guide du voyageur en version light en anglais		X					€€	
<u>Axe 5 : Démarche qualité et classement</u>	<i>Maintenir classement pour valoriser les services de l'Office de Tourisme</i>	Dossier catégorie II	X			Resp. Qualité	Classement obtenu		€	A réaliser mars 2026
<u>Axe 5 : Démarche qualité et classement</u>	<i>Renforcer son image et l'image de son territoire, mieux satisfaire et fidéliser les visiteurs, accroître les retombées économiques sur la destination</i>	Audit Destination d'Excellence		X		Resp. Qualité	Audit réalisé		€€	Préparation 2026 pour audit 2027
<u>Axe 5 : Démarche qualité et classement</u>	<i>Renforcer son image et l'image de son territoire, mieux satisfaire et fidéliser les visiteurs, accroître les retombées économiques sur la destination</i>	Travail sur la Maison du Mont Lozère au Pont de Montvert. Aménagement	X	X						CCCML porteur de projet
<u>Axe : Boutique & commercialisation</u>	<i>Moderniser la boutique</i>	Refonte de la gamme de goodies	X	X	X	Resp. Boutique	CA / rotation produits		€	besoin de trésorerie
<u>Axe : Boutique & commercialisation</u>	<i>Développer les ventes</i>	Augmenter le nombre de produits	X	X	X	Resp. Boutique	CA		€€	Randonnée / terroir
<u>Axe : Boutique & commercialisation</u>	<i>Valoriser le territoire</i>	Valoriser les produits liés au territoire dans le respect des ODD	X	X	X	Resp. Boutique	Nb de produits			Gamme durable
<u>Axe : Ressources humaines</u>	<i>Renforcer les compétences</i>	Plan de formation pluriannuel	X	X	X	Resp. RH	Nb heures / taux participation			Accueil / numérique / démarche qualité – aide au financement AFDAS
<u>Axe : Ressources humaines</u>	<i>Favoriser la polyvalence</i>	Formations avancées, recherches de formations poussé dans le domaine de compétence du salarié		X	X	Resp. RH	Nb salariés formés			Communication sur la recherche de formation
<u>Axe : Ressources humaines</u>	<i>Valoriser le parcours RH</i>	Bilan RH triennal			X	Resp. RH	Bilan		€	Préparation 2029-2031

	Objectifs	40	46	43	
	Réalisation	0	0	0	
	Non réalisé	0	0	0	

