

26.11 | BILAN DE 2025 | SAISON

SOCIÉTÉ PUBLIQUE
LOCALE ALÈS CÉVENNES

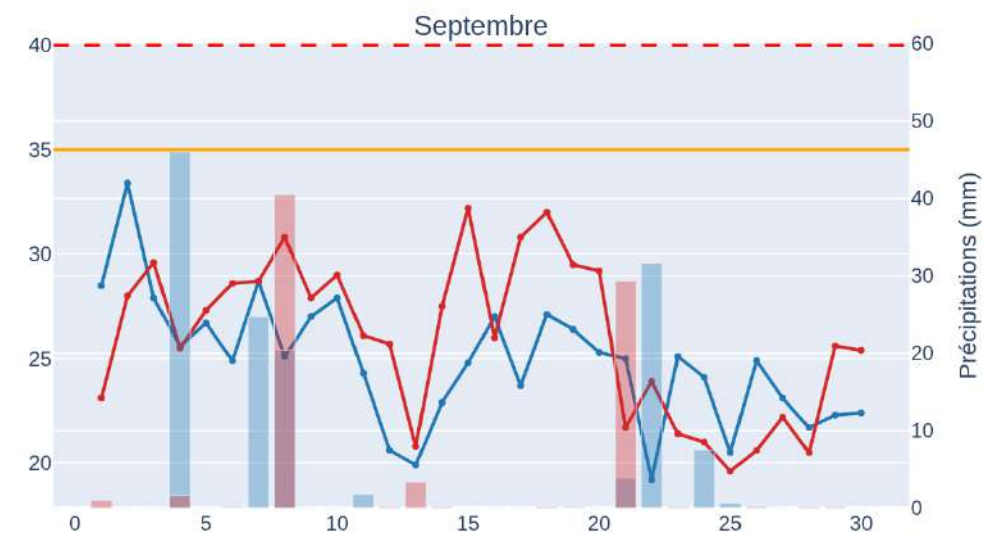
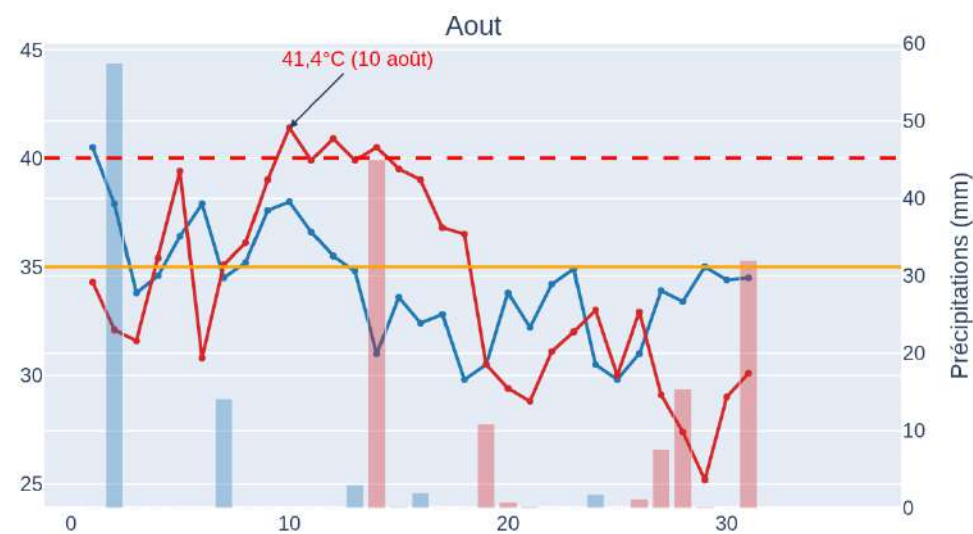
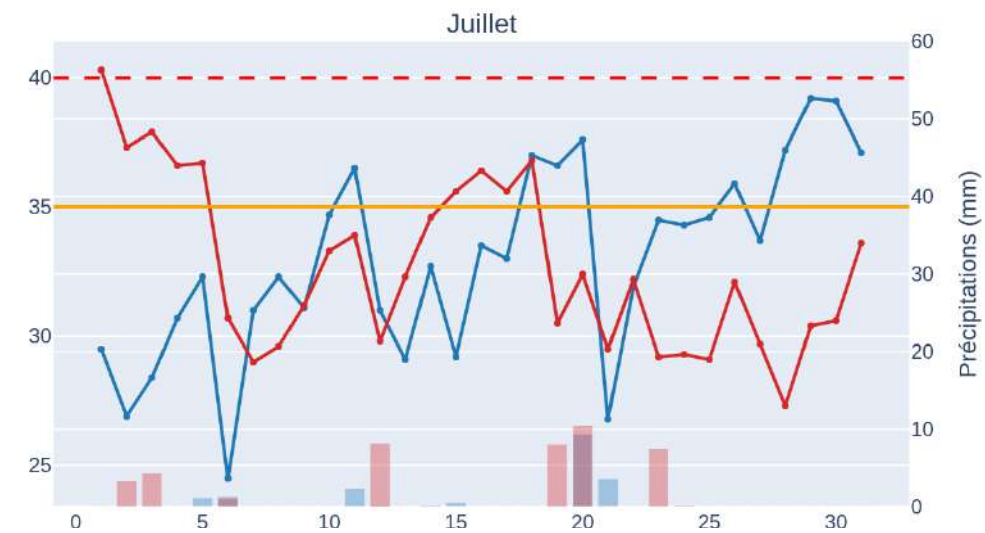
Cévennes
TOURISME

Alès
Agglomération
LE SUD INGÉNIEUX

01. La saison 2025 en retrospective en chiffres



LES INDICATEURS MÉTÉOROLOGIQUES 2025



LES INDICATEURS MÉTÉOROLOGIQUES 2025

Indicateurs	2024	2025
Jours $\geq 35\text{ °C}$	20	33
Jours $\geq 40\text{ °C}$	1	4
Pic de chaleur	40,5 °C (1 ^{er} août)	41,4 °C (10 août)
Séquence sèche (jours)	10	23 (8 juin > 1 ^{er} juillet)

TENDANCES NATIONALES

ÉTÉ 2025

BILAN DE SAISON
Novembre 2025

1. Fréquentation internationale

Recul en été (-4% sur juillet-août).

Causes :

- Effet « JO » (moins de visiteurs comparés à l'été 2024).
- Baisse des clientèles majeures : Italiens, Allemands, Belges, Néerlandais, Américains.
- Impact plus fort en zones littorales et rurales.

2. Clientèle française

Stable par rapport à 2024 : - 3 % depuis début d'année,
- 1 % en été.

3. Influence des conditions météo

Été marqué par :

- **Canicules et incendies.**
- **Mauvais temps fin juillet** (pluie, neige en altitude).

Conséquences :

- Forte demande pour zones fraîches, baignades, montagne.
- Sites couverts privilégiés par temps pluvieux.
- **Réservations de dernière minute** en hausse.

TENDANCES NATIONALES

COMPORTEMENTS

BILAN DE SAISON

Novembre 2025

4. Consommation touristique

Baisse des dépenses, surtout chez les clientèles françaises.

Arbitrages :

- Réduction des séjours ou des activités.
- Restaurants et boutiques les plus touchés.

Tendances :

- Recherche d'activités gratuites, promotions, transports en commun.

Moindre présence internationale accentue la baisse.

5. Adaptation des offres

Flexibilité accrue :

- Séjours courts (3-4 nuits), itinérance.
- Moins de séjours « samedi-samedi ».
- Horaires d'arrivée et repas adaptés.

6. Hébergements plébiscités

Gagnants : campings (emplacements nus), meublés.

En progression : résidences hôtelières, centres de vacances.

En difficulté : hôtels, certaines maisons d'hôtes.

Itinérance (vans, camping-cars, vélo) en hausse.

ENQUÊTE DE CONJONCTURE RESULTATS LOCAUX

répondants Alès Agglomération (MAI à SEPTEMBRE)

BILAN DE SAISON
Novembre 2025

Mai-juin

Activité inférieure à N-1 pour la majorité des acteurs (surtout hébergeurs et restaurants).

- **Causes** : météo défavorable, canicule précoce fin juin, communication médiatique sur les incendies jugée dissuasive.
- **Clientèles en recul** : proximité, françaises, groupes.

Juillet

Mois en demi-teinte, souvent jugé « plus faible que 2024 ».

- Forte présence dans campings et sur les routes, mais baisse de consommation sur activités payantes et restauration.
- Ticket moyen en baisse.
- Réservations tardives et concentrées sur courts séjours.

Août

Mois plus porteur pour certains (campings bien positionnés, restaurants, sites à forte notoriété).

- Satisfaction élevée pour ces acteurs, mais d'autres restent en retrait.
- Sites « au frais » (grottes) très performants en période de chaleur.

Septembre

Retombée rapide, mois jugé en deçà des attentes.

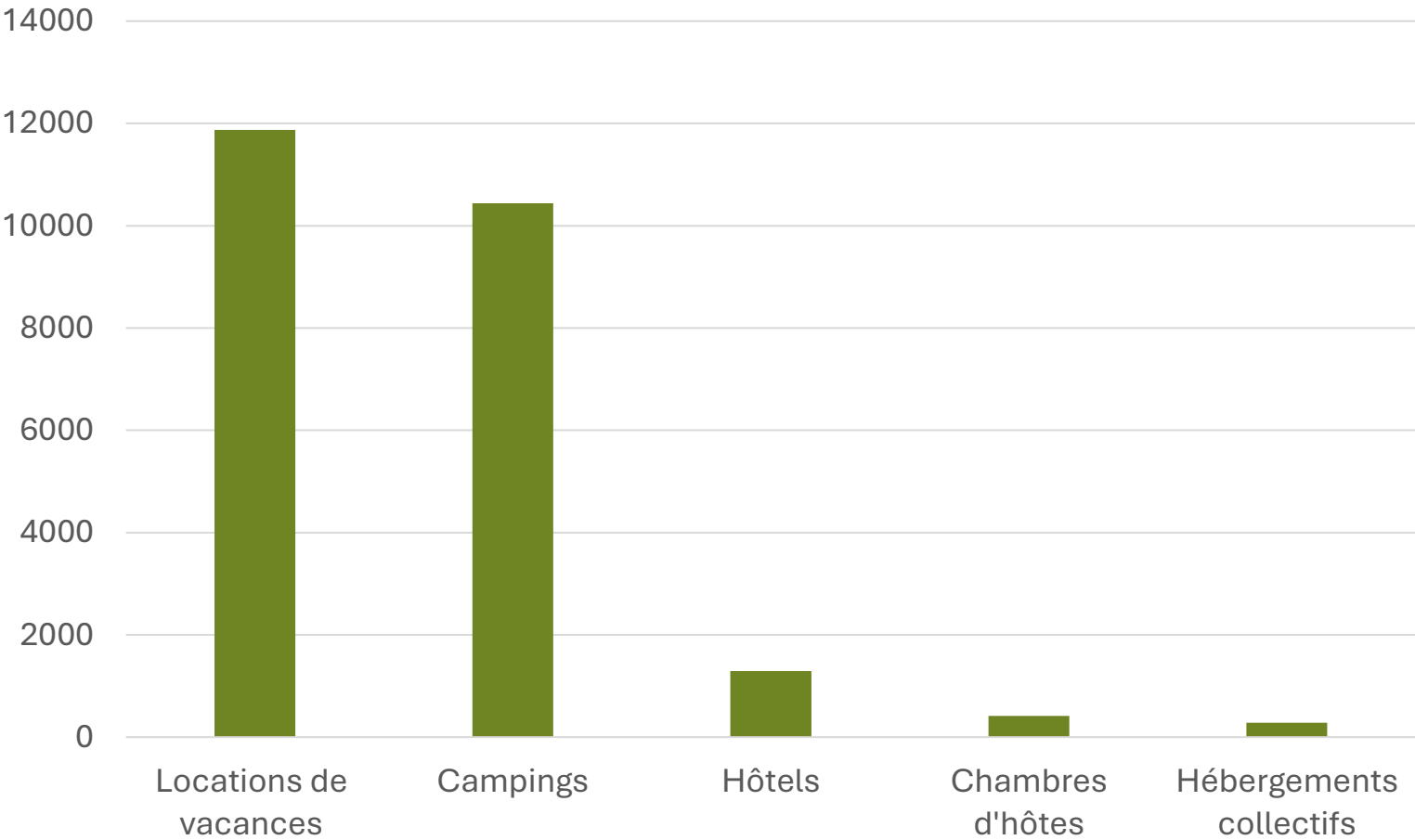
- Dépenses annexes en baisse (souvenirs, boutiques).
Fréquentation imprévisible selon la météo.

OFFRE HEBERGEMENTS DESTINATION

SAISON 2025

BILAN DE SAISON
Novembre 2025

Campings	10 440
Hôtels	1 290
Hébergements collectifs	284
Chambres d'hôtes	416
Locations de vacances <i>(source Liwango : août 25)</i>	11 871
TOTAL	24 301

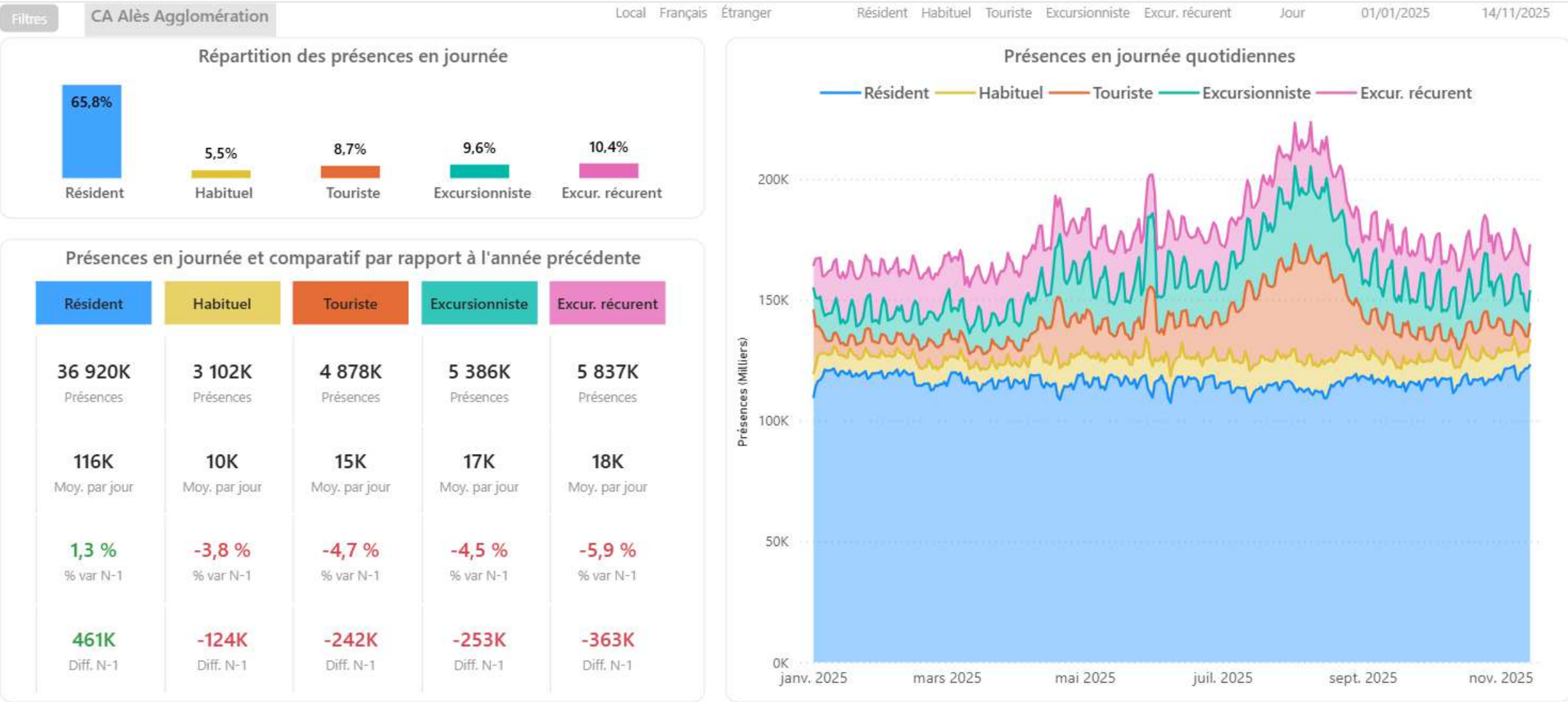


Volume de lits en résidences secondaires (INSEE 2023) : 30 130

FRÉQUENTATIONS DESTINATION SAISON 2025

source Flux Vision Tourisme

BILAN DE SAISON
Novembre 2025



FRÉQUENTATIONS DESTINATION SAISON 2025

source Flux Vision Tourisme

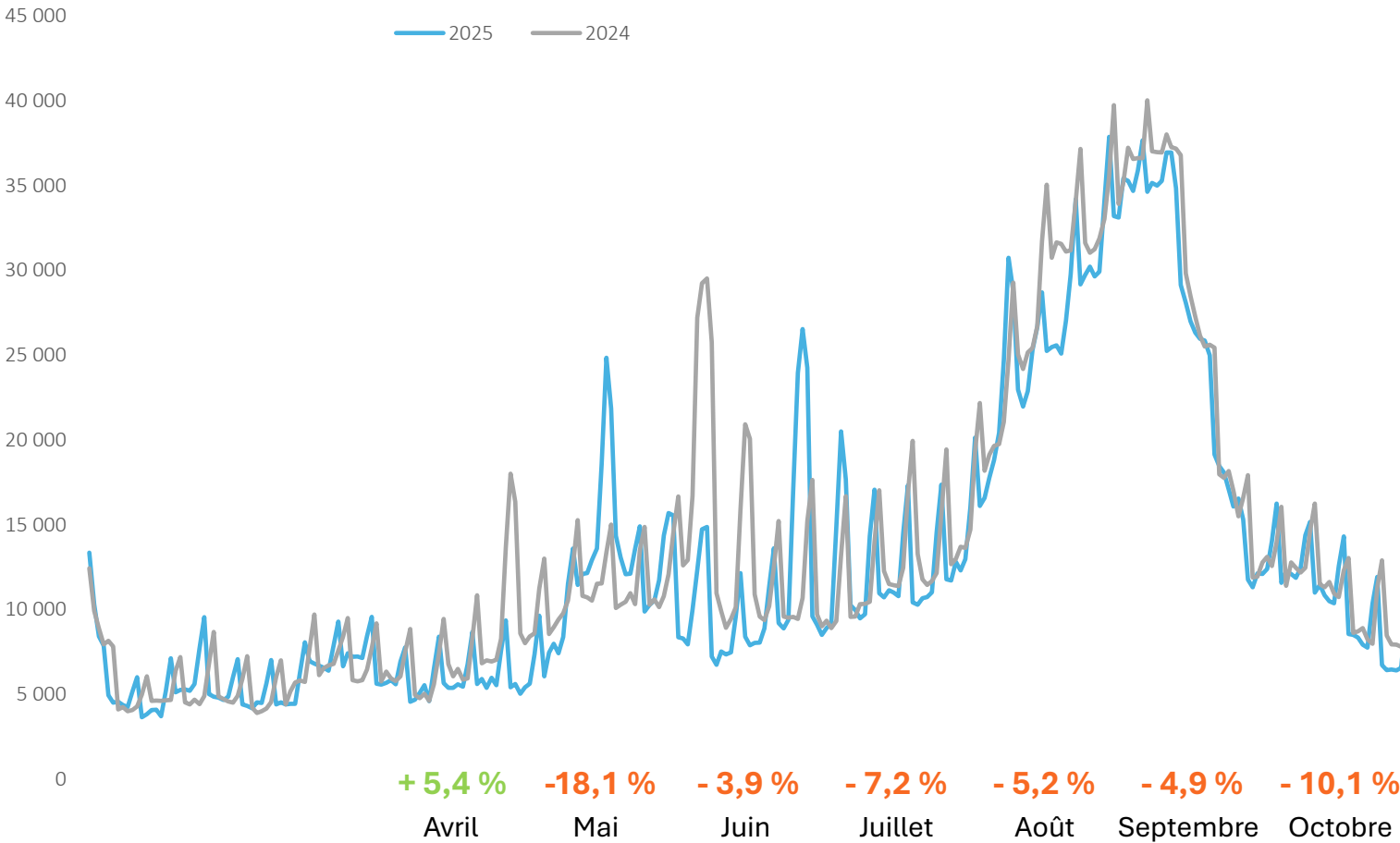
BILAN DE SAISON
Novembre 2025

Nuitées

Nuitées marchandes et non marchandes

Source : Flux Vision Tourisme
Alès Agglomération
1^{er} janvier 2024 au 18 octobre 2025

3 707 000 nuitées
- **6,8 %** vs 2024
- **4,3 %** vs 2023

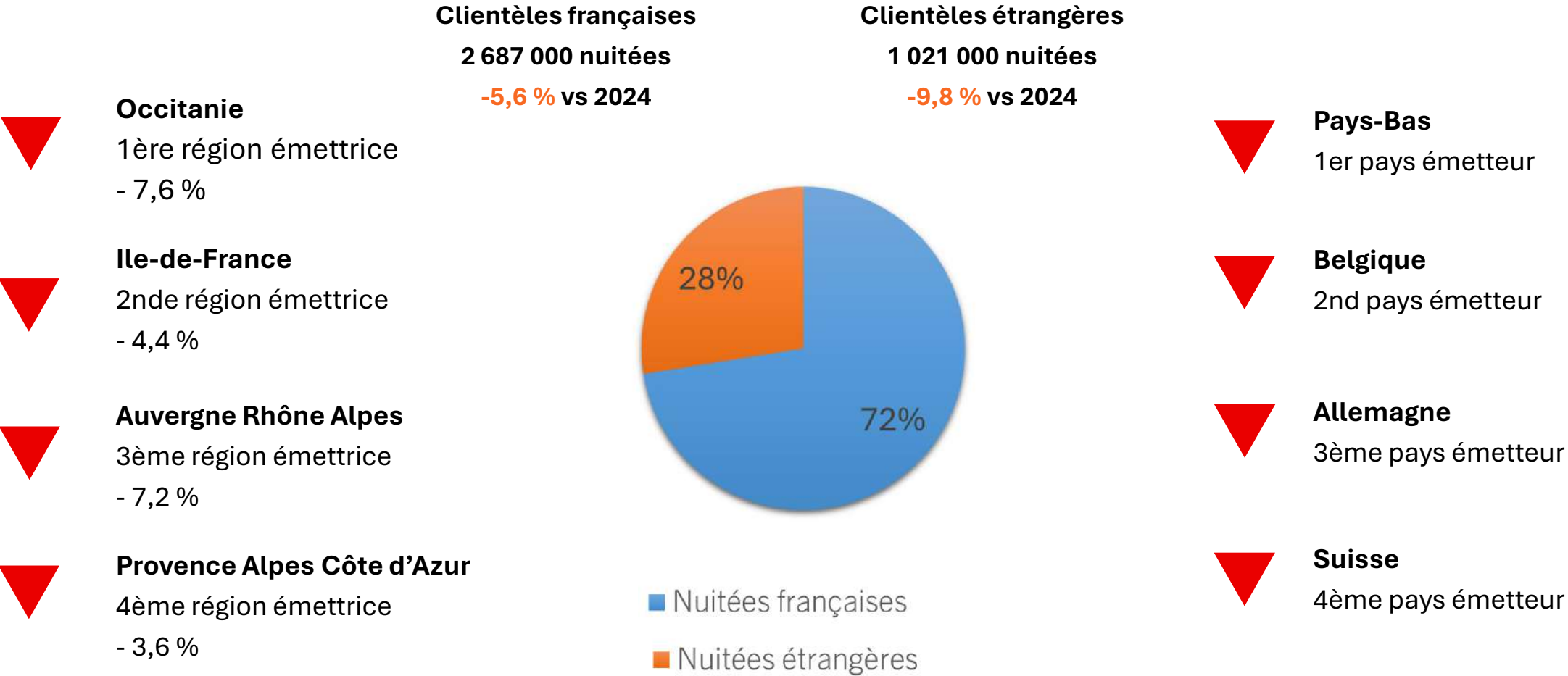


FRÉQUENTATIONS DESTINATION SAISON 2025

source Flux Vision Tourisme

BILAN DE SAISON
Novembre 2025

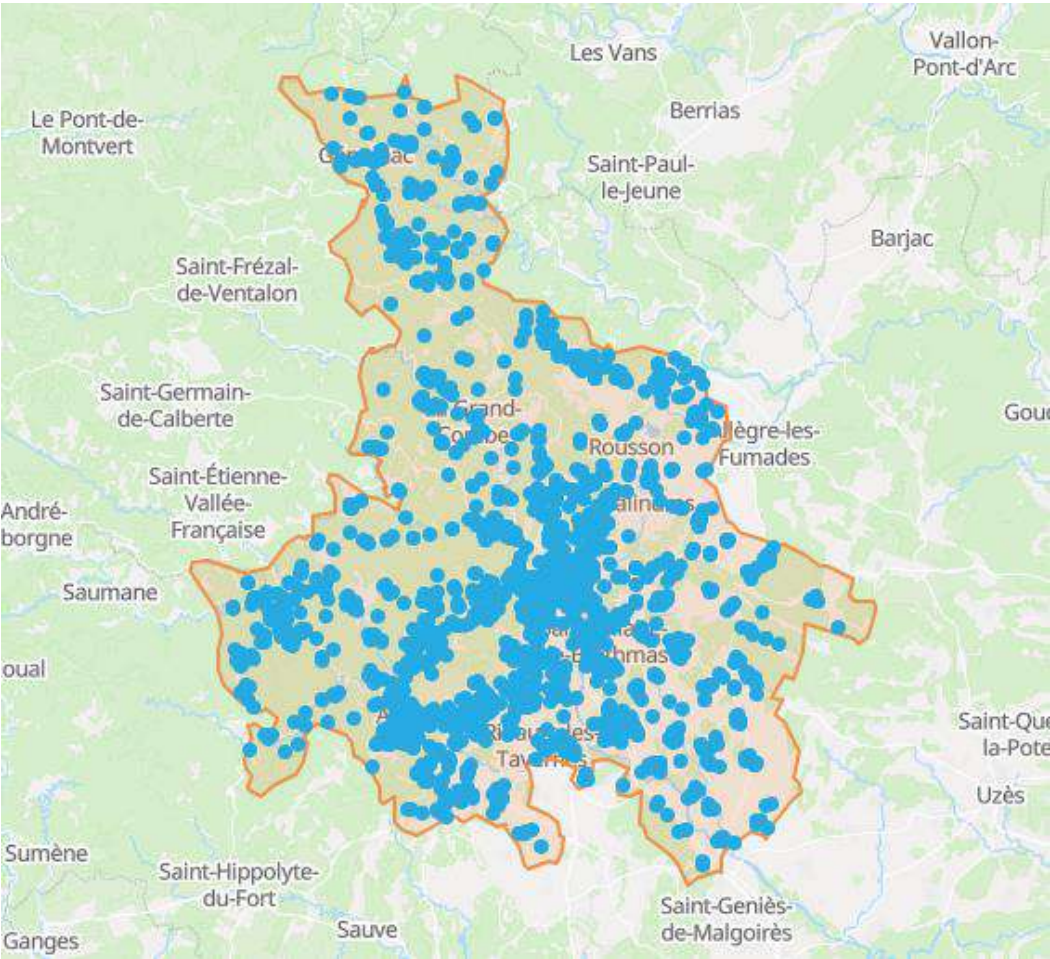
Nuitées



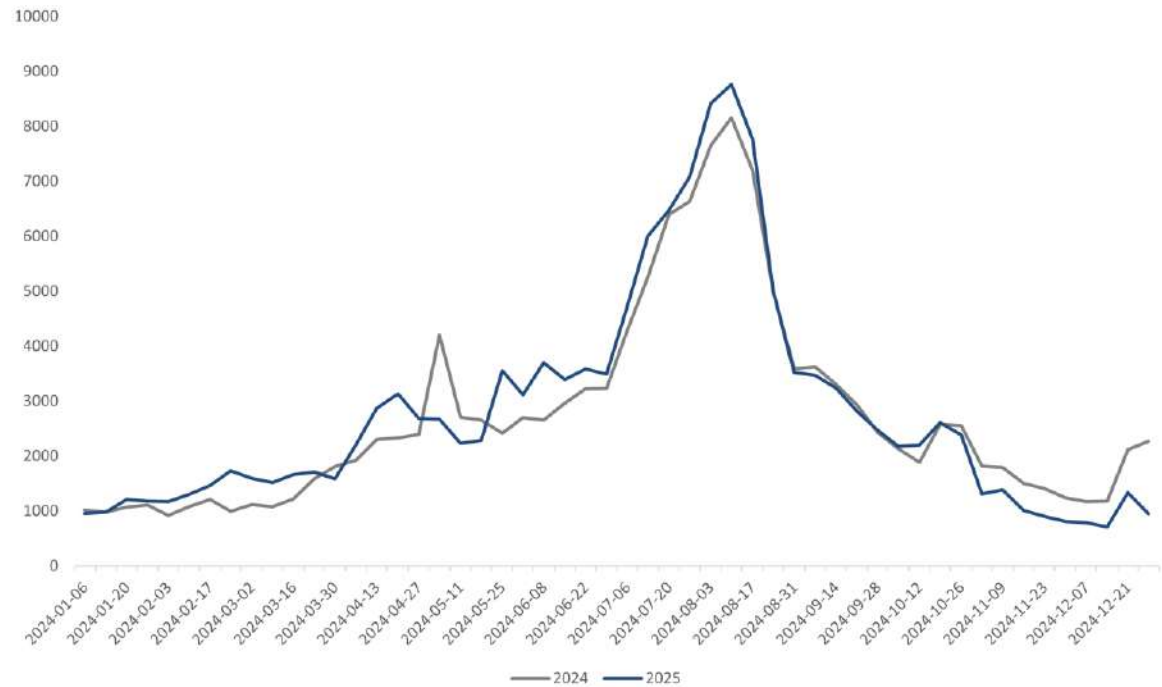
LE LOCATIF SUR ALÈS AGGLOMÉRATION

source Liwango.fr

BILAN DE SAISON
Novembre 2025



Période	Nombre d'offres réservables	Progression	Taux d'occupation
Août 2023	1 635	+ 22,84 %	60,13 %
Août 2024	1 868	+ 14,25 %	68,05 %
Août 2025	1 954	+ 4,6 %	71,63 %




FRÉQUENTATIONS ACCUEILS

SAISON 2025

BILAN DE SAISON
Novembre 2025

Du 1er janvier au 30 septembre 2025

Bureau d'information	Nombre de visiteurs (01/01 – 30/09)	Evolution vs 2024
Alès	12 294	-3%
Vézénobres	16 045	-10%
Anduze	19 336	2%
Saint-Jean-du-Gard	8 430	-7%
Génolhac	3 090	-10%

59 200 visiteurs  - 4 % par rapport à 2024

RAPPEL : baisse globale 2025 de – 14 % des heures d’ouverture, tous bureaux d’information confondus



Évaluation · 4.9 / 5 (70 avis)



tripadvisor

Évaluation · 4 / 5 (92 avis)

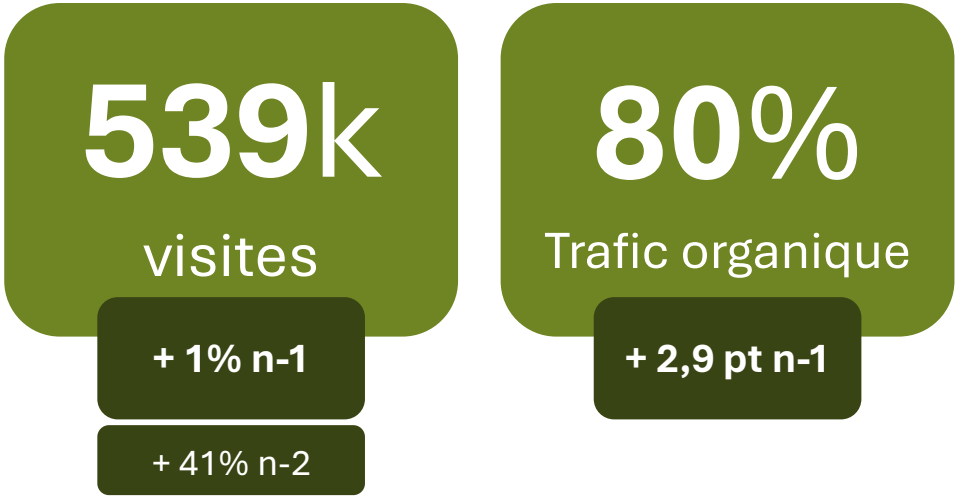


Alès	4.4 / 5	127 avis
Vézénobres	4.5 / 5	23 avis
Anduze	4.3 / 5	88 avis
Génolhac	4.3 / 5	23 avis
St Jean du Gard	4.4 / 5	40 avis

FRÉQUENTATIONS SITE WEB

www.cevennes-tourisme.fr

Toutes versions linguistiques
Vue d'ensemble





02.

Actions Cévennes Tourisme 2025 /2026

ACCUEIL

ACTIONS 2025 / 2026

2025

ACCUEILS

- Relocalisation Bureau d'Information Touristique de Saint-Jean-du-Gard
- Obtention marque Tourisme & Handicap
- Programme de visites et “Un été sous les étoiles” : 12 dates / 425 personnes



2026

- **Modernisation des outils d'Accueil (GRC) et de la collecte des avis clients**
- **Diffusion de l'information via chevalets – QR Codes disponibles en chambres.**
- **Editorialisation de l'offre (hébergements)**
- **Adaptation du programme de visites et reconduction du “Train des Etoiles”**

VISITES & ANIMATION

- Recensement programme Journées Européennes du Patrimoine : 114 visites proposées
- IZI Travel : 9 parcours gratuits et traduits pour 2 580 contenus consultés

COMMUNICATION

ACTIONS 2025 / 2026

Bilan 2025



Site web : + 539 K visites (+ 1,1 % vs 2024)



Campagnes printemps : 1,49 M personnes touchées



31,8 K followers Facebook



12,5 K followers Instagram

Déploiement LinkedIn : 953 abonnés

BILAN DE SAISON

Novembre 2025

2025

2026

WEB

- Poursuite de l'intégration de pages selon plans des contenus
- 1er trimestre : actualisation menu / arborescence



WEB

- **Améliorations ergonomiques**
- **Versions étrangères**
- **Editorialisation de l'offre (hébergements)**
- Arborescence "Patrimoine"
- Refonte page "Bons Plans"
- **Création "idées séjours & excursions"**

CONTENUS

- Actualisation ligne éditoriale



CONTENUS

- **Planning éditorial multicanal incluant prestations partenaires**

PROMOTION

ACTIONS 2025

Bilan 2025

 4 Salons

 7 Workshops et accueils presse

 1 Accueil Influenceurs

BILAN DE SAISON

Novembre 2025

2025

SALONS

- Opérations grand public :
 - Salon Occ'ygène (Toulouse, mars ; mutualisé)
- Opérations BtoB :
 - Rendez-vous en France (Lyon, avril)
 - “The Cévennes Day” (Paris, février)
 - Eductour et salon Mirabilia (Nîmes, novembre)

PRESSE

- Workshop Partir en France (Paris, janvier),
- Accueil Presse émission Télématin (avril)
- Accueil Presse “Esprit d’Ici”
- Accueil Presse émission Echappées Belles “Villages du Gard” + Gard Tourisme (juin ; diffusion en septembre)
- Accueil Presse Magazine Seasons + CRTLO – Gard Tourisme (septembre)
- Accueil Presse Bazar, Horeca et Vlan + Gard Tourisme (octobre)

ACCUEIL INFLUENCEURS

- PACT Cévennes : blogtrip Cévennes en Solex (juin)
- PACT Cévennes : Leven in Frankrijk , Moto 73 , ProMotor Magazine

COMMERCIALISATION

BILAN 2025



447

Prestations
partenaires



Satisfaction
globale

4,32 / 5



73 000 € HT

chiffre d'affaires
groupes



304

Pass Cévennes +
vendus

DÉVELOPPEMENT

ACTIONS 2025/ 2026

Bilan 2025

Parcours

- 17 rendez-vous
- 324 participations
- Satisfaction : 4,55 / 5
- Eductours sites de visite : 24 structures participantes

2025

PARCOURS D'ACCOMPAGNEMENT

- Parcours d'accompagnement 2025-2026 : avec le soutien de la Maison de l'Emploi Alès Cévennes
- Préparation 2nde édition des Rencontres du Tourisme (automne 2026)



QUALIFICATION DE L'OFFRE

- Engagé(e)s Tourisme Durable :
 - Déploiement du label engagé(e)s Tourisme Durable.
 - 3ème Rencontre des engagé(e)s Tourisme Durable
- Qualification Accueil Vélo : 3 labellisations Alès Agglomération
- Qualification Vignobles & Découvertes : renouvellement du label
- Préparation obtention de la marque "Destination d'Excellence" (juin 2026 ; mutualisée)



VALORISATION DES SAVOIR-FAIRE

- Salon des Métiers d'Art : 1 200 participants
- Catalogue producteurs-artisans : actualisation **34 producteurs-artisans référencés**



NAVETTE DES GARDONS

- 1 065 voyages

2026

BILAN DE SAISON

Novembre 2025

PARCOURS D'ACCOMPAGNEMENT

- Parcours d'accompagnement 2025-2026 : avec le soutien de la Maison de l'Emploi Alès Cévennes / 17 rendez-vous
- **2nde édition des Rencontres du Tourisme (automne 2026)**

QUALIFICATION DE L'OFFRE

- Engagé(e)s Tourisme Durable :
 - 10 audits de renouvellement

VALORISATION DES SAVOIR-FAIRE

- Salon des Métiers d'Art : 20ème année des JEMA
- Catalogue producteurs-artisans : Actualisation

PROCHAINES DATES

PARCOURS D'ACCOMPAGNEMENT



OPTIMISER SES RECRUTEMENTS EN LIEN AVEC SES VALEURS ET MENER DES ENTRETIENS EFFICACES

Atelier | Jeudi 15 janvier 2026 - Horaire communiqué ultérieurement

 Bernadette Price – Veni vidi conseil

 Bâtiment Atome – 2 rue Michelet 30100 Alès – Salle du 5ème étage

 12 personnes

Dans un contexte de tension sur les ressources humaines, recruter les bonnes personnes devient un défi majeur pour les entreprises du tourisme. Comment définir clairement ses valeurs d'entreprise pour attirer les candidats qui correspondent vraiment à votre organisation ? Comment faire la distinction entre compétences techniques et valeurs humaines lors du processus de sélection ?

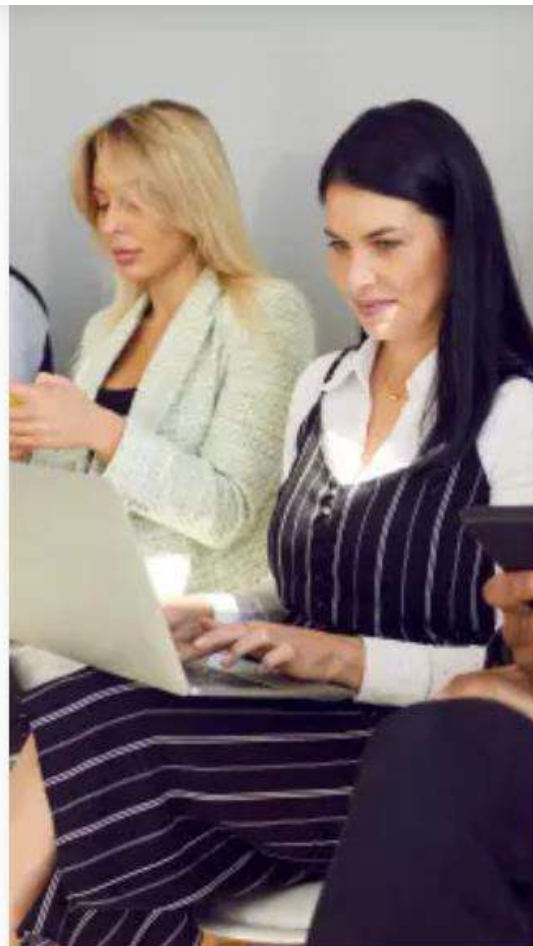
Cet atelier vous donnera les clés pour optimiser vos recrutements. Vous apprendrez à mener des entretiens efficaces grâce aux techniques d'écoute active et découvrirez comment la sensibilisation aux méthodes PNL (programmation neuro-linguistique) peut vous aider à mieux cerner la personnalité des candidats. L'atelier abordera également les attentes spécifiques des différentes générations au travail et comment choisir les bonnes questions pour déceler les valeurs réelles des postulants.

Bernadette Price vous accompagnera avec des outils pratiques et des temps d'échanges pour partager vos difficultés. Vous repartirez avec une méthode claire pour recruter en cohérence avec vos valeurs d'entreprise.

Public : Chef d'entreprise

PROCHAINES DATES

PARCOURS D'ACCOMPAGNEMENT



JOB DATING

Rendez-vous | Mardi 20 janvier 2026 - 9h00

✎ France Travail Alès et Cévennes Tourisme renouvellent en 2026 leur proposition conjointe d'organiser un Job Dating à Alès,

📍 France Travail, 29 Chemin des deux Mas. Pist Oasis 4, 30100 Alès

⚠️ Date butoir pour les inscriptions : le 10 janvier 2026

Cévennes Tourisme et France Travail vous proposent de vous rendre disponibles sur une demi-journée pour présenter vos offres d'emploi et échanger avec des candidats. Ce job dating intéressera plus spécifiquement les employeurs touristiques rencontrant des besoins pour des contrats « longs » (à partir de mars ou d'avril). Pour les employeurs ayant besoin de contrats « courts » (deux-trois mois), Cévennes Tourisme reviendra vers eux pour leur recommander d'autres initiatives dédiées.

La Maison de l'emploi sera également présente pour vous présenter ses solutions de mobilité pour vos saisonniers.

Contact : Olivier Dunis

06 21 94 56 12

olivier.dunis@francetravail.fr

Contact Cévennes Tourisme : Marlène Plaisance

06 43 34 31 82

mplaisance@cevennes-tourisme.pro

PROCHAINES DATES

PARCOURS D'ACCOMPAGNEMENT



DO YOU SPEAK WINE ?

Mardi 16 décembre 2025 - 09h30 à 12h30

📍 Cave Coopérative Les Vignerons de Saint Jean de Serres, 33 Route des Vignerons, 30350 Saint-Jean-de-Serres

🕒 3 heure – *Places limitées : 20 personnes*

Parler le langage du vin, ça vous tente ?

Rendez-vous à la Cave Coopérative Les Vignerons de Saint Jean de Serres à 9h15 avec Stéphan, président de la cave et vigneron passionné, et Eléonore du Syndicat des Vins IGP Cévennes, pour une matinée riche en découvertes, entre coulisses, saveurs et convivialité.

Nous commencerons par la visite de la cave, avant de nous plonger dans une initiation à la dégustation. Pas question de simplement « goûter » : vous apprendrez à lire un terroir, à comprendre les cépages et les profils des vins, à déceler les arômes... Nous prendrons aussi le temps d'évoquer le label Vignobles & Découvertes et les grands enjeux de la filière vin, pour saisir tout ce qui se cache derrière une bouteille.

Puis place à l'expérimentation ! Vous deviendrez œnologue le temps d'un atelier d'assemblage, en essayant de reproduire un vin de la cave à partir des cépages proposés. Un exercice ludique et passionnant qui vous plongera dans la peau d'un vigneron.

Enfin, pour clore cette immersion, vos papilles seront à la fête avec un accord mets & vins mêlant les cuvées bio IGP Cévennes de la cave à des produits typiquement cévenols.

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération.

Les Activités de Pleine Nature

SUR LE TERRITOIRE D'ALÈS AGGLOMERATION

1/ Les randonnées pédestres : 2000 km de sentiers répartis en 5 cartoguides soit 60 communes représentées et reliées entre elles via le réseau local espace site et itinéraire (RLESI) et 2 topoguides comprenant 11 communes,

2/ Le VTT : 22 boucles utilisant 428 km du réseau existant.

3/ Le gravel : 14 boucles utilisant 223 km du réseau existant + 417 km en itinérance.

4/ Le vélo route : proposition à part utilisant le réseau routier, soit 17 boucles, découlant sur 674 km + 300 km en itinérance.

5/ Escalade : 1 site à Seynes.

6/ Sentier d'interprétation : 10 parcours identifiés sur le territoire représentant 32km du réseau existant.

7/ Couse d'Orientation : 3 sites sur le territoire.

ALÈS AGGLO ÉVASION

VOS ACTIVITÉS DE PLEIN AIR AU CŒUR DES CÉVENNES

Outil de promotion et de valorisation des différentes activités de pleine nature souhaité par les élus d'Alès Agglomération.



Il permet de mettre en valeur la faune, la flore, des producteurs, des hébergeurs et lieux remarquables du territoire.

Nombre d'activité
présentées
8 différentes

Nombre de boucles
proposées
136 différentes



ALÈS AGGLO ÉVASION

VOS ACTIVITÉS DE PLEIN AIR AU CŒUR DES CÉVENNES

Nombre de
téléchargements
17 000

Nombre de visites web
65 000 dont en moyenne **+6 min**
de temps de visite et **+1500** pages
téléchargées.

Entre 2023/2024
+33 % de visites et
+23 % de pages vues.

Environ **56** appareils
mobiles actifs par
jour sur l'application.

<https://www.youtube.com/watch?v=YeO2cWR7FJk>



Merci

SOCIÉTÉ PUBLIQUE
LOCALE **ALÈS CÈVENNES**

Cèvennes
TOURISME

Alès
Agglomération
LE SUD INGÉNIEUX