



Cévennes

TOURISME

OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE
CEVENNES TOURISME

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2022

SOCIÉTÉ PUBLIQUE
LOCALE **ALÈS CÉVENNES**



EDITO



Les fréquentations touristiques sont en hausse continue sur Alès Agglomération ces dernières années. Portés par l'adéquation entre l'évolution des attentes des clientèles et ce que la destination peut offrir en matière de découvertes et de ressourcement, ces séjours touristiques maintiennent et créent des emplois non délocalisables.

L'année 2022 aura été celle, pour de nombreuses destinations, d'une reprise attendue. C'est donc dans un contexte plus que jamais concurrentiel que s'est déroulée cette saison, et que s'envisagent les suivantes.

Le retour des clientèles étrangères dans des proportions bien plus importantes qu'en 2021, des fréquentations notables au printemps sont à compter parmi les principaux constats positifs que nous pouvons faire de cette saison 2022. Pour autant, la réflexion que nous menons sur l'orientation que nous entendons donner à l'activité touristique pour ces prochaines années doit intégrer un certain nombre de facteurs (parmi lesquels les aléas climatiques) et une ambition : celle de conserver des offres de qualité et qui soient durables.

Dans ce cadre, l'Office de Tourisme communautaire « Cévennes Tourisme », partie intégrante de la SPL Alès Cévennes présidée par Max Roustan, est un outil conçu pour à la fois œuvrer à l'attractivité touristique de la destination, accueillir dans les meilleures conditions les visiteurs, leur délivrer une information viable et personnalisée, mais également vous proposer, acteurs touristiques du territoire, des solutions et des conseils qui vous soient directement utiles.

Ce premier rapport d'activités témoigne des principaux résultats de Cévennes Tourisme sur cette année de référence que fut 2022 au plan touristique. Ils sont soumis à votre appréciation de manière à ce que vous puissiez toujours mieux connaître et ainsi mieux challenger votre Office de Tourisme. Je vous en souhaite une bonne lecture,

Christophe RIVENQ

Président Alès Agglomération
1er adjoint Ville d'Alès
Conseiller régional Occitanie

SOMMAIRE

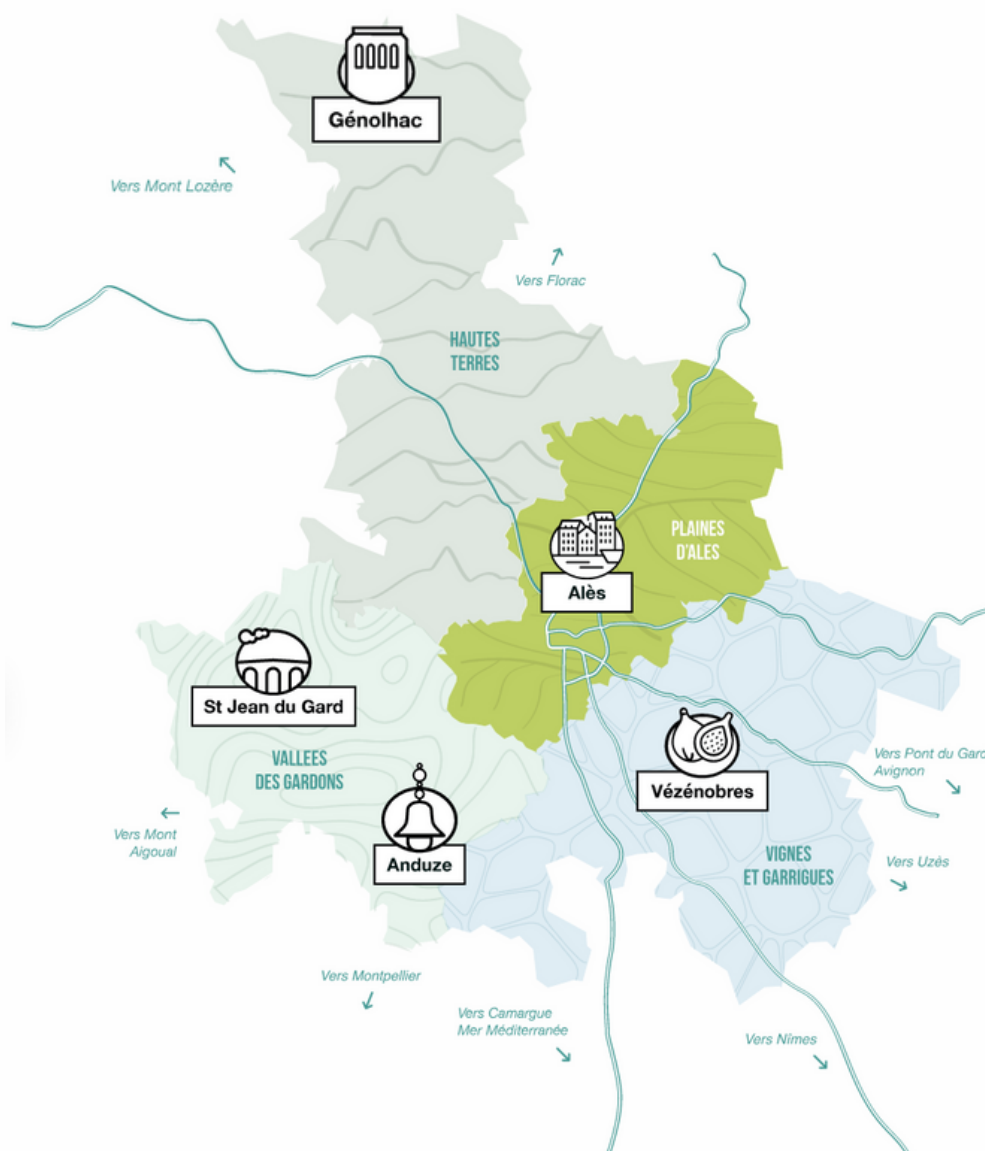
- 3** Présentation
- 14** Chiffres-clé
- 18** Partenariat
- 27** Accueil & informations
- 38** Développement
- 42** Attractivité - communication
- 54** Attractivité - promotion
- 59** Attractivité - commercialisation

L'OFFICE DE TOURISME

Cévennes Tourisme mène son action dans le cadre de l'exercice de la compétence communautaire d'Alès Agglomération "promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme", compétence obligatoire des Etablissements Publics de Coopération Intercommunale.

Depuis octobre 2018, la SPL Alès Cévennes intègre parmi ses activités celle de l'aménagement, de la construction d'une part ; du tourisme d'autre part, via la marque "Cévennes Tourisme" et du pilotage de l'Office de Tourisme Communautaire.

Celui exerce ses missions (accueil, information, promotion, commercialisation) sur les 72 communes d'Alès Agglomération.



GOUVERNANCE

L'organe de gouvernance de Cévennes Tourisme est le **Conseil d'Administration de la SPL Alès Cévennes, présidé par Max Roustan**.

Celui-ci intègre des représentants des actionnaires de la SPL Alès Cévennes : Alès Agglomération, Ville d'Alès, SIVU Pôle Santé Bien-Être des Fumades, Pôle Métropolitain Nîmes-Alès.

L'ensemble des missions et conditions d'exercice de l'Office de Tourisme, des modalités de suivi et de relation à la collectivité de tutelle (**Alès Agglomération, présidée par Christophe RIVENQ**) sont détaillées dans une **Convention de Prestations Intégrées**.

Des organes de consultation permettent d'associer des représentants des différentes filières touristiques présentes sur la destination. Ces organes sont les suivants :

- **Groupe Qualité de Destination.** Ce dernier se réunit annuellement pour évoquer les axes d'amélioration se rapportant tant à l'Office de Tourisme qu'aux offres présentes sur la destination. Il associe élus, socioprofessionnels du tourisme et techniciens du Service Tourisme et de l'Office de Tourisme d'Alès Agglomération.
- **Conseil Touristique.**

Sont représentés au sein du Conseil Touristique, trois collègues :

1. Les élus :

-Christophe RIVENQ, Président d'Alès Agglomération

-Max ROUSTAN, Président Directeur Général de la SPL Alès Cévennes, élu communautaire délégué au Tourisme, maire d'Alès

-Liliane ALLEMAND, élue communautaire déléguée à la Maison de la Figue et aux Equipements Touristiques, mairie de Vézénobres

-Geneviève BLANC, Présidente de la Commission Tourisme Alès Agglomération, maire d'Anduze

-Antonia CARILLO, conseillère communautaire, mairie d'Alès

-Monique CRESPON-LHERISSON, élue communautaire déléguée aux relations avec les hébergeurs touristiques, maire de Corbès

GOUVERNANCE

-Marielle VIGNE, élue communautaire déléguée aux Circuits courts et aux Marchés paysans, maire de Tornac

-Laurent CHAPELLIER, élu communautaire délégué aux Mobilités actives, maire de Massanes

-Patrick DELEUZE, élu communautaire délégué à la Ruralité et à la Forêt, mairie de Chamborigaud

-David GUIRAUD, élu communautaire délégué à la Viticulture, à l'Accueil des porteurs de projets, maire de Saint Maurice de Cazevieille

-Thierry JACOT, élu communautaire délégué à l'actualisation du Projet de Territoire, maire de Générargues

-Guy MANIFACIER, élu communautaire délégué à la Gestion et à la valorisation des ordures ménagères / Valorisation des déchets / Prévention plateforme / Tri sélectif, maire de Saint-Sébastien d'Aigrefeuille

-Patrick MALAVIEILLE, élu communautaire délégué à la Culture, aux Relations avec les partenaires culturels, maire de La Grand' Combe

-Pascal MILESI, élu communautaire délégué à l'Agrotourisme, maire de Saint-Julien-de-Cassagnas

-Jacques PEPIN, élu communautaire délégué aux Equipements Touristiques, maire de Sainte-Cécile-d'Andorge

-Michel RUAS, élu communautaire délégué au développement durable, maire de Saint-Jean-du-Gard

-Jacques VERRIEZ, élu communautaire délégué aux Chemins de randonnées et à la Gestion de la commission "chemins de randonnées", maire de Mialet.

GOVERNANCE

2. Les socioprofessionnels :

- Caroline BARBIER (TRAIN A VAPEUR DES CEVENNES)
- Catherine BARRIO (MAS DE LA FILOSELLE)
- Clara BOACHON (MASION S. DELAFONT)
- Marina CABIROU (ARS KARTING)
- Amélie CAPEAU (CAVE DE SAINT MAURICE)
- Adeline COLLETTE (LE MAS PERCHE)
- Stéphanie CUISINIER (HOTEL CAMPANILE)
- Annabelle DE TADDEO (ECURIES L'ARQUE)
- Isabelle FERNANDEZ (CAMPING LE MAS DES CHÊNES)
- Anne IMBERT (GROTTE DE TRABUC)
- Nathalie MARAIS (CAMPING CEVENNES PROVENCE)
- Françoise MOULINET (CAMPING LES SOURCES)
- Murielle NEGRE (BAMBOUSERAIE EN CEVENNES)
- Geneviève SERRE (LA FOLIE DE LABAHOU)
- Guillaume BIMAR (POTERIE LA MADELEINE)
- Christophe BOUQUET (GROTTE DE LA COCALIERE)
- Quentin DEGUINES (HOTEL IBIS)
- Benoit GASTAUD (L'AUTRE MONDE)
- Daniel LELIEVRE (GROTTE DE LA SALAMANDRE)
- Danny PEREGRINE (IGP Vin des Cévennes)
- Bernard PICAL (PARC FLORAL DE LA PRAIRIE)
- Sébastien RATH (HOTEL LE RICHE)
- Sylvain TIRFORT (PARFUM D'AVENTURE)
- Julien TRAVIER (SOLEAIRE)

3. Les partenaires institutionnels :

- Sandrine RIEUTOR (ADRT du Gard, Gard Tourisme)
- Colette RUEGER (CCI Gard)
- Stéphanie VILLESSOT (CCI Gard)
- Edwige de FERAUDY (Parc National des Cévennes)
- Philippe BERTO (CRT Occitanie)
- Chambre d'Agriculture du Gard
- Chambre des Métiers du Gard
- Francis LAUPIES (FDOT)
- Pays Cévennes

L'OFFICE DE TOURISME

Ce que nous sommes

Un outil au service du développement économique et touristique du territoire qui s'inscrit dans le cadre de la compétence d'Alès Agglomération. L'Office de Tourisme intervient sur l'ensemble du territoire communautaire en concertation avec les partenaires institutionnels et met en œuvre la stratégie touristique d'Alès Agglomération au travers de missions identifiées, variées, établies en tant que **réponses aux besoins des différents clients de l'Office de Tourisme (visiteurs, habitants, prestataires touristiques, élus)** : observation de l'activité touristique, accueil et information, promotion et communication, animation d'un réseau de prestataires touristiques, développement de la destination Cévennes Tourisme.

Ce que nous voulons être

Une équipe engagée au service des prestataires et visiteurs qui fondent la destination Cévennes : engagée dans une **démarche d'amélioration continue** de ses services, engagée dans une **conception raisonnée du développement touristique** (en interne et plus largement sur la stratégie de développement de la destination Cévennes), engagée et ouverte dans des partenariats formalisés qui font de Cévennes Tourisme **une véritable interface**, un acteur incontournable et moteur pour **générer de l'attractivité et des retombées économiques locales**.

Objectifs stratégiques à long terme

Être le garant d'une **connaissance fine et actualisée du marché touristique de la destination** (clientèles, prestataires, retombées économiques).

Incarner **un accueil personnalisé et avisé**, en parfaite concordance avec les attentes des publics.

Développer la notoriété et l'attractivité de la destination au travers d'une marque évocatrice, porteuse de sens et d'actions partenariales, promotionnelles comme commerciales ; institutionnelles comme privées.

Proposer une offre de services adaptée aux attentes et besoins évolutifs des socioprofessionnels de la destination.

PARTENARIATS INSTITUTIONNELS



La Maison du Tourisme et du Parc de Génolhac est un espace mutualisé entre le Parc National et Cévennes Tourisme. Le programme d'ouverture, les animations et expositions qui y sont proposées sont ainsi envisagées en partenariat.

Le Parc National est sollicité dans le cadre du parcours d'accompagnement organisé par Cévennes Tourisme.

Au travers du déploiement par l'Office de Tourisme du label "engagé(e)s tourisme durable", le partenariat s'est renforcé pour permettre la juste complémentarité des démarches de qualification reconnaissant des bonnes pratiques aux plans environnemental et social.



Cévennes Tourisme est ambassadeur "Causses & Cévennes" et partenaire de l'Entente Interdépartementale des Causses et Cévennes. A ce titre, l'Office de Tourisme participe à la promotion et la valorisation de l'inscription au Patrimoine Mondial de l'UNESCO.



Membre du Club Business Occitanie, adhérent du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie, Cévennes Tourisme s'implique dans les actions partenariales proposées à l'échelon régional, que ce soit au plan d'actions de promotion ou lors de temps de rencontres et d'échanges (Convergences du Tourisme, Universités du Tourisme Durable, les Assises de la Pleine Nature).



L'Office de Tourisme est adhérent de Gard Tourisme. L'ADRT propose des services désormais incontournables dont, au plan de l'observatoire, les données Flux Vision Tourisme ou, au plan de la commercialisation, la proposition de la place de marché Elloha.



La Fédération Nationale des Offices de Tourisme, des Comités Départementaux et Régionaux du Tourisme, constitue un centre de ressources au plan d'actions d'ingénierie d'intérêt national.

PARTENARIATS INSTITUTIONNELS



Cévennes Tourisme suit de près le rythme des intégrations de start-ups proposées au sein d'Open Tourisme Lab, notamment à destination des prestataires touristiques qui pourraient constituer des bénéficiaires des services innovants proposés.



La Chambre de Commerce et d'Industrie du Gard et l'Office de Tourisme entretiennent d'étroites relations pour assurer des propositions ciblées et complémentaires aux prestataires touristiques en matière de sensibilisation, de conseil et de professionnalisation.



Cévennes Tourisme est adhérent du CPIE du Gard. Ce dernier assiste notamment l'Office de Tourisme dans le déploiement d'actions liées au parcours d'accompagnement dédié aux prestataires touristiques ou via le centre de ressources établi à disposition des adhérents.



Depuis le mois de mars 2021, Cévennes Tourisme est membre d'Acteurs du Tourisme Durable. Tous les membres d'ATD sont liés par la volonté commune d'un tourisme durable. Ces membres s'inscrivent dans une démarche de progrès par l'échange des connaissances et des expériences.

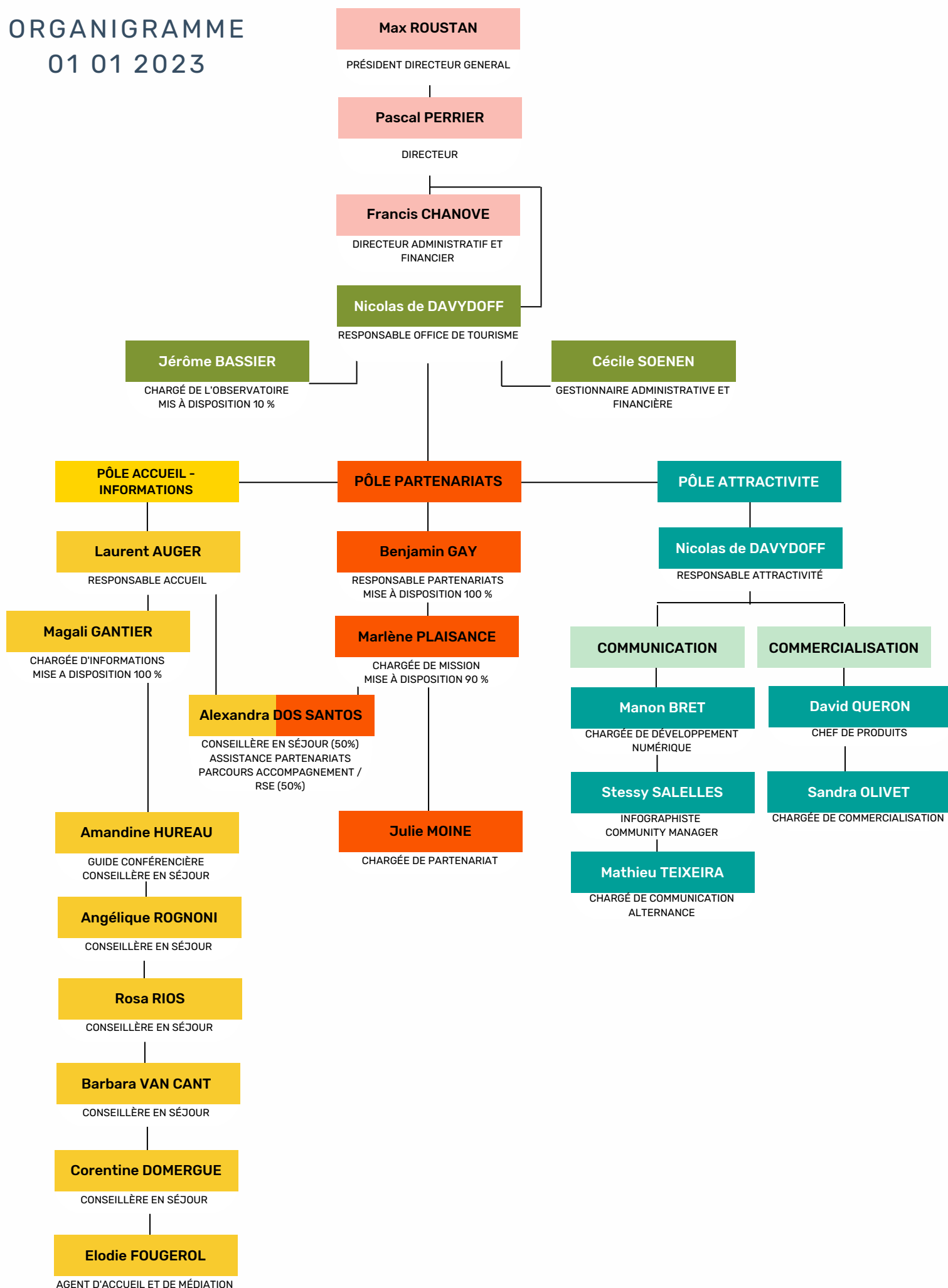


Biosphera est animé par le Syndicat des Hautes Vallées Cévenoles. C'est un outil d'éducation à l'environnement. Le développement durable fait partie de l'ADN de cette structure depuis 30 ans.

Cévennes Tourisme travaille depuis plusieurs années avec Biosphera dans le cadre de son parcours d'accompagnement pour organiser des temps d'échanges autour de thématiques développement durable à destination des professionnels du tourisme.

ORGANIGRAMME

01 01 2023



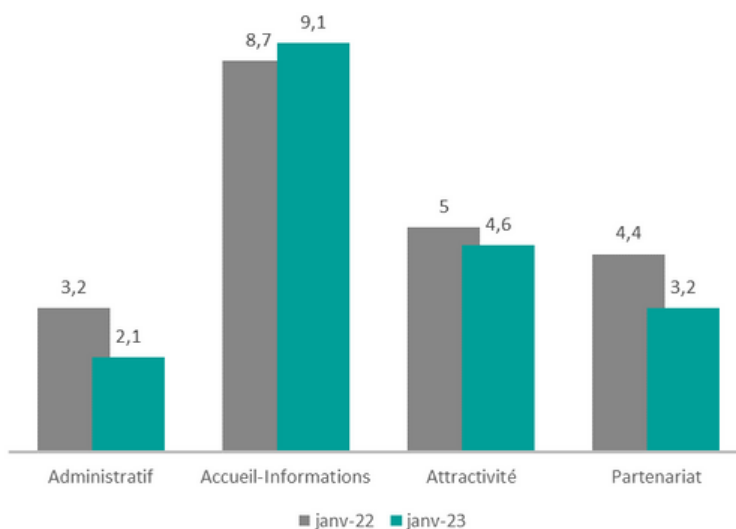
L'ÉQUIPE CÉVENNES TOURISME



Evolution des effectifs par pôle entre le 15 janvier 2022 et le 15 janvier 2023

EFFECTIFS	2022	2023
Nombre d'entrées au tableau des effectifs	25	20
ETP	19,3	17,7
ETP (comprenant les effectifs saisonniers)	21,3	19

Descriptif quantitatif des effectifs entre le 15/01/2022 et le 15/01/2023



L'ÉQUIPE CÉVENNES TOURISME

L'équipe pluridisciplinaire Cévennes Tourisme est engagée dans une démarche d'amélioration continue de ses services. Elle définit et applique également un plan de Responsabilité Sociétale des Entreprises, intégrant une évaluation régulière du climat social au travers d'un baromètre dédié.

Les métiers des Offices de Tourisme évoluant rapidement, la formation professionnelle recouvre pour Cévennes Tourisme une dimension stratégique.

L'ensemble du personnel avait suivi un total de 318 heures de formation en 2021, réparties sur 27 actions.

En 2022 ce sont au total **58** actions de formation qui sont intervenues. **794** heures de formation ont été réalisées, comprenant des actions de formation interne.

Parmi les actions de formation obligatoires poursuivies en 2022 :

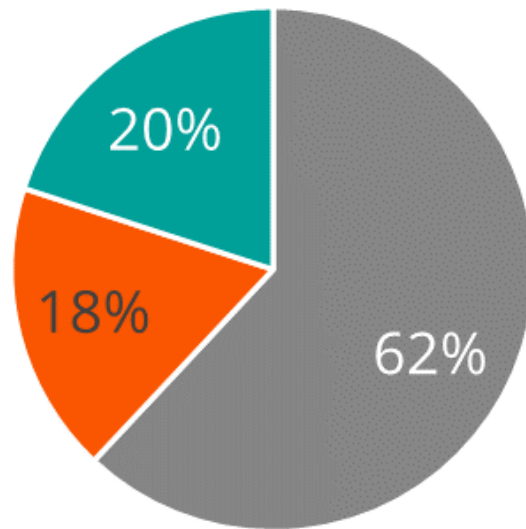
- Recyclages SST et PSC1
- Formation CSE
- Formation Marchés Publics
- Formation APIDAE
- Formation web
- Formation classement des meublés

L'équipe s'est également réunie en séminaire d'entreprise du 12 au 14 octobre 2022, pour préparer le plan d'actions annuel 2023 et établir les éléments de bilan au plan de la démarche Qualité.

Un Règlement Intérieur s'applique désormais au sein de Cévennes Tourisme, ce depuis le 24 novembre 2022.

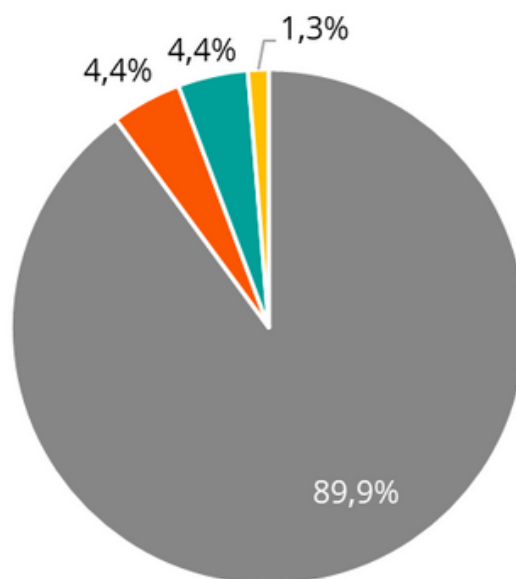
FINANCES

Répartition des charges 2022



■ Frais de personnel ■ Frais généraux ■ Plans d'action

Répartition des produits 2022



■ Subventions (CPI) ■ Packs Partenariat
■ Vente de produits packagés & séjours ■ Vente de produits boutique

PRINCIPAUX CONSTATS

Le poids du tourisme en Occitanie n'est plus à démontrer : en 2019, la région enregistrait 208 millions de nuitées touristiques (source Flux Vision Tourisme) pour un total de près de 16 milliards d'euros de retombées directes. Avec plus de 99 000 emplois, le tourisme pèse régionalement pour 10 % du PIB.

Dans un contexte confirmé de concurrence accrue, notamment sur les bassins métropolitains marseillais, lyonnais, parisien et montpelliérain, **la croissance des flux touristiques s'est maintenue sur le territoire d'Alès Agglomération en 2022**, ce malgré des conditions météorologiques difficiles et un climat économique ne favorisant pas les dépenses de loisirs.

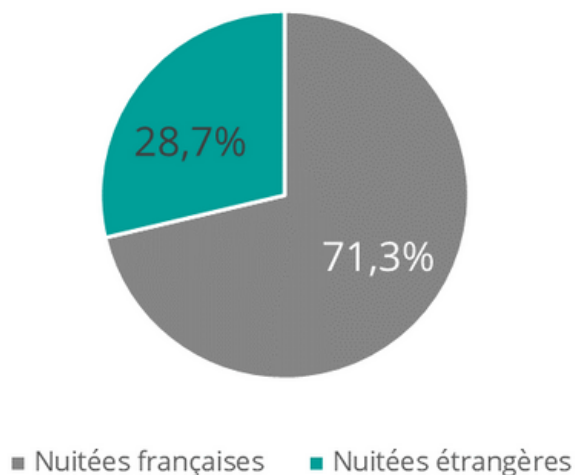
En synthèse (Source Flux Vision Tourisme)

4 716 000 nuitées enregistrées en 2022

Les plus fortes progressions se constatent sur les mois de mai et juin (respectivement + 19 et + 17 % vs 2021). Cette tendance concernant les fréquentations au printemps sont à suivre de près.

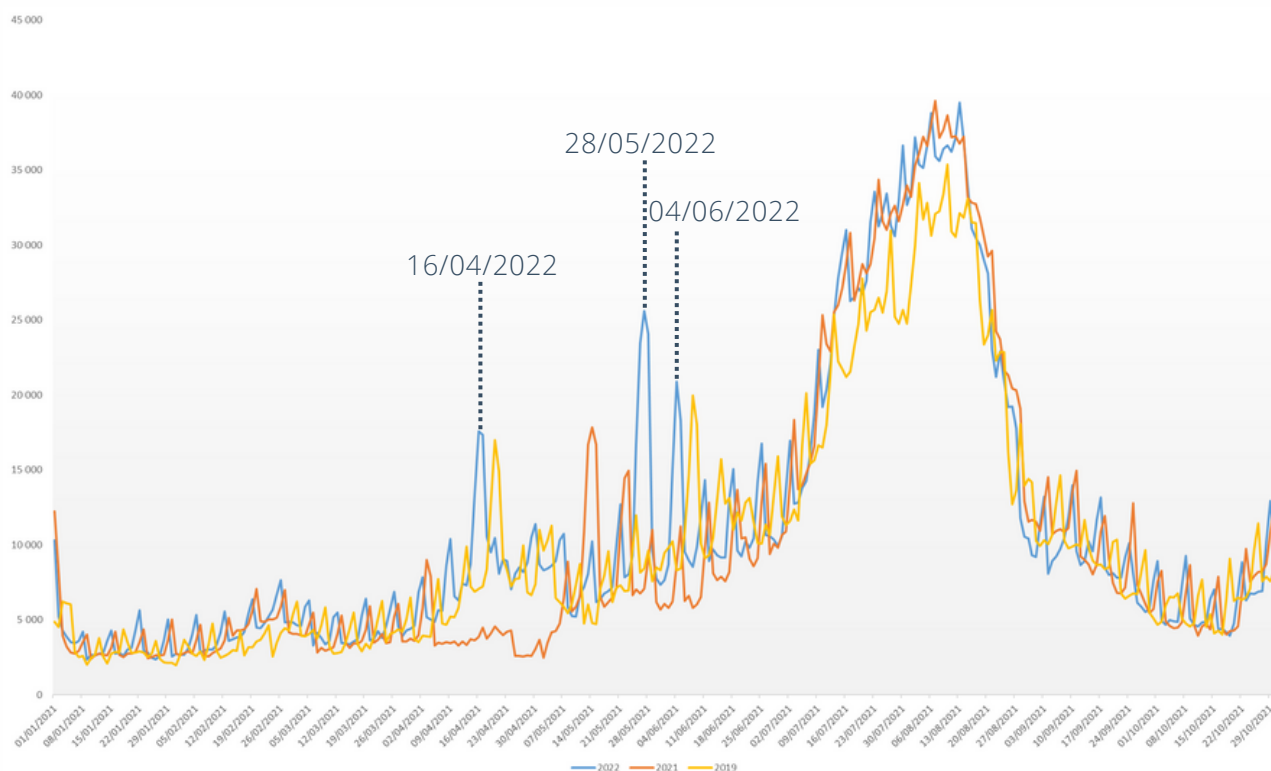
Progression des nuitées réalisées par les clientèles étrangères (+31,8 % vs 2021).

Répartition des nuitées 2022 par origines géographiques



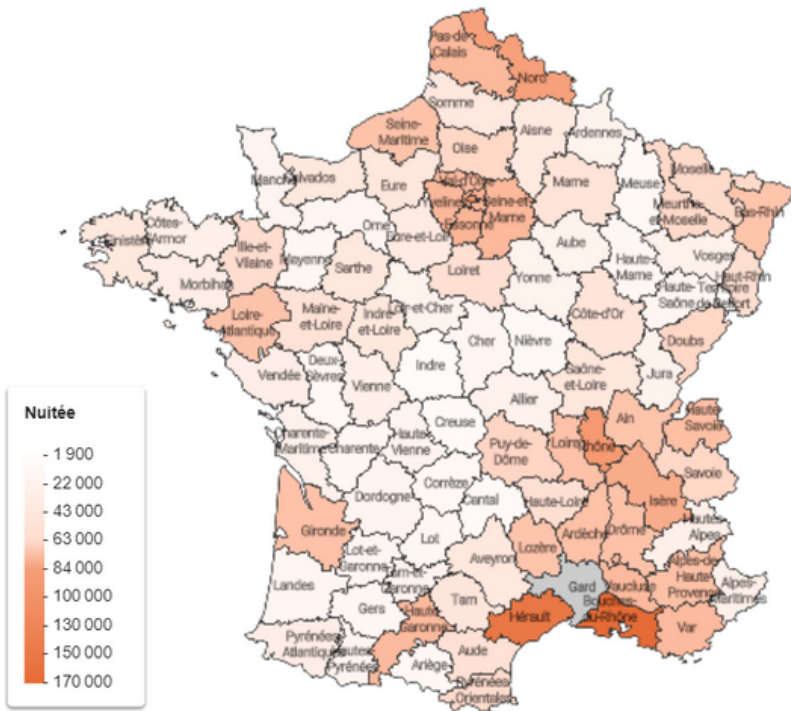
ÉVOLUTION DES NUITÉES TOURISTIQUES

La saisonnalité estivale est encore bien marquée, malgré des pics nets de fréquentation au printemps 2022



	Nombre de nuitées	Part sur total période avril - octobre	évo vs 2021	évo vs 2019
avr-22	263 600	9 %	+ 122 %	+ 17,4%
mai-22	308 400	10 %	+ 23 %	+ 28,5 %
juin-22	340 400	11 %	+ 25 %	-5,2%
juil-22	778 000	26 %	0 %	+ 17,7%
août-22	880 200	29 %	-5%	+ 8%
sept-22	276 270	9 %	- 4,7%	+ 0,3%
oct-22	201 850	7 %	-1,3%	+0,2%
TOTAL	3 048 720	100%	+ 7,3%	+ 10,5%

ORIGINES DES NUITÉES TOURISTIQUES

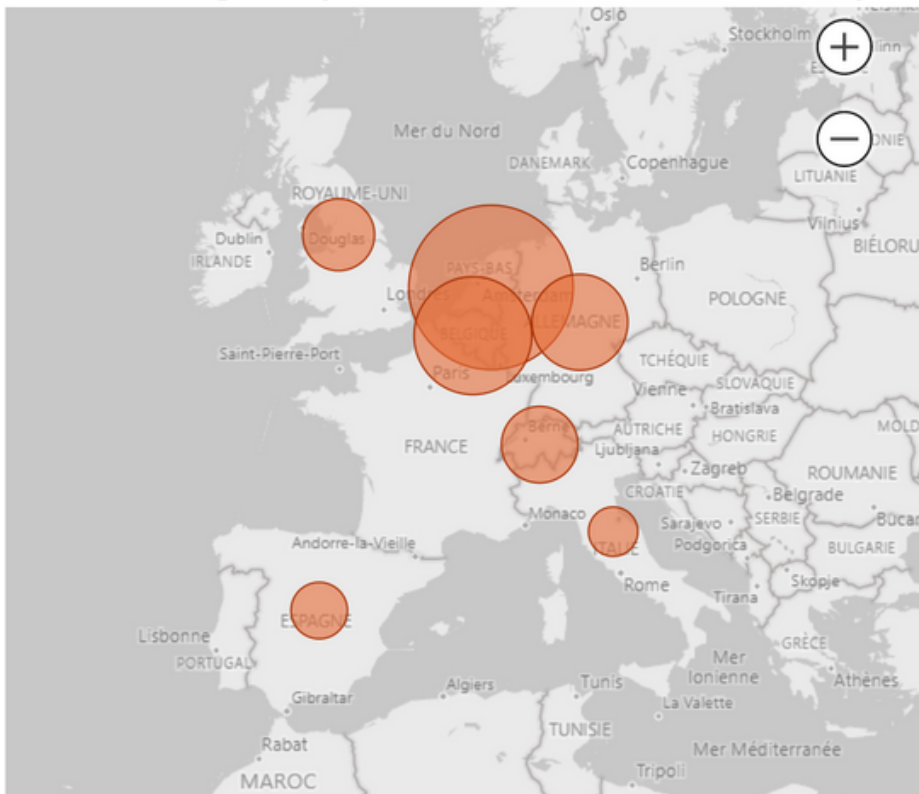


Les plus fortes progressions confirmées (2019 > 2022) sont les suivantes :

- Bouches-du-Rhône (8,6 % des nuitées)
- Rhône (4,8 % des nuitées)
- Nord (4,2 % des nuitées)
- Isère (3,1 % des nuitées)

Les nuitées d'origine parisiennes ou héraultaises sont en baisse sur la période 2022-2021.

Marchés étrangers de proximité émetteurs de nuitées touristiques

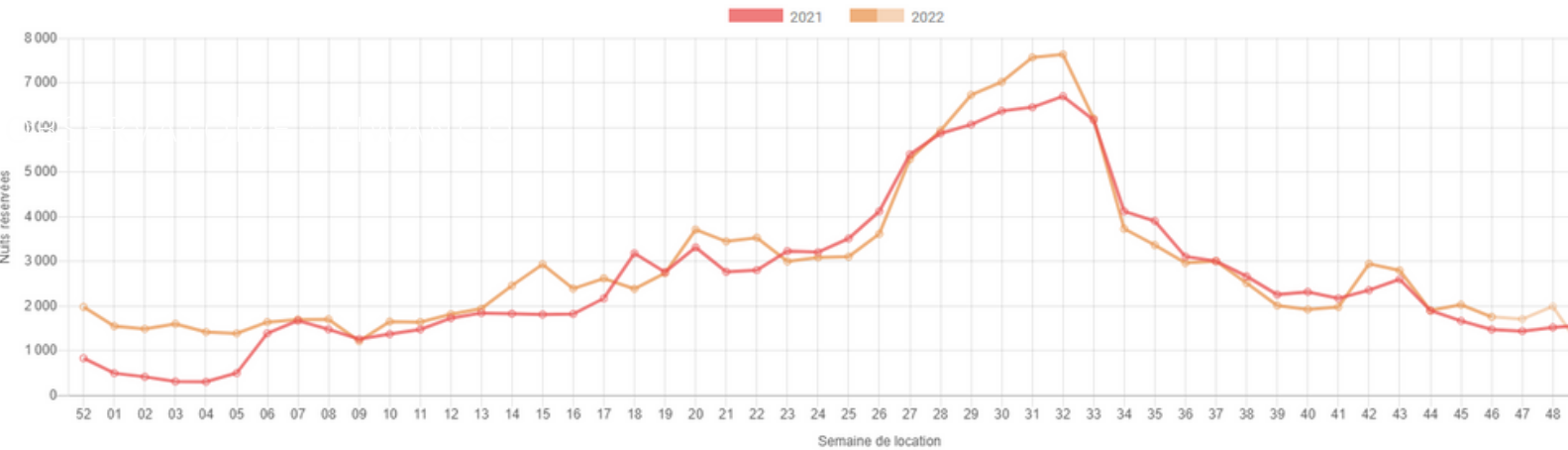


TOP 3 Pays d'origine (clientèles étrangères)

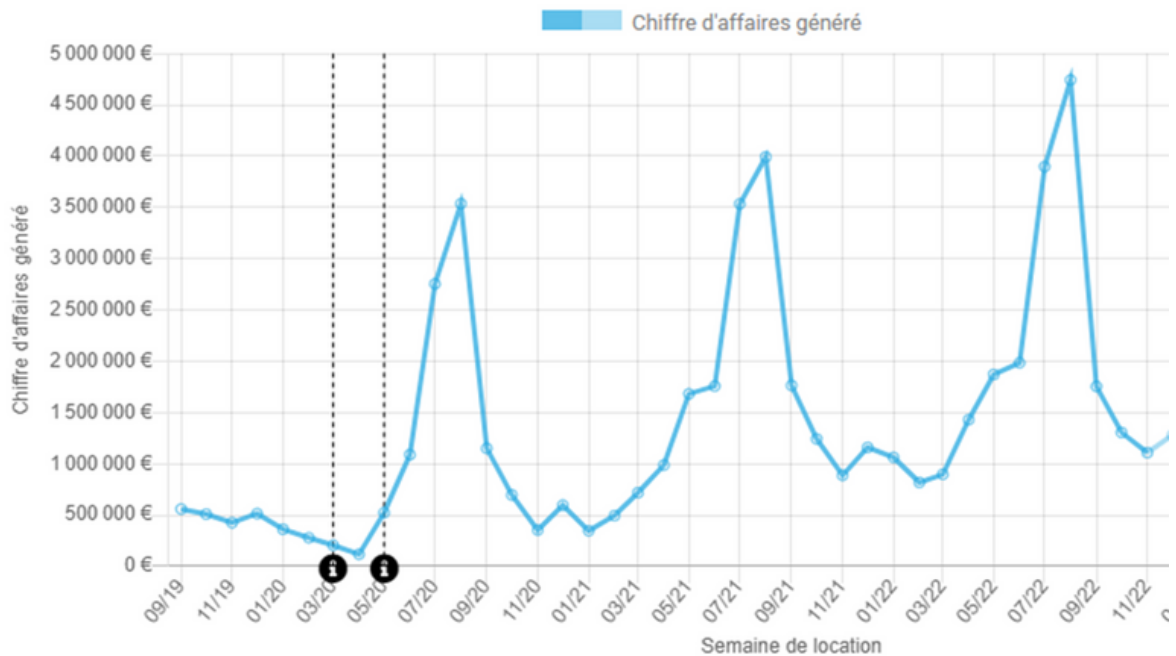
1. Pays-Bas : 303 000 nuitées
2. Belgique : 192 000 nuitées
3. Allemagne : 111 000 nuitées

ZOOM SUR LES LOCATIONS DE VACANCES

Le nombre de nuitées réservées sur des plateformes de locations de vacances (AirBnb, HomeAway) est en hausse en 2022 (+ 10 %)



Cette progression concerne également les chiffres d'affaires générés



22 000 000 € CA en 2022 (hors décembre)

CA en progression d'une année sur l'autre (+ 18,6 % vs 2021)

Offre en progression (environ 2 000 biens proposés ; + 14,6 % vs 2021)

PARTENARIAT



LES OBJECTIFS DU PARTENARIAT

La gamme de services évolutive de Cévennes Tourisme à destination des socioprofessionnels de la destination repose sur différents axes que sont :

1. La contribution à l'amélioration de la visibilité et de la lisibilité de l'offre touristique de la destination, quels que soient les modalités et / ou supports,
2. La proposition d'actions destinées à créer, alimenter et développer un réseau de prestataires touristiques, ce réseau constituant l'un des fondements concrets de la destination.
3. Le conseil, la professionnalisation, au travers d'un parcours d'accompagnement régulier et thématique et d'actions de qualification de l'offre.
4. Au titre de l'activité commerciale de l'Office de Tourisme, la participation au développement du chiffre d'affaires de ses partenaires, notamment au travers de la constitution et de la vente de séjours et d'excursions.

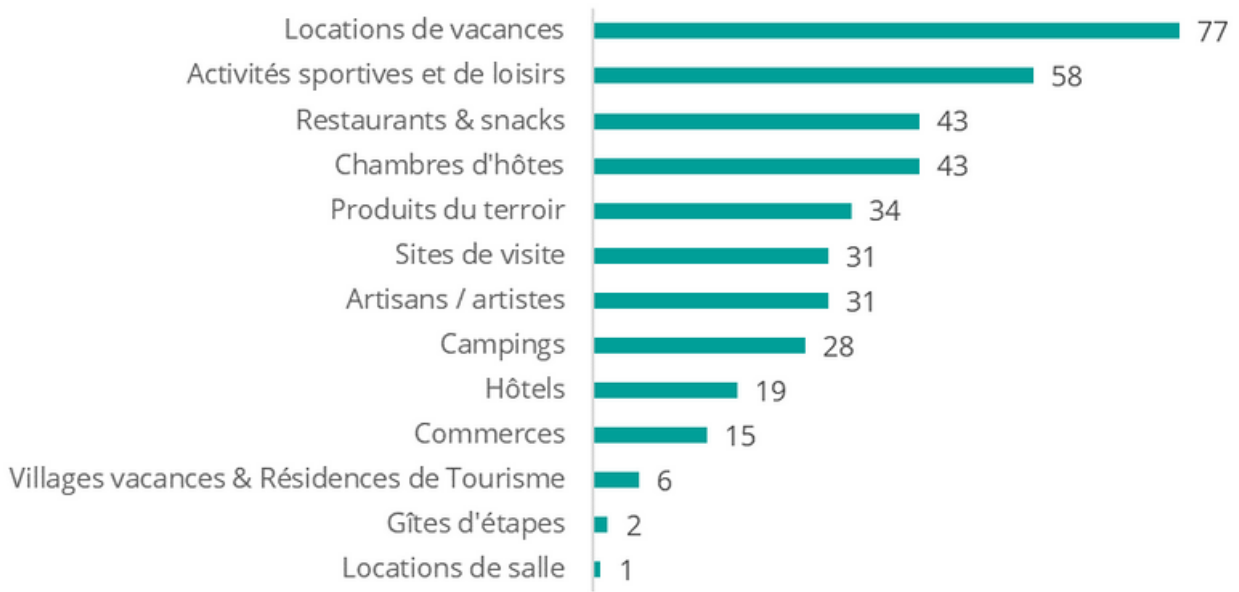
La politique tarifaire de la gamme de services est établie en lien avec la gouvernance de la SPL Alès Cévennes - Cévennes Tourisme. Elle tient compte des coûts de production des services et de leur évolution.

Le principe d'évolution de la gamme de services est de rentrer de façon systématique dans une logique de service personnalisé, et d'apporter une réponse à chaque sollicitation / proposition.

L'ensemble des évolutions de la gamme de services des partenariats Cévennes Tourisme sont présentées au sein du Guide du Partenariat, produit annuellement.

LES CHIFFRES DU PARTENARIAT

En 2022, vous étiez **388** partenaires à nous faire confiance



Nombre de membres du Groupe Facebook Privé "Cévennes Tourisme Partenaires" :

228

Nombre de dates lancement et bilan de saison :

5

Nombre de visites de terrain réalisées en 2022 :

132

PARCOURS D'ACCOMPAGNEMENT

La proposition 2021/2022 : un **parcours 100% tourisme durable** afin d'accompagner les professionnels dans leurs actions mais aussi dans l'accueil des visiteurs et des habitants du territoire. Au programme, **plus d'une douzaine de rendez-vous** de novembre 2021 à avril 2022 en lien avec le développement durable, appliqué au tourisme : **192 participations.**

7 ATELIERS :

- Chauve-souris dans votre structure ? Mode d'emploi - animé par Natura 2000
- Ecogestes et gestion durable de la ressource en eau - animé par Association Envie d'Environnement
- Comment mettre en place une politique d'achats responsables adaptée à son entreprise - animé par Cévennes Tourisme
- Communication responsable : principes et bonnes pratiques - animé par Cévennes Tourisme
- Comment devenir refuge LPO - animé par la Ligue de Protection des Oiseaux d'Occitanie
- Destination responsable - animé par Cévennes Tourisme
- Les Sciences infusent pendant nos séjours - initiation aux sciences participatives - animé par le Parc National des Cévennes

7 EDUCTOURS :

- Découverte de la Distillerie Bel Air à St Just et Vacquières
- Découverte du Label Green Food au Bistrot Galerie Urban Parc à Alès
- Rencontre avec la responsable du Centre de pomologie autour des jardins pédagogiques d'Alès et le label 4 fleurs/fleur d'or "Villes et villages fleuris"
- L'artisanat d'art contribue-t-il au développement durable ? Circuit découverte de 3 artisans d'art engagés
- Randonnée en zone Natura 2000 sur Peyremale, falaise d'Anduze
- Balade avec un âne à Mialet
- Canyoning en Cévennes avec un moniteur signataire du manifeste pour une pratique raisonnée de l'activité mis en place par le Parc National des Cévennes

CONFERENCES :

- Conférence : 5 pistes opérationnelles pour adapter son entreprise aux évolutions des valeurs et des comportements – Véronique Vidal - IdéréZo
- Conférence : Les enjeux de la biodiversité pour les acteurs du tourisme avec la société Blooming



JOURNÉE : TOURISME, LA DURABLE TRANSITION - 8 NOVEMBRE 2022

JOURNÉE ORGANISÉE EN COLLABORATION AVEC ALÈS MYRIAPOLIS

MATINÉE

Présentation bilan de saison CRTL Occitanie

Présentation des dispositifs d'aide Fonds Tourisme Occitanie et ADEME

Conférence de Marie-Laure Desmet autour du Slow Tourisme

APRÈS-MIDI

Rendez-vous individuels avec les experts présents : CCI, Fonds Tourisme Occitanie, Cévennes Tourisme, Alès Myriapolis, ADEME, Open Tourisme Lab, Service Tourisme Région Occitanie

80 PERSONNES PRÉSENTES



Les moments **HUP**
Le rendez-vous des entrepreneurs
par Alès Agglomération

MARDI 8 NOVEMBRE
9h00 - 16h00
HUP, 6 Place des Martyrs
de la Résistance, Alès

**TOURISME :
LA DURABLE
TRANSITION**

CONFÉRENCE, RENDEZ-VOUS D'EXPERTS, PRÉSENTATION DE DISPOSITIFS...

CONFÉRENCE SUR LE SLOW TOURISME
PAR MARIE-LAURE DESMET

www.hup-ales.fr

LABEL TOURISME DURABLE : ENGAGÉ.E.S TOURISME DURABLE



Suite à la demande des professionnels du tourisme, Cévennes Tourisme fédère et accompagne les prestataires touristiques dans un objectif de montée en gamme et de développement de l'offre tourisme durable à travers le respect d'une charte commune. Ce projet permet d'impulser sur le territoire d'Alès Agglomération un tourisme plus respectueux de l'environnement, préservant les espaces naturels et le cadre de vie. Ce nouveau label vient en complément de ceux existants et en particulier, celui de la marque Esprit Parc National qui ne s'adresse qu'aux professionnels de la zone du Parc national des Cévennes. Esprit Parc ne marque pas les Artistes/Artisans et prestation bien-être. Le label intervient sur l'offre global de ses partenaires sur le territoire d'Alès Agglomération.

- Déploiement de la phase test en 2022

Appropriation de la grille d'audit par 2 agents de Cévennes Tourisme

14 AUDITS RÉALISÉS AU 1ER DÉCEMBRE 2022 :

6 hébergeurs, 1 restaurant et activité sportive, 1 artiste, 1 site touristique, 2 APN, 2 produits du terroir, 1 Bien-être.

- Préparation du plan de communication en novembre 2022
- 1ere commission d'attribution : 06 décembre 2022
- Lancement du plan communication en décembre

QUALIFICATION DE L'OFFRE

19 visites de contrôle meublés et chambres d'hôtes

2 dossiers Chambre d'hôtes référence® validés

17 prestataires engagés dans la démarche
Vignobles & Découvertes



NOUVEAUTÉ 2022, LES PAPHOTHÉCAFÉS

Temps d'échanges conviviaux entre professionnels qui permettent aux hôtes du jour de présenter leurs prestations et nouveautés aux acteurs touristiques environnants autour d'une collation

6 dates proposées :

Mas Suéjol à Anduze, Maison du Mineur à La Grand'Combe, Aqua Forest à Bagard, Nicole Le Fur à Anduze, Maison S.Delafont à Vézénobres, Brasserie La Meduz à Méjannes les Alès

UN TOTAL DE 37 PARTICIPANTS



COMMERCIALISATION EN LIGNE



Outil de réservation en ligne mis à disposition des partenaires de Cévennes Tourisme, Elloha a permis de générer auprès de 48 prestataires équipés :

1 644 000 € DE CHIFFRE D'AFFAIRES (DU 01/01 AU 20/11/22) - 15 000 RÉSERVATIONS EFFECTUÉES

14 800 € de ventes réalisées en direct sur le site cevennes-tourisme.fr

4 formations d'accompagnement et d'aide à la prise en main de l'outil

VISITES DE TERRAIN

L'évolution de la gamme de services de Cévennes Tourisme dépend d'une présence forte sur le terrain, auprès des prestataires, la première promesse du pôle partenariats envers ses clients étant la connaissance de leur(s) prestation(s).

Pour cette raison, des objectifs quantitatifs annuels de visites réalisées auprès de prestataires ont été fixés (200 visites en 2023).

Ces visites font l'objet d'un reporting interne structuré, normé et systématique, pour assurer la bonne transmission des informations concernant l'activité des prestataires.

Le sourcing établi lors de ces visites permet l'évaluation des services rendus et leurs perspectives d'évolution.



PERSPECTIVES 2023

- Déploiement du label 

Cette démarche émergente demande en effet à être maintenue et encouragée, notamment en imaginant des modes de valorisation spécifique des prestations labellisées.

- Poursuite des visites prestataires

Rien ne remplace le terrain et les échanges de visu pour non seulement mieux vous connaître mais également adapter nos services.

- Stratégie de commercialisation en ligne

Le potentiel d'exploitation est encore immense, tant du point de vue commercial pour la destination que pour faciliter le parcours-client dans l'organisation de son séjour.

- Préparation de l'adaptation de la gamme de services horizon 2024

Cette adaptation est nécessaire pour assurer des services qui soient au plus près de vos préoccupations et de vos besoins.





ACCUEIL & INFORMATIONS

LES AXES STRATÉGIQUES ASSOCIÉS À L'ACCUEIL TOURISTIQUE EN 2022

1. La prise en compte des spécificités locales

- Les Bureaux d'Information : le dispositif de réponse doit s'adapter aux différents profils de clientèles présents sur les différents bureaux d'information et selon les demandes exprimées localement.
- La "juste place" du digital : les outils numériques constituent localement un appui au plan informatif mais ne remplacent pas le conseil avisé d'un.e conseiller.ère en séjour.
- Une amélioration progressive des Bureaux d'Information : des travaux réalisés à Génolhac, Anduze et Alès pour garantir une meilleure qualité d'accueil.

2. Une harmonisation des accueils

- La prise en compte des spécificités locales doit néanmoins permettre aux visiteurs une identification facilitée des Bureaux d'Information et une qualité homogène de traitement de la demande. La signalétique d'accès et intérieure, la décoration des bureaux d'information, les procédures d'accueil, d'écoute clients et de recommandations font l'objet, au titre de la démarche Qualité de Cévennes Tourisme, d'une harmonisation.
- Pour cette raison, chaque membre de l'équipe Accueil & Informations bénéficie d'une formation d'une semaine à son arrivée.

3. La diffusion d'une information au plus près des flux touristiques

- Un recueil d'informations qui se fait directement auprès des prestataires locaux,
- Une participation active aux évènements et principaux rendez-vous annuels du territoire d'Alès Agglomération,
- Des formations dispensées auprès des personnels saisonniers des établissements de la destination.

QUALITE TOURISME

Depuis plusieurs années, la SPL Alès Cévennes - Cévennes Tourisme s'inscrit dans une démarche qualité, ce qui lui a valu un classement en catégorie 2 en 2019.

À présent, dans un objectif de progression, notre démarche s'oriente vers l'obtention de la catégorie 1. Pour cela, obtenir la Marque Qualité Tourisme est un pré-requis au classement en catégorie 1.

Afin de pouvoir candidater pour la Marque Qualité Tourisme et planifier les audits, nous avons depuis 2019, dans une démarche de progrès, amélioré la qualité de nos services.

Un audit "visite mystère" a été réalisé par un auditeur indépendant, en juin 2022.

Avec un taux de conformité de 93,44 %, l'Office de Tourisme a obtenu le droit d'usage de la marque Qualité Tourisme en date du 1er septembre 2022 ; droit qui demandera à être confirmé au travers d'un audit complet, réalisé par un auditeur indépendant en début d'année 2023.



CONCLUSIONS DE L'AUDITEUR (EXTRAITS)

"Les visiteurs se sentent les bienvenus et je constate une certaine homogénéité de prise en charge par tous-tes les conseillers-ères. Le conseil en face à face et au téléphone sont bien assurés et le personnel sait se rendre disponible dès l'arrivée des visiteurs.

L'ensemble du territoire est promu en complément des demandes spécifiques des visiteurs.

La documentation et les informations communiquées permettent une découverte satisfaisante de la destination et les outils numériques à disposition contribue au conseil.

Cette expérience est renforcée par une bonne approche des demandes visiteurs (reformulation, élargissement de la demande...). Le traitement des correspondances est bien maîtrisé, mais il reste à renforcer la maîtrise des échanges en certaines langues étrangères au téléphone dont l'anglais.

L'impression générale qui se dégage de l'accueil dans les offices de tourisme de Cévennes Tourisme est très bon avec un vrai sens de la relation client et une volonté de mettre en avant le local et les atouts de la destination. A chaque conseiller-ère son style de communication et pour autant un niveau de connaissance homogène".

Un dispositif de recueil de la satisfaction (questionnaire) a été mis en place

NOMBRE DE RETOURS : 1 492

- Facilité d'accès 2.80/3
- Stationnement 2.76/3
- Le confort 2.94/3
- L'accès à l'information 2.95/3
- Présentation de la document 2.96/3
- Temps d'attente 2.96/3
- L'amabilité du personnel 2.97/3
- La qualité des réponses 2.97/3

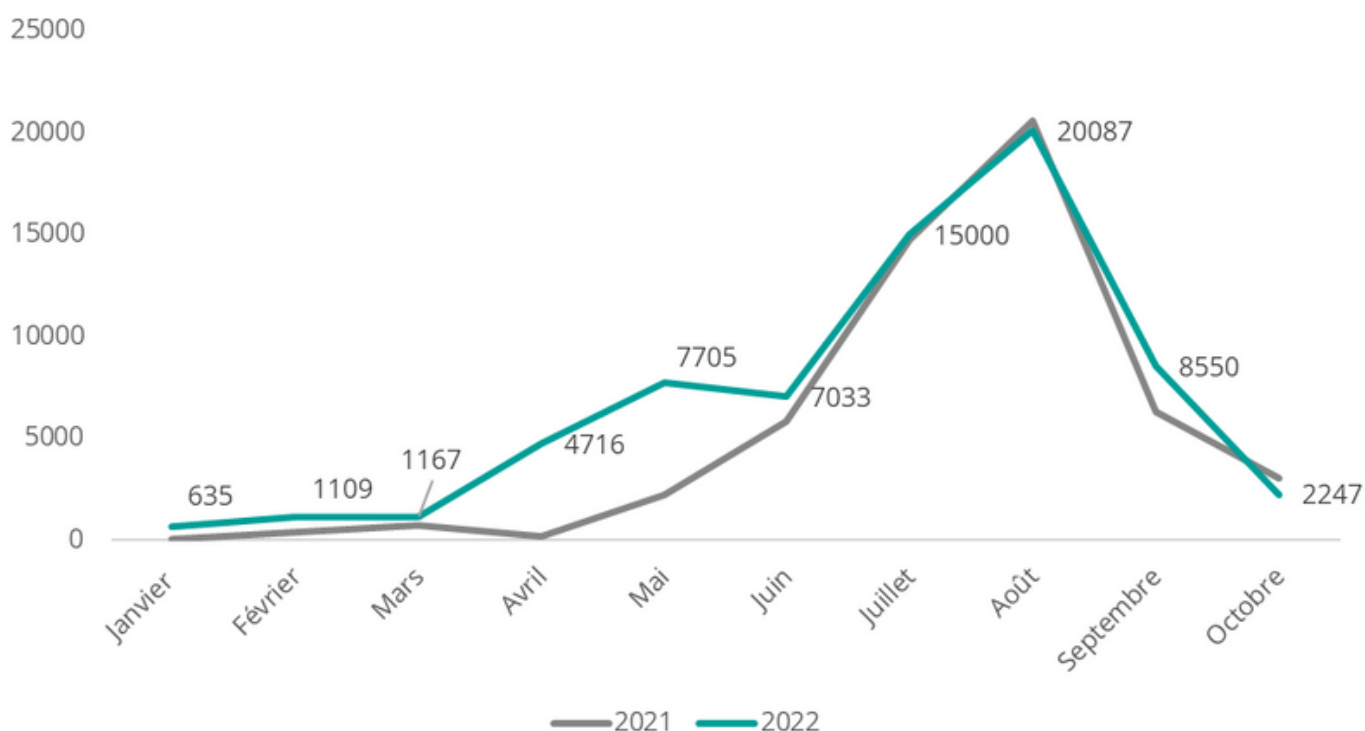


- Alès 4.3 / 5 111 avis
- Vézénobres 4.5 / 5 16 avis
- Anduze 4.3/ 5 75 avis
- Génolhac 4.2 / 5 19 avis
- St Jean du Gard 4.4/5 35 avis



4,9 / 5 (104 AVIS)

FRÉQUENTATIONS



Du 1er janvier au 31 octobre 2022, les cinq bureaux d'information touristique ont accueilli **66 500 visiteurs**.

Cela représente une hausse de + 30 % par rapport à 2021, qui se concentre sur l'avant-saison.

Le profil de clientèle évolue progressivement vers un public plutôt jeune et urbain, familial.

Ce dernier est notamment en recherche d'activités à faire en famille et de préférence en plein air. Un fort intérêt se maintient au plan des baignades et des propositions événementielles.

Bureau d'Information	Nombre visiteurs (01/01 > 31/10 2022)	Progression vs 2021
Alès	17 290	+ 78 %
Vézénobres	16 812	+ 106 %
Anduze	17 672	+ 10 %
Génolhac	3 820	+ 4 %
Saint-Jean-du-Gard	10 902	=

ACCUEIL À DISTANCE

DU 01/01/2022 AU 31/10/2022



8200 appels reçus
+ 70% par rapport à 2021



702 demandes clients par mail
+15% par rapport à 2021



620 courriers clients envoyés



452 demandes clients reçus via le site internet
-21% par rapport à 2021

TYPOLOGIE DES VISITEURS ACCUEILLIS

- Alès : On observe une grande représentation des publics retraités sur les ailes de saison qui contraste avec la haute saison où une majorité des visiteurs sont des couples avec des enfants en bas-âge.
- Anduze : le public étranger est toujours très présent. Les flux d'origine belge, suisse et allemande ont été en surreprésentation par rapport aux années précédentes, a contrario des flux d'origine néerlandaise.
- Saint-Jean-du-Gard : Le public accueilli au point information est largement dépendant des arrivées du Train à Vapeur des Cévennes. Celles-ci ont été moins nombreuses en comparaison aux années précédentes. Les flux de randonneurs sur l'après-saison restent relativement importants.
- Vézénobres : une majorité de visiteurs français ; beaucoup d'entre eux viennent à la suite d'une recommandation des conseillers en séjour, souvent d'Alès ou Anduze.
- Génolhac : la fréquentation française reste la même avec une part importante de touristes régionaux (gardois et héraultais en tête) ; parmi le public étranger on remarque l'arrivée des suisses, peu présents jusqu'à cette année.

Tout au long de la saison estivale, les principales questions soulevées par les visiteurs ont été relatives à la sécheresse, au manque d'eau, à la qualité des eaux et aux risques incendies.

ACTIONS 2022

1. Structuration du pôle accueil

- Mise en place d'une stratégie d'accueil et de boutique,
- Rédaction d'une politique Qualité et RSE,
- Mise en place d'un plan de diffusion de la documentation sur le territoire (décembre 2022).

2. Qualité d'Accueil et amélioration de l'expérience des visiteurs

- Réaménagements des Bureaux d'Alès, Anduze et Génolhac
- Mise en valeur d'un affichage numérique actualisé selon les évènements
- Harmonisation de l'intégralité de nos affichages et signalétiques privées
- Mise en place de vitrine événementiel
- Parcours historique de St Jean du Gard
- Réalisation de fiches randonnées
- Formation auprès d'hébergeurs touristiques

3. Accueil à distance

- Refonte du mailing client
- Changement du système téléphonique (en cours)

4. L'écoute client

- Refonte de la procédure de traitement des réclamations (disponible en ligne, par mail et dans nos bureaux)
- Mise en place de la collecte des suggestions clients
- Refonte des procédures de satisfaction (1454 retours pour 93 en 2021)

5. Qualification des techniques d'accueil

- Amélioration du discours par techniques d'accueil (reformulation, exploration de la demande)
- Mise en place de formation pour les saisonniers

ACTIONS 2022

6. Diffusion de l'information

- Mise en place d'un agenda de la semaine en diffusion aux prestataires touristiques
- Récupération de la gestion des avis et pages établissements Google (en cours)
- Gestion de la diffusion de la documentation
- Travail sur la connaissance du patrimoine, pour un discours plus expert et contextuel
- Gestion des interviews radio
- Travail sur le lien avec les acteurs culturels d'Alès Agglo
- Accueil évènementiels et salons grand public (Etoile de Besseges, Passeurs de livre , WAT, Fous Chantants, Jours de figue, FIRA, MIAM)
- Animation du groupe Facebook Vallée des Gardons

7. Sensibilisation des visiteurs

- Amélioration du discours de sensibilisation (rivière / incendie)
- Charte du randonneur
- Formations Mode d'emploi et Ambassadeur du Parc National des Cévennes

8. Vente

- Développement de la boutique d'Alès avec des produits 100% respectueux de notre charte d'achat
- Formation interne sur les produits Cévennes Tourisme
- CA de la boutique de 12 430,23 € hors billetterie
- Travaux sur les rééditions Carto guides

ACCUEILS "HORS LES MURS" ÉVÈNEMENTIELS

Nous avons assuré l'accueil et la promotion sur plusieurs évènements du territoire :

- Evènements sportifs
- Evènements culturels
- Evènement terroir



FORMATIONS AUPRÈS DES PERSONNELS SAISONNIERS PARTENAIRES

Afin de partager nos connaissances de la destination et la maîtrise de l'accueil touristique, nous avons proposé une formation d'accueil touristique à des hébergeurs à forte capacité d'accueil, de manière à ce que leurs personnels saisonniers aient les clés et outils nécessaires pour leur faciliter leurs actions d'accueil et de conseil.



L'établissement : Hôtel Ibis d'Alès et St Christol-les-Alès
 Nombre de stagiaires: 6
 Date : 21 juin 2021



L'établissement : CAPFUN Le filament à Thoiras
 Nombre de stagiaires: 6
 Date : 10 mai 2021

NOUVEAUX SUPPORTS : LES FICHES RANDO

Cévennes Tourisme et le Pôle Environnement Urbain d'Alès Agglomération ont conjointement œuvré pour proposer une trentaine de boucles locales au travers de « fiches rando ». Ces dernières seront toutes soit disponibles en format papier pour le prix unitaire d'un euro dans les Bureaux d'Information Touristique de Cévennes Tourisme, soit disponibles en ligne en téléchargement.

L'ensemble de ces fiches intègre des commentaires qui valorisent le patrimoine local ainsi que la biodiversité qui y est représentée.

En 2022, une quinzaine de références ont été imprimées.



NOUVEAUX SUPPORTS : LA CHARTE DU RANDONNEUR



Conception et diffusion (Parc National des Cévennes, l'association Sur le chemin de R.L. Stevenson...) d'un support de sensibilisation sur les gestes à adopter au cours d'une randonnée.

Cette communication a été largement relayée, notamment en ligne et via les réseaux sociaux (Parcs Nationaux de France).

PERSPECTIVES 2023

- Un dispositif accueil 2023 revu :

		ALES	ANDUZE	ST JEAN DU GARD	GÉNOLHAC
Bas se Saison	Octobre à Mars	Du lundi au vendredi 10h00 - 12h00 (9h30 et 12h30 en 2022) 14h00 - 17h00 (17h30 en 2022)	Du lundi au vendredi 10h00 - 12h00 (9h30 et 12h30 en 2022) 14h00 - 17h00 (17h30 en 2022)	Octobre : Du lundi au vendredi 10h00 - 12h00 (12h30 en 2022) 14h00 - 17h00 (17h30 en 2022)	Octobre : Du mardi au samedi 10h00 - 12h00 (12h30 en 2022) 14h00 - 17h00 (17h30 en 2022)
Mo yen ne sai son	Avril	Du lundi au vendredi 9h30 - 12h00 (12h30 en 2022) 14h00 - 17h30	Du lundi au vendredi 9h30 - 12h00 (12h30 en 2022) 14h00 - 17h30	Du lundi au vendredi 10h00 - 12h00 (12h30 en 2022) 14h00 - 17h00 (17h30 en 2022)	Du mardi au samedi 10h00 - 12h00 (12h30 en 2022) 14h00 - 17h00 (17h30 en 2022)
	Mai, Juin et Septembre	Du Lundi au samedi 9h30 - 12h30 14h00 - 17h30	Du Lundi au samedi 9h30 - 12h30 14h00 - 17h30	Du Lundi au samedi 10h00 - 12h00 (12h30 en 2022) 14h00 - 17h00 (17h30 en 2022)	Du mardi au samedi 10h00 - 12h00 (12h30 en 2022) 14h00 - 17h00 (17h30 en 2022)
Ha ute sai son	Juillet et Aout	Du Lundi au samedi 9h30 - 13h00 14h00 - 18h00 (18h30 en 2022) Dimanche : 10h00 - 13h00	Du Lundi au samedi 9h30 - 13h00 14h00 - 18h00 (18h30 en 2022) Dimanche : 10h00 - 13h00	Du Lundi au samedi 10h00 - 13h00 14h00 - 18h00 (18h30 en 2022) Dimanche : 10h00 - 13h00	Du Lundi au samedi 9h30 - 13h00 14h00 - 18h00 (18h30 en 2022) Dimanche : 10h00 - 13h00

Ce dispositif tient compte des fréquentations observées en 2022, heure par heure, sur chaque Bureau d'Information. Il prévoit des accueils évènementiels sur certains temps forts programmés sur Alès Agglomération. Il tient compte de fermetures incompressibles dues à des actions de formation (dont séminaire d'équipe).

- Suivi de la relation clients : pour mieux connaître les visiteurs et entamer un cycle relationnel leur permettant de mieux faire connaître leurs besoins.
- Enrichir, développer le programme de visites accompagnées, notamment au travers de la thématique "Ciel étoilé".
- Tourisme & Handicap: c'est un chantier d'ampleur qui s'ouvrira en 2023 pour l'Office de Tourisme, qui passera par la formation obligatoire des conseillères en séjour.

DÉVELOPPEMENT



ACTIONS ÉVÈNEMENTIELLES

JEMA 2022 : JOURNÉES EUROPÉENNES DES MÉTIERS D'ART

Cette année les JEMA se sont articulées autour de deux temps forts :

- La découverte des métiers d'art à travers 5 boucles pédestres organisées et accompagnées par Cévennes Tourisme du 31 mars au 02 avril 2022 à Anduze, Tornac, Chamborigaud, Vézénobres et St Jean du Gard :



16 ARTISANS D'ART ET 47 PARTICIPANTS

- L'exposition des métiers d'art "nos mains à l'unissons" à Maison Rouge organisée par Cévennes Tourisme en partenariat avec Maison Rouge : expo, démonstrations, ateliers, conférences.



18 ARTISANS D'ART ET 485 VISITEURS

PARCOURS TOURISTIQUE URBAIN SAINT-JEAN-DU-GARD

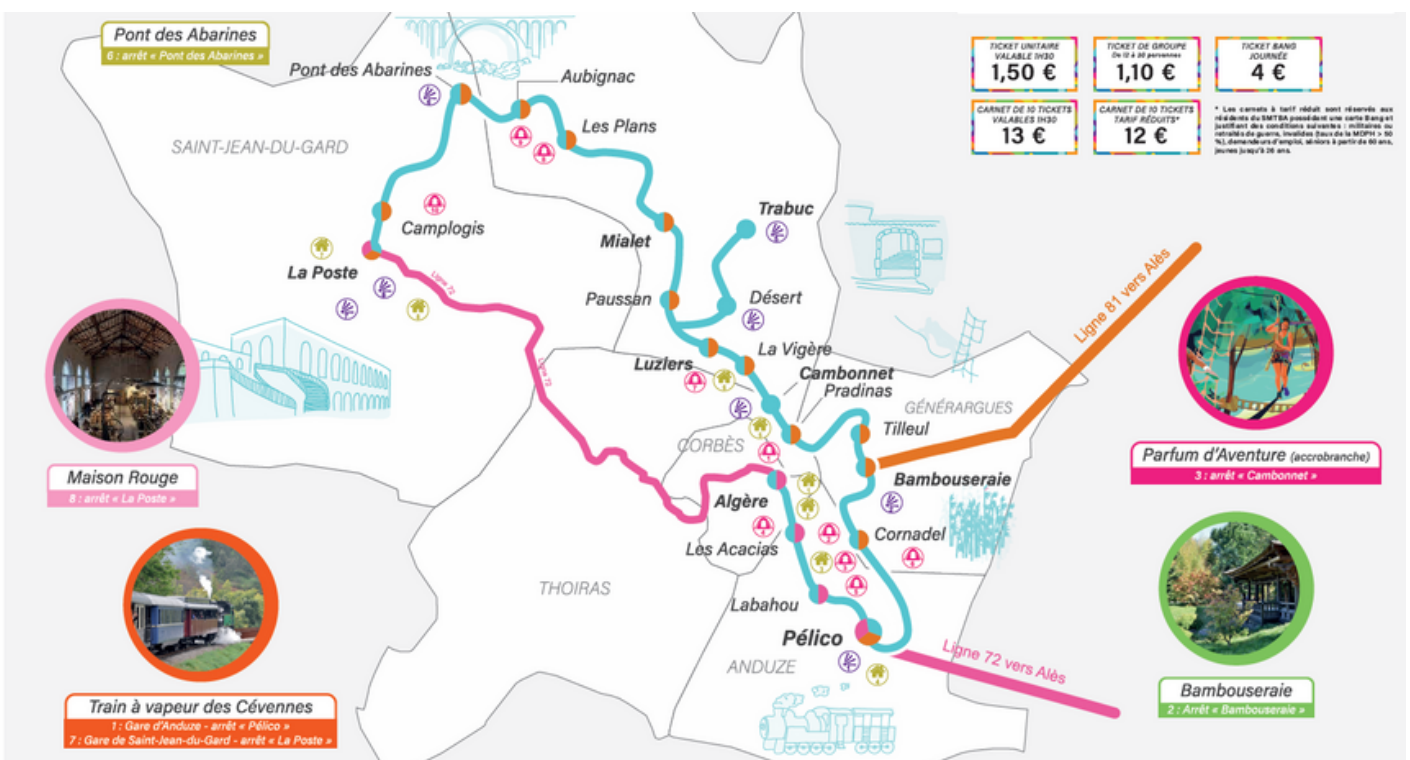
Création graphique de 25 panneaux présentant l'histoire de Saint-Jean-du-Gard, sur la base des indications et textes fournis par Mme Martine COSTE et Nelly DURET.



QUALITE

Poursuite des travaux suite au Groupe Qualité de Destination du 10 novembre 2021 :

- Valorisation des Activités de Pleine Nature : 11 avril 2022 / Poursuite des travaux en cours avec le Pôle Environnement Urbain sur la qualification de l'offre vélo.
- Mise en tourisme des Produits du Terroir : 13 avril 2022 / Poursuite des travaux en cours en coordination PAT et Alès Myriapolis pour identification des producteurs locaux et propositions d'animation de filière.
- Contraintes d'usages dans la vallée de Mialet : 23 mai 2022.
- La thématique associée à la mobilité touristique s'est traduite par des échanges dans le courant du printemps 2022 entre Cévennes Tourisme, Kéolis et le Syndicat Mixte des Transports du Bassin Alésien. Une fois le périmètre de l'amélioration de la desserte sur la Vallée des Gardons établi, une fois le principe d'une expérimentation sur le lancement d'une navette estivale acquis, les arrêts, les modalités d'exploitation ont été définis, de manière à inaugurer cette navette le 07 juillet 2022. Sur la période estivale, les fréquentations de la vallée des Gardons en transports en commun ont augmenté de 30 %.



RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES (RSE)

A travers sa stratégie Qualité/RSE, la SPL Alès Cévennes- Cévennes Tourisme inscrit le développement durable comme un fil rouge sur l'ensemble de ses missions.

Parmi les actions menées au quotidien au sein de l'Office de Tourisme, outre les actions poursuivies au titre du Partenariat (Parcours d'accompagnement 100 % Tourisme Durable et démarche de qualification Engagé(e)s Tourisme Durable) figurent :

- le déploiement d'une Politique d'achat responsable / Boutique responsable dans les Bureaux d'Information.
- le suivi des impressions, des consommations d'électricité. Tri sélectif dans les différents Bureaux d'Information.
- Data Day (16 décembre 2022): pour réduire la pollution numérique.
- Amélioration de la qualité d'air dans les bureaux.
- Réalisation d'un baromètre social annuel.
- Participation à des salons tourisme Durable: Journées des APN Millau - Salon Horizona + Universités du Tourisme Durable.
- Adhésion au CPIE du Gard et ATD (acteurs du tourisme durable)

PERSPECTIVES 2023

- Audit complet Qualité Tourisme
- Classement Catégorie I
- Structuration et développement des filières artisanat et produits locaux
- Visite "mémoire des quartiers" Alès
- Liens renforcés à l'Etoile Cévenole pour démultiplier les propositions de visites accompagnées sous la thématique "Ciel Etoilé"
- Valorisation de l'offre vélo (en lien avec le PEU Alès Agglomération)

ATTRACTIVITÉ COMMUNICATION



LES OBJECTIFS PRIORITAIRES ASSOCIÉS À LA MARQUE CÉVENNES TOURISME

- **Gain de notoriété** pour la marque Cévennes Tourisme ; mieux localiser l'offre Cévennes Tourisme
- Développement de la **relation clients**
- Créer des portes d'entrée à la destination via **l'activité randonnée**
- Génération de courts séjours découverte sur les périodes **printemps et automne**, notamment au travers de propositions de niches
- Optimisation des séjours loisirs estivaux

CIBLES PRIORITAIRES

- Les clientèles métropolitaines des bassins de vie d'Ile-de-France, d'Auvergne-Rhône-Alpes, de la région Sud.
- Les clientèles familiales avec jeunes enfants comme adolescents
- Les clientèles 18-35 ans, "DINKS", en recherche d'expérimentations de "modes de voyager"
- Les clientèles de seniors actifs, notamment en groupes constitués

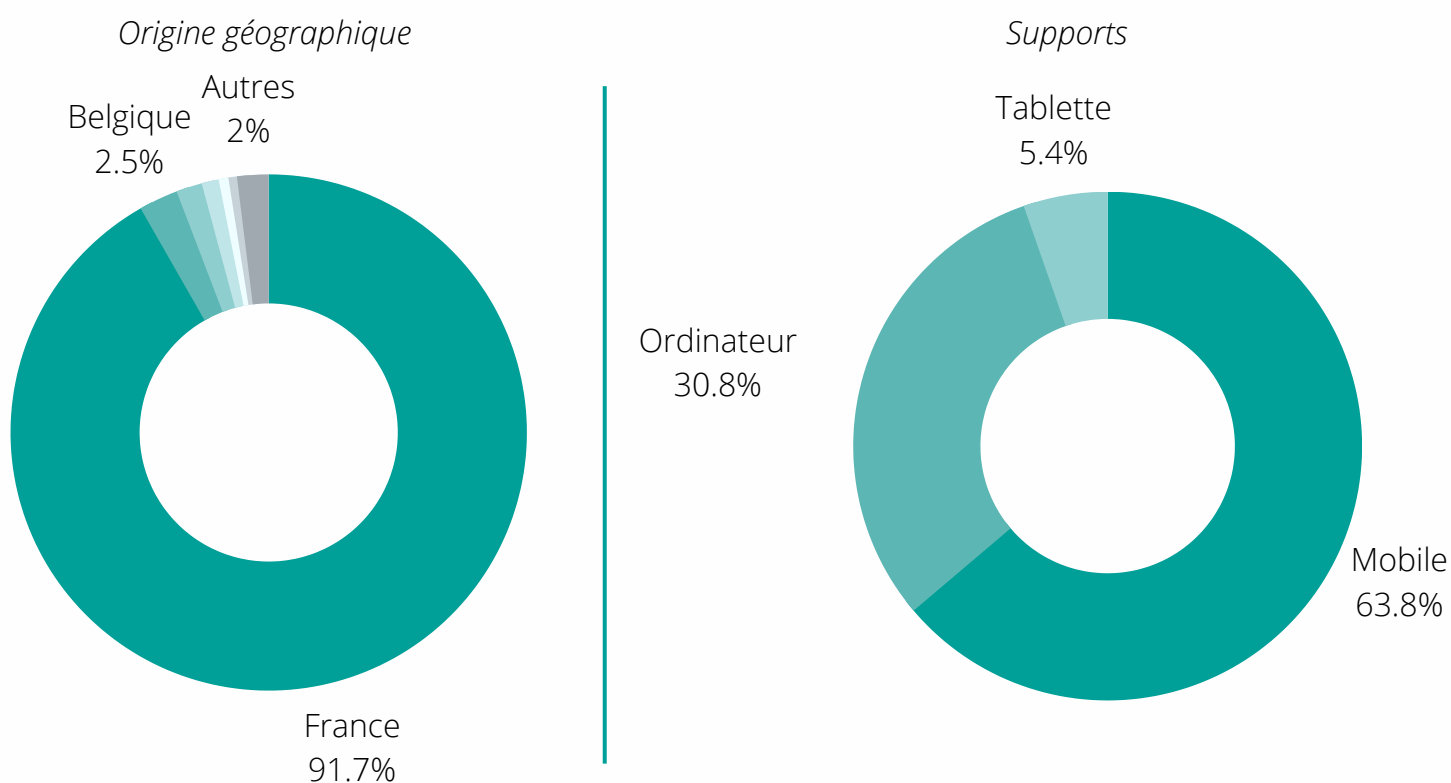
LES SUPPORTS / OUTILS MOBILISÉS

- Sur le site internet de destination :
 - création de pages édito et optimisation du SEO,
- Réseaux sociaux,
- Magazine de destination,
- Newsletters ciblées,
- Achat de visibilité/notoriété,
- Évènementiel,
- Salons BtoB : Promotion de la destination lors de salons et workshops professionnels et à la portée internationale. Rencontres avec des tour-opérateurs, des journalistes, des agences de voyages.
- Salons BtoC : Promotion de la destination lors de salons grand public.

REFONTE INTÉGRALE DU SITE INTERNET DE DESTINATION

Alimenté par un Système d'Information Touristique* abandonné au plan national à la fin de l'année 2022, souffrant de lourdeurs et de temps de chargement trop longs, ne disposant pas de certificat de sécurité ad hoc, il était devenu urgent de procéder à la refonte du site www.cevennes-tourisme.fr.

Les chiffres 2022 de la fréquentation du site internet (source Google Analytics) indiquent bien, après des fréquentations exceptionnelles en 2021, un retour aux données de l'année 2019 : **541 000 sessions** ont ainsi été enregistrées entre le 1er janvier et le 13 décembre 2022, contre 500 000 en 2019 (et 690 000 en 2021) sur la même période.



*: ou SIT, cette base de données permet un partage des informations des prestataires touristiques entre Agence Départementale du Tourisme et Offices de Tourisme. Le Système d'Information alimente les sites internet de destination au travers des "fiches" renseignant les prestations.

REFONTE INTÉGRALE DU SITE INTERNET DE DESTINATION



L'enjeu majeur associé à la refonte du site est celui du Système d'Information Touristique : l'intégration de la plateforme APIDAE, le premier réseau national d'informations touristiques constitue un progrès significatif. Celle-ci permet, outre le partage en temps réel des informations mises à jour avec les Offices de Tourisme voisins et Gard Tourisme, **la mise à jour par les prestataires sur leur propre fiche**.

Plus de partage de datas, une information enrichie, un accès facilité : les avantages de cette solution sont nombreux.

The screenshot displays a website interface for 'Chambre d'hôtes "L'Autre Maison"'. At the top, there is a navigation bar with the 'Cévennes TOURISME' logo, a phone number '04 66 52 32 15', a 'Venir en groupe' button, a 'Réserver' button, a search icon, and a menu icon. Below the navigation bar is a large image collage featuring a swimming pool, a dining table with coffee, and a stone building. A 'Voir les photos (33)' link is visible in the top right corner of the image area.

The main content area includes a 'Réserver' button and a 'Voir tous les tarifs' link. Below this is a contact form with the heading 'Contactez Chambre d'hôtes "L'Autre Maison"', a text input field for the message, and an 'Envoyer' button.

Textual content includes:

- Au centre du village de St Jean de Ceyrargues, une ancienne ferme magnanerie du 18ème a été transformé en maison d'hôte. Elle vous accueille dans le confort et la convivialité, une ambiance décontractée et un engagement dans le tourisme durable.**
- Tourisme durable**: Nous nous engageons pour un tourisme durable et sommes labellisés « Eco-Gestes » par Gîtes de France et référencé chez Vaovert, signe de garantie de notre engagement. Nous nous engageons, pour la réduction et protection de l'eau, de minimiser notre consommation énergétique, pour la réduction des déchets, un mode de consommation plus écologique, et bien d'autres gestes responsables. Retrouvez notre engagement sur le lien suivant: <https://www.lautre-maison.com/wp-content/uploads/2021/01/Nos-ECO-Gestes.pdf>

Technical details and amenities are listed in a table:

ENVIRONNEMENT	A la campagne	
CAPACITÉ	Chambres : 3 Chambre(s)	Hébergements : 9 Personne(s)
LANGUES PARLÉES		

Additional information includes a 'My rendre' map showing the location in Ceyrargues, the address 'Chambre d'hôtes "L'Autre Maison", 18 rue de la Fontaine, 30360 SAINT-JEAN-DE-CEYRARGUES', an altitude of 184 m, and contact numbers '06 82 55 48' and '04 66 55 12'.

REFONTE INTÉGRALE DU SITE INTERNET DE DESTINATION

Le "owned media" que constitue le site www.cevennes-tourisme.fr représente une opportunité illimitée pour améliorer la visibilité et la notoriété de la destination et des communes qui la composent. Le chantier, en matière de référencement naturel, est désormais ouvert en continu pour une optimisation des contenus.

L'arborescence simple choisie opère la distinction entre :

- futurs "primo-visiteurs" qui souhaitent s'inspirer, confirmer leur perception du territoire (porte d'entrée "Je découvre"),
- les clientèles qui ont fait leur choix et qui concrétisent leur futur séjour (porte d'entrée "Je prépare"),
- la recherche d'informations pratiques et de découverte (porte d'entrée "Je suis sur place").

A noter que, techniquement, le site web est conçu comme étant "mobile first", si bien que l'ergonomie, les temps de chargement, la fluidité de consultation sont optimisés pour les consultations sur smartphone, dont l'usage devient majoritaire au plan des sessions enregistrées.



Accueil → Je découvre → Filiales et visites → Villes et villages des Cévennes → Vézénobres Village de caractère

Le patrimoine remarquable, les petites ruelles, les produits du terroir ainsi que la culture de la figue font partie des éléments incontournables qui bercent vos pas lors d'une balade dans Vézénobres. Enfin, la vue imprenable sur les Cévennes, la garrigues, la plaine des Gardons, le Mont Lozère et le Mont Bouquet vous ouvrira les portes vers d'autres lieux à découvrir.

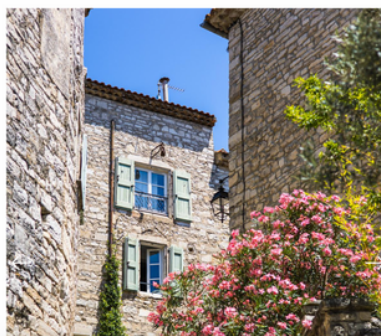
VÉZÉNOBRES

Un village historique gardien des Cévennes

Nous vous emmenons découvrir le village de Vézénobres, haut lieu du patrimoine régional, perché à plus de 200 mètres d'altitude. Parcourez ces petites ruelles médiévales qui vous transporteront d'un monument à un autre, du XIème siècle au XXème siècle.

À DÉCOUVRIR À VÉZÉNOBRES

Parmi les endroits emblématiques du village, vous trouverez la rue des maisons romanes, composée d'habitations des XIème et XIIème siècles. Son architecture romane est unique en France. Deux châteaux dominent les lieux: le château Fay-Perault, vieux de 800 ans et dont il ne reste malheureusement que des ruines évoquant parfaitement les tristes guerres de religion, et l'impressionnant château Girard, construit durant la guerre de Cent Ans et accueillant actuellement la Maison de la Figue et du Tourisme. Dans la rue principale, c'est la tour de l'horloge qui attire le regard et sonne les heures au rythme des journées.



Sur place

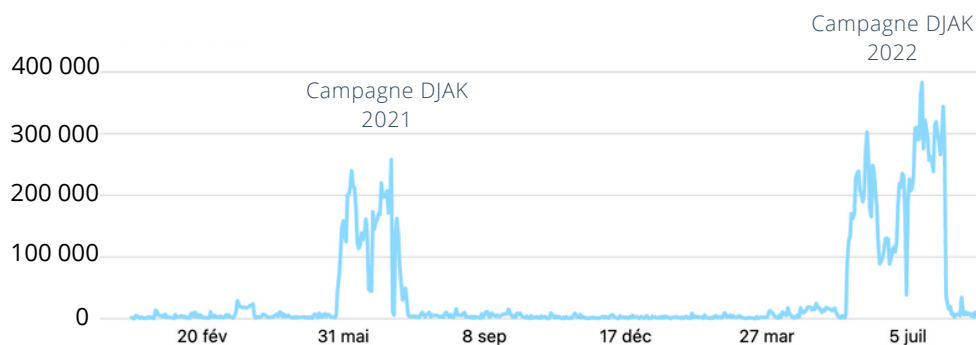
UNE CAMPAGNE DIGITALE EFFICACE

En 2021, Cévennes Tourisme a lancé, conjointement à Alès Agglomération, une campagne de communication "Cévennes Tourisme, sortez du cadre", qui avait été récompensée par un Trophée de la Communication. Cette campagne avait fait la part belle au digital.

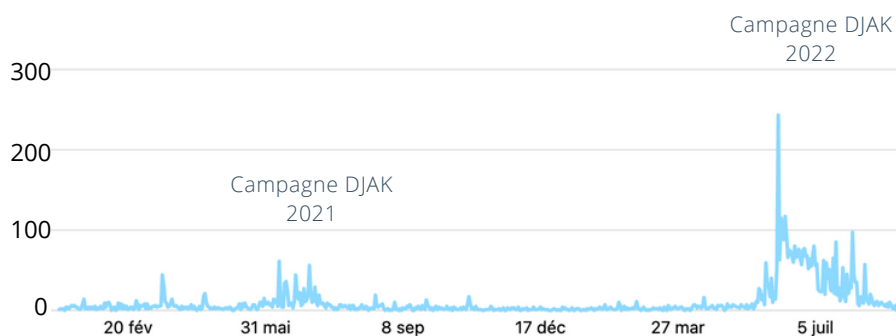
En 2022, le choix a été fait de privilégier des sites emblématiques du territoire pour répondre à des objectifs de gain de notoriété sur les réseaux sociaux. La campagne, établie en partenariat avec le service Communication d'Alès Agglomération, s'est déroulée sur la période 19 avril > 31 juillet 2022.

Au final, la campagne 2022, plus longue, aura connu **une plus grande efficacité qu'en 2021**.

Couverture Facebook janv. 2021 - sept. 2022

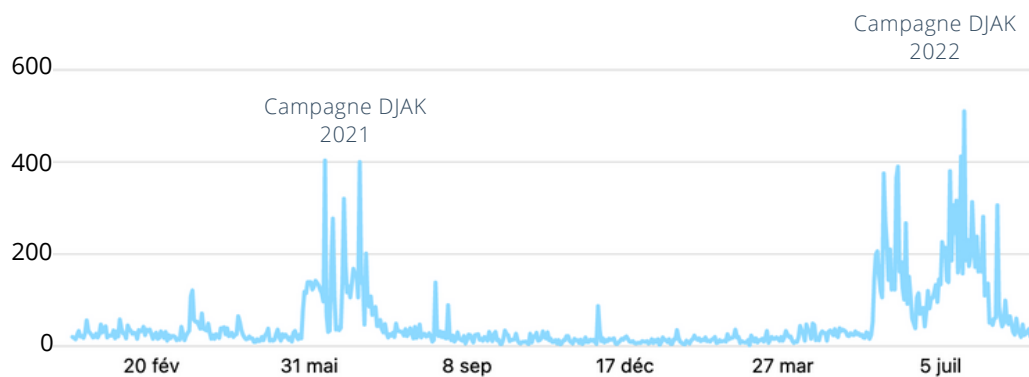


Nouveaux abonnés Facebook

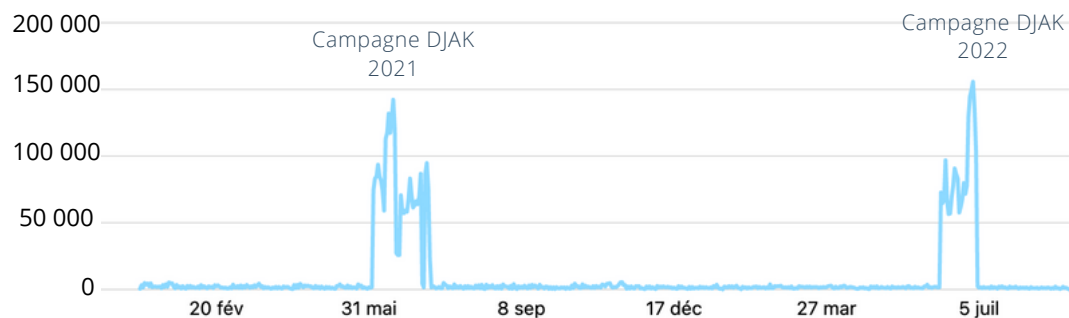


UNE CAMPAGNE DIGITALE EFFICACE

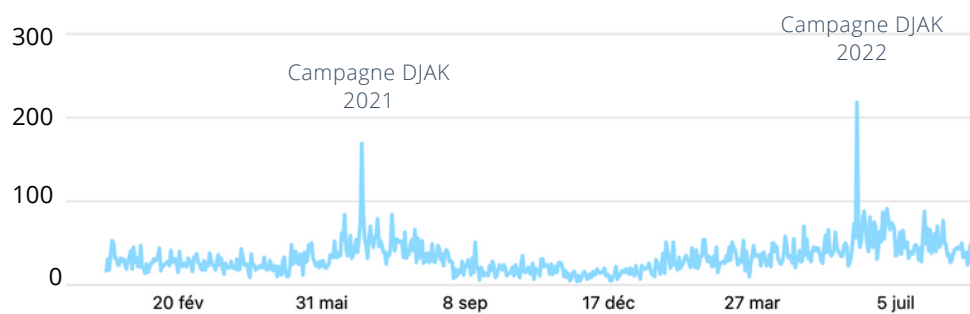
Visites de la page Facebook



Couverture Instagram janv. 2021 - sept. 2022



Visites profil Instagram



UNE CAMPAGNE DIGITALE EFFICACE

Les résultats de la campagne digitale 2022 :

- **5 211 995 personnes uniques ont été touchées** par au moins une des publicités au cours de la campagne 2022, soit 0,002€ par personne unique touchée (vs. 0,004€ en 2021)
- 15 475 320 impressions soit une répétition de 2,96.

Cette campagne a généré de très nombreuses réactions positives : témoignages, demandes de renseignements pour venir visiter...

- 655 commentaires, **14 000 réactions, 2 738 partages des publicités**
- Le bilan est également très positif en termes de nouveaux abonnés : 17 610 j'aime la page avant la campagne à 21 931 en fin de campagne soit + 4 321 abonnés.



Story Instagram



Reels Instagram

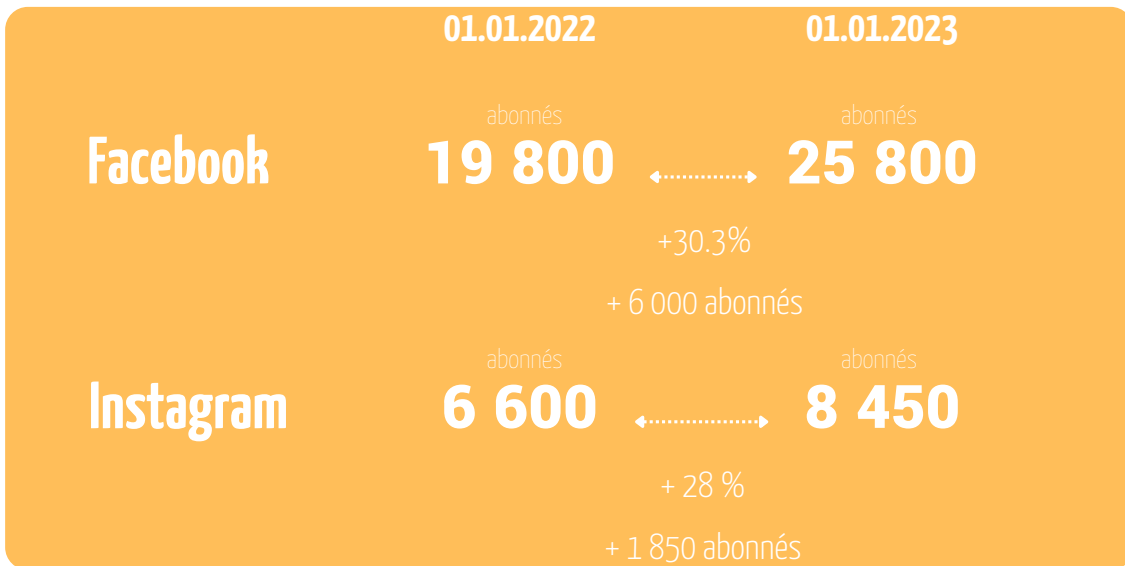


Story Facebook

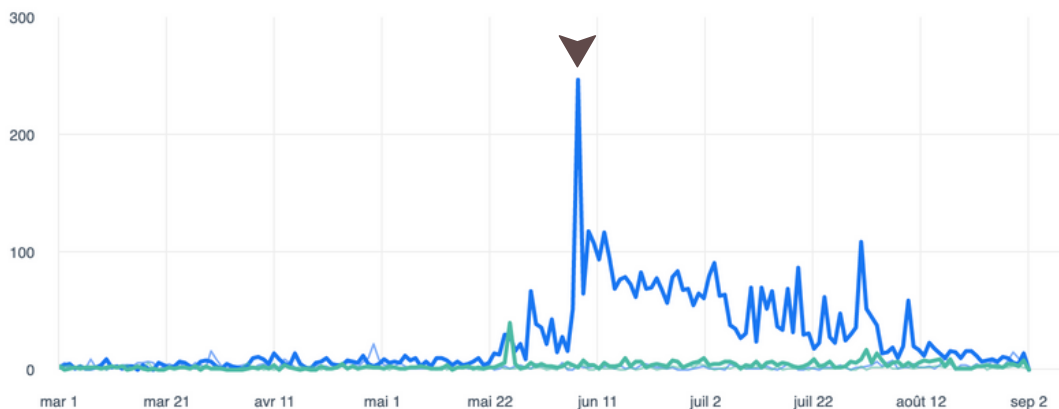


Reels Facebook

L'ÉVOLUTION DES ABONNÉS CÉVENNES TOURISME SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX EN 2022



Pic de nouveaux abonnés : 8 juin - jeu concours en partenariat avec Belesa



←.....→ Jeu concours Cévennes Tourisme x Belesa

←.....→ Campagne DJAK



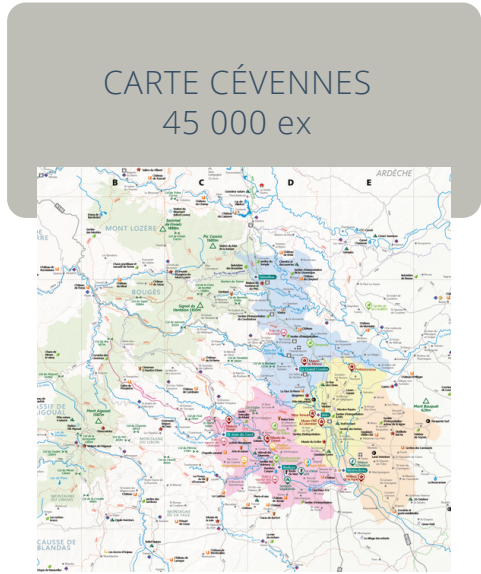
ÉDITIONS 2022



GUIDE LOISIRS
20 000 ex



GUIDE TERROIR
20 000 ex



CARTE CÉVENNES
45 000 ex



PLAN DE VILLE
7 000 ex



PASS CÉVENNES +
5 000 ex



VISITES GUIDÉES
10 000 ex



FICHES RANDO
7 000 ex



ROUTE DU VASE
5 000 ex



Refonte de la charte graphique, du logo et des supports de communication de la Route du Vase d'Anduze



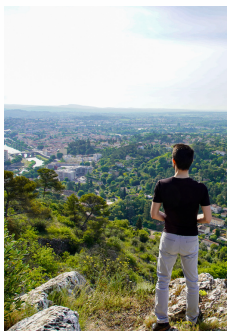
JEMA
5 000 ex



REPORTAGES PHOTOS / VIDÉOS

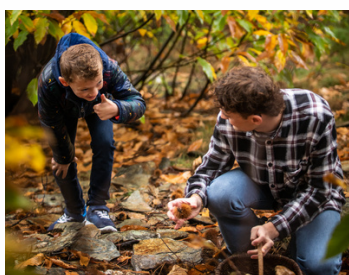
Cévennes Tourisme a fait appel à des photographes professionnels pour améliorer et actualiser une partie de la photothèque utile au service communication.

13
REPORTAGES
PHOTOS
PRINTEMPS



1052
photos /
vidéos
produites

7
REPORTAGES
PHOTOS
AUTOMNE



375 photos
6 reels vidéos
1 vidéo de destination

PERSPECTIVES 2023

- Site web de destination : celui-ci nécessite une actualisation permanente. Une attention spécifique sera portée au maintien d'un référencement optimal sur les principales requêtes des (futurs) visiteurs. Une campagne digitale est prévue au printemps avec pour objectif principal une augmentation des flux sur www.cevennes-tourisme.fr, le moteur de l'écosystème digital touristique d'Alès Agglomération.
- Magazine de destination : en 2021, Cévennes Tourisme créait en interne un premier magazine de destination. En 2023, la création d'un nouveau support est envisagée. Celui-ci, en tant qu'outil de séduction et de découverte du territoire, fera l'objet d'une diffusion en dehors des frontières d'Alès Agglomération, y compris en gares.
- Programme de valorisation thématique influenceurs : afin de répondre à l'objectif de générer de l'attractivité sur les ailes de saison, au travers d'activités ciblées d'une part ; et de renouveler en permanence les ressources média d'autre part, un reportage "randonnée" sera produit.
- Une communication renforcée sur les actions, projets et résultats de l'Office de Tourisme, notamment vers les prestataires de la destination.

ATTRACTIVITÉ PROMOTION



OPÉRATIONS SALONS - WORKSHOPS

Suite à deux années marquées par des annulations et reports quasi systématiques en matière de tourisme d'affaires et de salons, les actions de prospection de Cévennes Tourisme en matière de workshops et de salons ont été nombreuses. Les actions réalisées ont permis de présenter aux organisateurs d'événements professionnels les richesses et les pépites de la destination Alès Agglomération, tant au plan des hébergeurs, des sites de visite que des prestataires d'activité.

Au mois d'octobre, un éductour a pu être réalisé auprès des prospects intéressés pour venir découvrir la destination.

SALON PURE MEETING - 10.03.2022 - PARIS

Organisateur : Globe Network

Objectif : Rencontrer les organisateurs à la recherche de nouvelles destinations, de nouveaux réceptifs et nouveaux lieux pour leurs prochains événements.

Cible : Les organisateurs français d'événements (séminaires, incentives, conférences, congrès et événements)

Nombre de rendez vous réalisés : 21

Bilan salon : nouveaux acheteurs rencontrés.



DESTINATION OCCITANIE - 14.03.2022 - TOULOUSE

Organisateur : CTRL Occitanie

Objectif : favoriser la commercialisation des produits « Groupes » proposés par les prestataires touristiques régionaux.

Cible : les voyageurs français et francophones, les principaux comités d'entreprises de proximité, ainsi que les associations de nouveaux arrivants.

Nombre de rendez vous réalisés : 20

Bilan salon : 1er salon généraliste post Covid / Contacts qualifiés / Prétour avec 1 journée en Cévennes pour 4 acheteurs accueillis / intérêt manifeste pour la destination.



OPÉRATIONS SALONS - WORKSHOPS

LE PRINTEMPS DES VOYAGES -
15.03.2022 - RODEZ



Organisateur : Autocariste Ruban Bleu (Rodez - Mende - Albi - Castres - Saint Sulpice La Pointe)

Objectif : permettre aux prestataires (destinations, hôtels, site de visites...) de présenter leur offre proposée via la brochure Ruban Bleu

Cible : les clubs séniors

Nombre de rendez vous réalisés : 13

Bilan salon : contact direct avec les clubs séniors : connaissance du marché pour propositions journées sur mesure / intérêt pour la Destination .

RENDEZ-VOUS EN FRANCE - 22 ET
23.03.2022 - NANTES



Organisateur : Atout France

Objectif : maintenir la France et ses marques mondiales de destinations dans la programmation des tour-opérateurs internationaux.

Cible : agences et tour-opérateurs internationaux.

Nombre de rendez vous réalisés : 11

Bilan salon : véritable vitrine et réelle opportunité de faire découvrir la Destination aux prescripteurs, tour-opérateurs et agents de voyages internationaux.

WORKSHOP MICE - 13.06.2022 - PARIS



Organisateur : Club Business Occitanie

Objectif : faire (re)découvrir l'offre de tourisme d'affaires de la région Occitanie, ainsi que ses nouveautés.

Cible : entreprises, agences et associations franciliens

Nombre de rendez vous réalisés : 7

Bilan salon : nouveaux contacts parisiens avec grand intérêt pour la destination dont la Bambouseraie. Territoire qui séduit pour les séjours CSE.

OPÉRATIONS SALONS - WORKSHOPS

DÉJEUNER DE PRÉSENTATION - 14.06.2022 - PARIS

Organisateur : Partance

Objectif : tisser un superbe relationnel autour des décideurs de la profession le temps d'un instant gourmand.

Cible : agences, de décideurs ou d'associations/fédérations spécialement sélectionnés pour leur très fort potentiel sur la destination.

Nombre de rendez vous réalisés : 11

Bilan salon : nouveaux contacts parisiens avec grand intérêt pour la destination qu'ils ne connaissent pas du tout.



SALON DU VOYAGE D'AVENTURE DU FESTIVAL "WHAT A TRIP" - 22 AU 25.09.2022 - MONTPELLIER

Organisateur : AFIVAM

Objectif : Découvrir, échanger, s'inspirer, s'évader... le WAT c'est le rendez-vous incontournable des amoureux de voyages et de découverte du monde.

Cible : public ciblé et passionné à la recherche de micro aventures nature inédites



WORKSHOP DE RENTRÉE- 17.09.2022 - PARIS

Organisateur : Globe Network

Objectif : développer le segment MICE en gagnant en visibilité auprès des organisateurs d'évènements

Cible : TOP 250 sociétés françaises, agences et associations organisant des événements, des incentives et des congrès en France et à l'étranger.



OPÉRATIONS SALONS - WORKSHOPS

DESTINATION INCENTIVE - 13.10.2022 - MONTPELLIER



Organisateur : Club Business Occitanie

Objectif : développer l'organisation d'événements d'entreprises en Occitanie

Cible : les organisateurs d'événements nationaux susceptibles de prévoir des événements dans la Destination Occitanie

MICE PLACE MARSEILLE - 7 ET 8 .11.2022 - MARSEILLE



Organisateur : Meet and com

Objectif : mettre en relation les porteurs de projets et les apporteurs de solutions.

Cible : organisateurs d'événements professionnels.

EDUCTOUR BUYERS - 03 ET 04.10.2022 - ALES AGGLOMÉRATION



Pour la première fois, Cévennes Tourisme organise sur deux jours un éductour à destination des prospects rencontrés sur les opérations présentées ci-dessus, pour les aider dans la concrétisation de leurs projets d'événements et/ou séjours.

Sandra Olivet, chargée de commercialisation, a accueilli 9 acheteurs, en organisant le programme avec la Bambouseraie en Cévennes, le Domaine de la Source à Bayssac, le le Rabelais à Alès, le Comptoir Saint Hilaire, les hôtels Ibis et Campanile à Alès,

ATTRACTIVITÉ COMMERCIALISATION



LES GROUPES (TOURISME LOISIRS & AFFAIRES)

2022 : année record pour les groupes

Les deux premières années d'activité du Service Commercialisation (2018 et 2019) ont démontré qu'il existe une activité viable centrée autour de la clientèle "groupes".

Le chiffre d'affaires de ces deux premières années d'activité gravite autour de 45 000,00 € HT avec des retombées économiques directes pour les prestataires d'activités sollicités à hauteur de 40 000,00 € TTC.

En 2020 et 2021, la crise sanitaire aura grandement perturbé la concrétisation des demandes de réservations d'excursions ou de séjours (courts ou longs).

Bien que les indicateurs 2021 furent défavorables, ceux de 2022 sont supérieurs, dépassant même ceux de 2019.

Plusieurs éléments peuvent expliquer ces chiffres très positifs et notamment la conjonction des reports successifs de certains contrats jusqu'à une période favorable ainsi que la présence de groupes issus de la demande naturelle annuelle.

Bilan quantitatif 2022

INDICATEURS	2021	2022*	EVOLUTION**
Tourisme Loisir (1 journée)	4	9	↑↑ +125%
Tourisme Loisir (1 nuitée ou +)	1	6	↑↑ +500%
Tourisme d'Affaires (1 journée)	1	1	▬ +0%
Tourisme d'Affaires (1 nuitée ou +)	1	1	▬ +0%
Visites guidées seules	6	5	↓ -17%
Demandes	27	53	↑ +96%
Finalisés	13	22	↑ +69%
Provenance des groupes (-3 h)	10	16	↑ +60%
Provenance des groupes (+3 h)	3	6	↑ +100%
Nb. de dossier Apporteur d'Affaires	2	12	↑↑ +500%
Chiffre d'affaires TTC (SPL)	22 771,30 €	72 022,41 €	↑↑ +216%
Chiffre d'affaires HT (SPL)	22 011,39 €	69 510,03 €	↑↑ +215%
Chiffre d'affaires TTC (Prestataires)	20 063,79 €	61 436,90 €	↑↑ +206%
Bénéfices nets (SPL)	1 947,60 €	8 073,13 €	↑↑ +315%

*Prévisionnel au 21/11/2022.
 **1 flèche = évolution inférieure ou égale à 100% / 2 flèches = évolution supérieure à 100%.

LE PASS CÉVENNES +

En 2021, le Pass Cévennes + fut lancé en pleine crise sanitaire avec pour objectif principal de réduire les dépenses pour les clients-visiteurs et favoriser l'acte d'achat dans les sites partenaires de l'opération.

En 2022, le Pass Cévennes + est entré dans sa deuxième année de commercialisation ; le produit est en phase de "croissance".

Les ajustements opérés, dégagés des enseignements de la première année de commercialisation, ont porté leur fruit : lancement en avril, qualification de l'offre autour des réductions d'entrées de sites, clarification de l'offre de réduction, changement de format de vente, réduction des coûts, validité pour 2 utilisateurs au lieu de 1, promotion plus affirmée, ont fait partie des facteurs de succès sur 2022.

Bilan quantitatif 2022

INDICATEURS	2021	2022*	EVOLUTION**
Volume de ventes "Avril"	0	98	Néant
Volume de ventes "Mai"	0	73	Néant
Volume de ventes "Juin"	31	80	↑↑ +158%
Volume de ventes "Juillet"	124	167	↑ +35%
Volume de ventes "Août"	81	195	↑↑ +141%
Volume de ventes "Septembre"	1	23	↑↑ +2200%
Volume de ventes "Octobre"	1	5	↑↑ +400%
Quantité fournie Dépôt-vente	0	250	Néant
Quantité vendue Dépôt-vente	0	48	Néant
Quantité totale des ventes	241	689	↑↑ +185%
Quantité totale du stock	1000	2000	↑ +100%
Quantité totale offerts	100	287	↑↑ +187%
Valeur totale stocks HT	4 166,66 €	8 333,33 €	↑ +100%
Coûts totaux TTC	1 848,00 €	1 110,00 €	↑ -40%
Quantité vendue "Plein Tarif = 5,00€ TTC"	237	688	↑↑ +190%
Quantité vendue "Tarif Réduit = 4,50€ TTC"	3	1	↓ -67%
Volume total (Offerts + vendus)	341	976	↑↑ +185%
Chiffre d'affaires total HT	998,75 €	2 870,42 €	↑↑ +187%
Pertes/Bénéfices	-849,25 €	1 760,42 €	↑↑ +307%

*Prévisionnel au 22/11/2022.
 **1 flèche = évolution inférieure ou égale à 100% / 2 flèches = évolution supérieure à 100%.

LES VISITES GUIDÉES

Le programme 2022

Avant 2022, la programmation annuelle des visites guidées était réduite essentiellement au mois d'août. En moyenne, les taux de remplissage annuels se situaient aux alentours de 35%.

En 2022, le nombre de départs de visites reste sensiblement le même que celui de l'année dernière. Les taux de remplissage 2021/2022 sont également similaires.

Les conditions météorologiques ont affecté les activités de plein air, impactant de facto les visites guidées qui ont toutes lieu en extérieur.

Quelques chiffres :

Nombre de visites proposées en 2022 : 46 (1 annulation).

Présents payants : 340.

Présents gratuits (y compris Pass Cévennes +) : 158.

Total présents : 498 (528 en 2021).

Taux de remplissage total : 36,1 % (37,2 % en 2021).

Recto livret visites guidées 2022

The collage features several key sections:

- ANIMATIONS:**
 - MINE TEMOIN:** Chemin de la croix Sainte-Marie, Rochefort, 30100 Ales. Tél. : +33 (0)4 66 30 45 15
 - MAISON DU MINEUR:** Village Minier, rue Victor Fournet, 30150 Le Grand-Corbiès. Tél. : +33 (0)4 66 34 28 93
 - VEZENOBRES ET LA FIGUE:** Les Ateliers du Châtelet, 30360 Vézénobres. Tél. : +33 (0)4 66 83 67 02
 - PRÉHISTORAMA:** 23, chemin de Passaute, 30340 Rousson. Tél. : +33 (0)4 66 85 86 96
- CALENDRIER:**
 - MAI:**
 - VENDREDI 27: 11h - Anduze du Temps
 - JUILLET:**
 - LUNDI 11 - 10h - Ales
 - MARDI 12: 21h - Château de Tornac
 - MERCREDI 13 - 21h - Anduze
 - JEUDI 14: 10h - Gagnoac
 - VENDREDI 15: 10h - Saint-Jean-du-Gard
 - LUNDI 18 - 10h - Ales
 - MARDI 19: 21h - Château de Tornac
 - MERCREDI 20 - 21h - Anduze
 - JEUDI 21: 10h - Gagnoac
 - VENDREDI 22: 10h - Saint-Jean-du-Gard
 - LUNDI 25 - 10h - Ales
 - MARDI 26: 21h - Château de Tornac
 - MERCREDI 27 - 21h - Anduze
 - JEUDI 28: 10h - Gagnoac
 - VENDREDI 29: 10h - Saint-Jean-du-Gard
 - SEPTEMBRE:**
 - SAMEDI 17: 10h - JEP Château de Tornac
 - DIMANCHE 18: 10h - JEP Ales
 - AOÛT:**
 - LUNDI 01 - 10h - Ales
 - MARDI 02: 21h - Château de Tornac
 - MERCREDI 03 - 21h - Anduze
 - JEUDI 04: 10h - Gagnoac
 - VENDREDI 05: 10h - Saint-Jean-du-Gard
 - LUNDI 08 - 10h - Ales
 - MARDI 09: 21h - Château de Tornac
 - MERCREDI 10 - 21h - Anduze
 - JEUDI 11: 10h - Gagnoac
 - VENDREDI 12: 10h - Saint-Jean-du-Gard
 - LUNDI 15 - 10h - Ales
 - MARDI 16: 21h - Château de Tornac
 - MERCREDI 17 - 21h - Anduze
 - JEUDI 18: 10h - Gagnoac
 - VENDREDI 19: 10h - Saint-Jean-du-Gard
 - LUNDI 22 - 10h - Ales
 - MARDI 23: 21h - Château de Tornac
 - MERCREDI 24 - 21h - Anduze
 - JEUDI 25: 10h - Gagnoac
 - VENDREDI 26: 10h - Saint-Jean-du-Gard
 - DIMANCHE 18: 10h - JEP Ales
- LES VISITES EN CÉVENNES:**
 - Nos accueils touristiques:**
 - Bureau d'information touristique d'Ales: Place de l'Indépendance, 30100 Ales. Tél. : +33 (0)4 66 52 32 45
 - Bureau d'information touristique d'Anduze: 1 place de la République, 30400 Anduze. Tél. : +33 (0)4 66 63 98 17
 - Maison du Tourisme et du Parc: 15 place du Colombier, 30410 Gagnac. Tél. : +33 (0)4 66 83 09 48
 - Bureau d'information touristique d'Anduze: 3 rue de l'Indépendance, 30250 Saint-Jean-du-Gard. Tél. : +33 (0)4 66 83 52 11
 - Maison de la Figue et du Tourisme: Les Terrasses du Château, 30380 Vézénobres. Tél. : +33 (0)4 66 83 62 02
 - Point d'information touristique de Saint-Jean-de-Gard: Maison Rouge, Musée des volées cévennes, 3 rue de l'Indépendance, 30250 Saint-Jean-du-Gard. Tél. : +33 (0)4 66 83 52 11
- VISITES GUIDÉES:**
 - CATHÉDRALE:** Association civile de la cathédrale d'Ales, Place Saint-Jean, 30100 Ales. Tél. : +33 (0)4 66 52 21 06
 - PETIT TRAIN TOURISTIQUE D'ALES:** Départ à 10h30, 16h et 17h30. Tél. : +33 (0)4 66 50 32 55
 - MUSÉES D'ALES:**
 - Musée PFC: 57, montée des Lavandiers, 30100 Ales. Tél. : +33 (0)4 66 86 38 69
 - Musée de la Colombine: Rue Jean Mayodon, 30100 Ales. Tél. : +33 (0)4 66 86 30 40
 - MAISON ROUGE:** 3 rue de l'Indépendance, 30250 Saint-Jean-du-Gard. Tél. : +33 (0)4 66 85 30 48



Cévennes
TOURISME

OFFICE DE TOURISME CEVENNES TOURISME - SPL ALES CEVENNES
Place de l'hôtel de Ville - 30100 Alès