

# RAPPORT D'ACTIVITÉS



# 20

OFFICE DE TOURISME  
COMMUNAUTAIRE CÉVENNES  
TOURISME

# 25

# ÉDITO

Madame, Monsieur,

Terre d'aventures, de découvertes et de repos, le territoire d'Alès Agglomération développe depuis de nombreuses années une politique touristique à taille humaine dont les impacts économiques sont importants : plus de 1 500 emplois dédiés, 4,3 millions de nuitées, 280 millions d'euros de retombées économiques par an...

Face à un monde en pleine mutation sociétale, technologique ou climatique, l'office de Tourisme communautaire s'adapte et conforte, grâce à une expertise de terrain, son rôle d'interface entre les visiteurs, les professionnels du tourisme et les habitants.

En 2025 par exemple, le parcours d'accompagnement Cévennes Tourisme, grâce à une programmation riche, aura atteint son nombre de participations le plus élevé. Les actions de promotion, notamment au travers d'accueils presse et de salons ciblés, auront porté leurs fruits. Les indicateurs associés à la communication digitale connaissent également des progressions prometteuses. Le volume d'activité du service réceptif demeure depuis 2024 à son niveau le plus élevé.



Cette année 2025 aura enfin pleinement mis en avant les capacités d'animation touristique et culturelle de l'office de Tourisme, que ce soit au titre des Journées Européennes des Métiers d'Art ou du Patrimoine, du programme de visites ou des soirées thématiques « Un été sous les étoiles », destinées à mettre en valeur la Réserve Internationale de Ciel Etoilé des Cévennes.

Nos équipes continuent ainsi à s'engager au quotidien à vos côtés pour faire rayonner le territoire avec l'ambition pérenne de développer et accueillir un tourisme durable, populaire et de qualité.

**Christophe RIVENQ**

Président d'Alès Agglomération

Maire d'Alès

Conseiller régional Occitanie

---

# SOMMAIRE

Présentation ..... 4

Chiffres-clé ..... 10

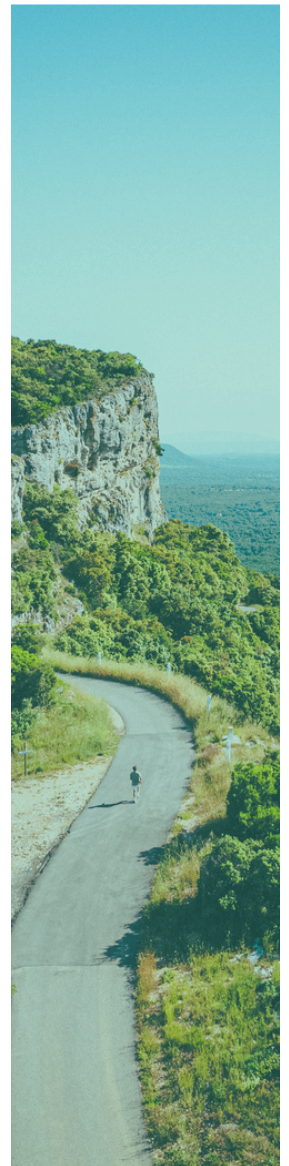
Commercialisation ..... 13

Développement ..... 18

Accueil & informations ..... 26

Communication ..... 34

Promotion ..... 40

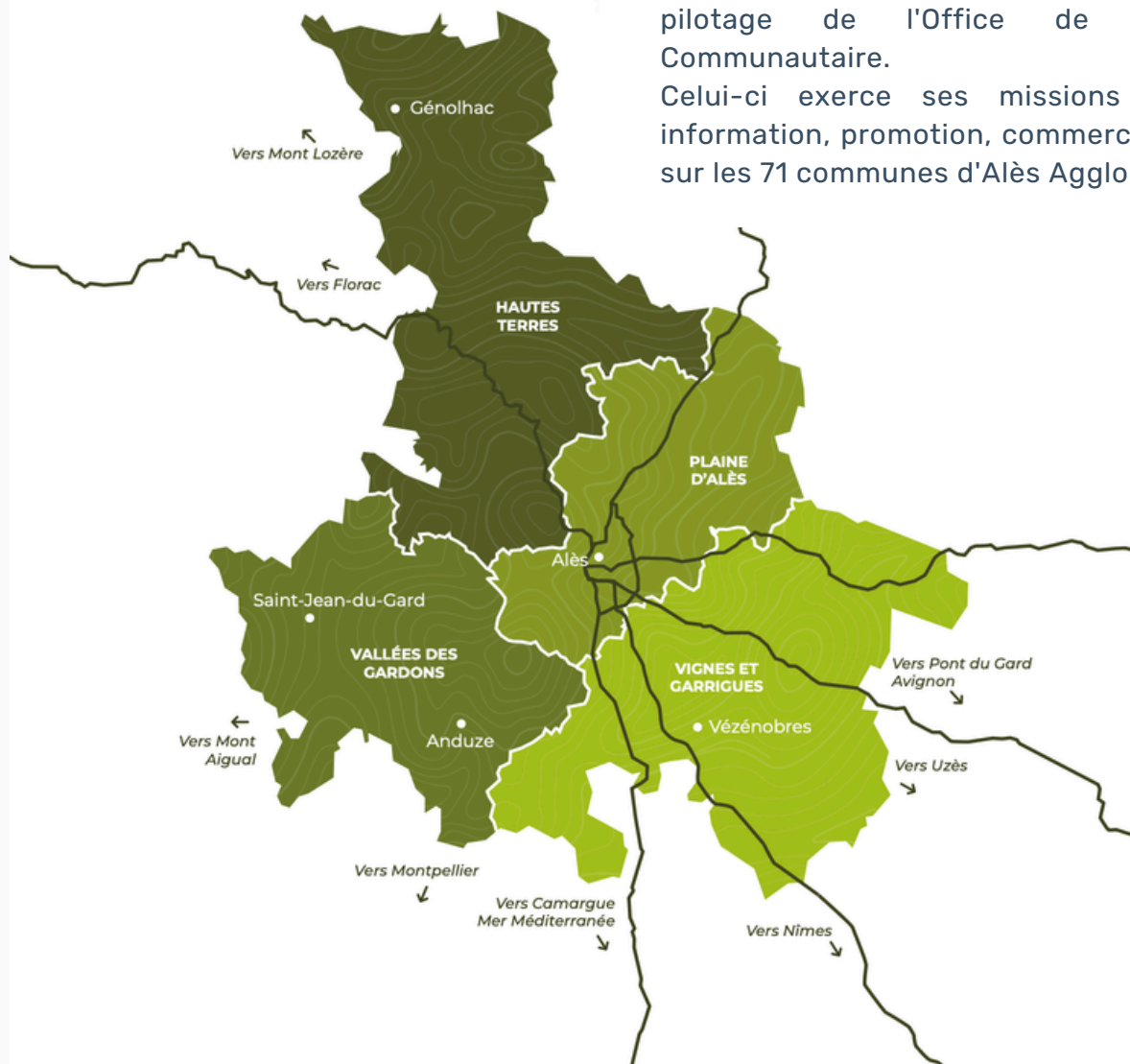


# L'OFFICE DE TOURISME

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-ci exerce ses missions (accueil, information, promotion, commercialisation) sur les 71 communes d'Alès Agglomération.



---

# GOVERNANCE

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**) sont détaillées dans une **Convention de Prestations Intégrées, qui s'est vue renouvelée le 1er janvier 2025**.

Le **Conseil Touristique** permet d'associer des représentants des différentes filières touristiques présentes sur la destination.

Sont représentés au sein du Conseil Touristique, trois collèges : les élus, les socioprofessionnels ainsi que les partenaires institutionnels de l'Office de Tourisme.

---

## LES MISSIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de Tourisme Communautaire est **un outil au service du développement économique et touristique du territoire**. Il intervient sur l'ensemble du territoire communautaire en concertation avec le Service Tourisme de la DGA Développement du territoire d'Alès Agglomération qui coordonne l'action touristique locale ainsi qu'avec les partenaires institutionnels (Pays des Cévennes, Département, Région, Parc national des Cévennes, Chambre d'Agriculture, Alès Myriapolis, SIVU Pôle Santé bien-être Alès Les Fumades, Offices de Tourisme) et met en œuvre la stratégie touristique d'Alès Agglomération.



Accueil



Information



Observation et veille touristique



Promotion touristique locale



Conseil et accompagnement  
aux socioprofessionnels



Participation à la structuration  
de la filière



Coordination des interventions des partenaires  
du développement touristique local



Participation à la commercialisation  
de l'offre touristique

# 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.



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.



L'Office de Tourisme est adhérent de Gard Tourisme qui propose des services incontournables dont, au plan de l'observatoire, les données Flux Vision Tourisme.



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.



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.



L'Office de Tourisme collabore étroitement avec les services de l'Agence de Développement Économique d'Alès Agglomération afin de favoriser les complémentarités et de mutualiser les ressources sur certaines missions au service des acteurs du tourisme. En 2024, cette coopération s'est notamment illustrée à travers l'organisation des Rencontres du Tourisme Durable et le travail mené autour de la filière des producteurs locaux.



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.



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.



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.



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 travaille depuis plusieurs années avec Natura 2000 dans le cadre de son parcours d'accompagnement pour organiser des temps d'échanges autour de thématiques de préservation de l'environnement à destination des professionnels du tourisme.

Le réseau Natura 2000, constitué d'un ensemble de sites naturels, vise à assurer la survie à long terme des espèces et des habitats particulièrement menacés, à forts enjeux de conservation en Europe.



L'Office de Tourisme sollicite l'EPTB Gardons dans le cadre de son parcours d'accompagnement afin de sensibiliser les acteurs du tourisme aux enjeux liés à la gestion de l'eau. Cette collaboration s'est renforcée par l'implication de la structure dans les Rencontres du Tourisme Durable, apportant ainsi son expertise pour accompagner les professionnels vers des pratiques plus responsables et adaptées aux défis climatiques.

# L'ÉQUIPE

## JANVIER 2026



**Christophe Pérez**  
Directeur de la SPL  
Alès Cévennes  
**06.75.09.76.83**



**Francis Chanove**  
Directeur administratif et financier de la SPL  
Alès Cévennes  
**06.80.35.19.85**



**Nicolas de Davydoff**  
Responsable de l'Office de Tourisme et du pôle communication  
*Référent hôtellerie de plein air*  
**06.48.51.65.56**



**Cécile Soenen**  
Gestionnaire administrative et financière  
**06.07.21.55.44**



**David Quéron**  
Responsable du pôle commercialisation  
*Référent sites et équipements de loisirs (hors activités de pleine nature)*  
**06.37.16.06.45**



**Sandra Olivet**  
Chargée de commercialisation et de promotion  
*Référente groupes*  
**06.28.25.31.01**



**Julie Moine**  
Chargée de partenariat  
*Référente restaurants, producteurs de produits du terroir, bien-être, boutiques, commerces et services*  
**07.86.90.38.89**



**Benjamin Gay**  
Chargé de partenariat  
*Référent hôtels, meublés de tourisme, chambres d'hôtes, hébergements insolites et hébergements collectifs*  
**07.86.92.58.14**



**Marlène Plaisance**  
Responsable du pôle développement  
*Référente activités de pleine nature et fabricants*  
**07.86.92.58.14**



**Noémie Gilabert**  
Graphiste et community manager  
**06.07.05.42.63**



**Alexandra dos Santos**  
Chargée de développement  
Conseillère en séjour  
**04.66.61.98.17**



**Barbara Van Cant**  
Conseillère en séjour  
*Référente artistes et artisans d'art (hors fabricants du Vase d'Anduze)*  
**04.66.61.98.17**



**Laurent Auger**  
Responsable du pôle accueil et information  
Responsable Qualité  
**06.81.93.33.80**



**Angélique Rognoni**  
Conseillère en séjour  
**04.66.85.32.11**



**Rosa Rios**  
Conseillère en séjour  
**04.66.85.32.11**



**Corentine Domergue**  
Conseillère en séjour  
**04.66.52.32.15**



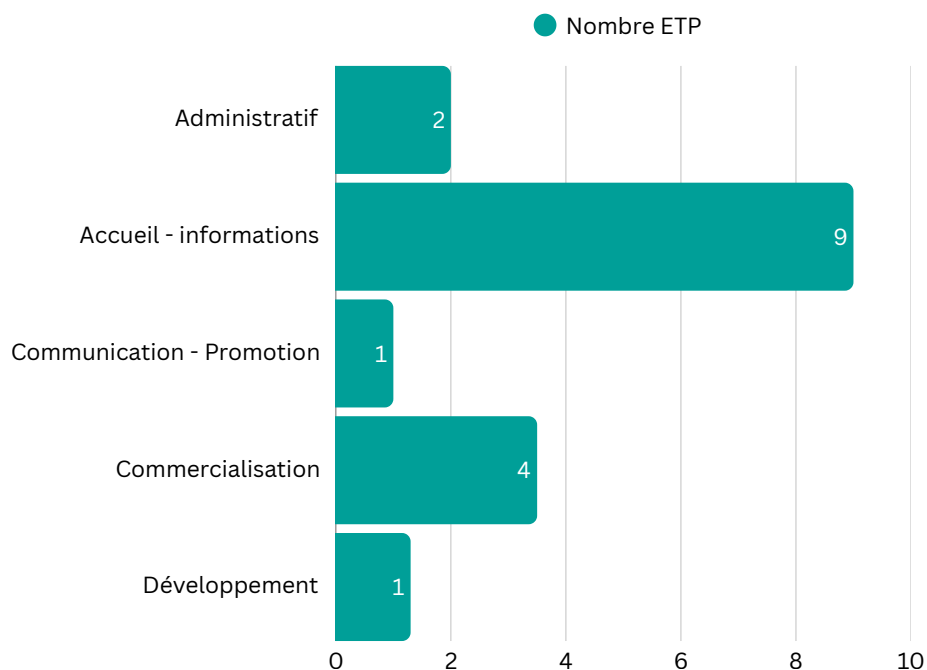
**Magali Gantier**  
Conseillère en séjour  
**04.66.61.98.17**

---

# L'ÉQUIPE CÉVENNES TOURISME

L'équipe pluridisciplinaire Cévennes Tourisme est engagée dans une démarche d'amélioration continue de ses services.

L'équipe tient compte pour 2025 de **17 ETP**, répartis de la façon suivante :



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

En 2025 ce sont au total **12** actions de formation qui sont intervenues hors formation internes, pour un total de 142 heures. **353** heures de formation ont été réalisées, comprenant des actions de formation interne.

# OBSERVATOIRE DU TOURISME

Le poids du tourisme en Occitanie n'est plus à démontrer : en 2025, la région enregistrait 229 millions de nuitées touristiques (source Flux Vision Tourisme) pour un total de près de 16 milliards d'euros de retombées directes.

A l'instar des tendances de fréquentation observées à l'échelle régionale et départementale, le volume de nuitées globales a légèrement baissé entre 2024 et 2025 sur le territoire communautaire.

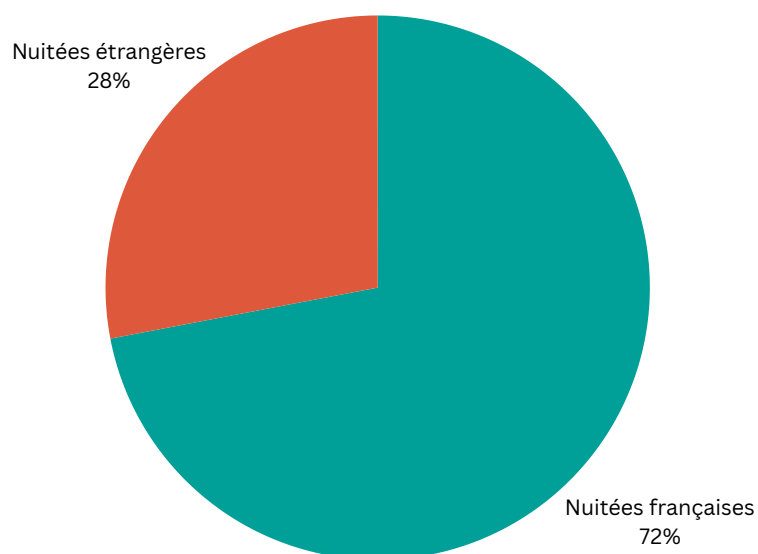
En cause, une moindre représentativité des clientèles étrangères suite à une année 2024 marquée par l'accueil des Jeux Olympiques, un contexte météorologique défavorable.

**En synthèse (Source Flux Vision Tourisme) sur Alès Agglomération**

**4 328 000 nuitées enregistrées en 2025 (-6,9 points par rapport à l'année 2024).**

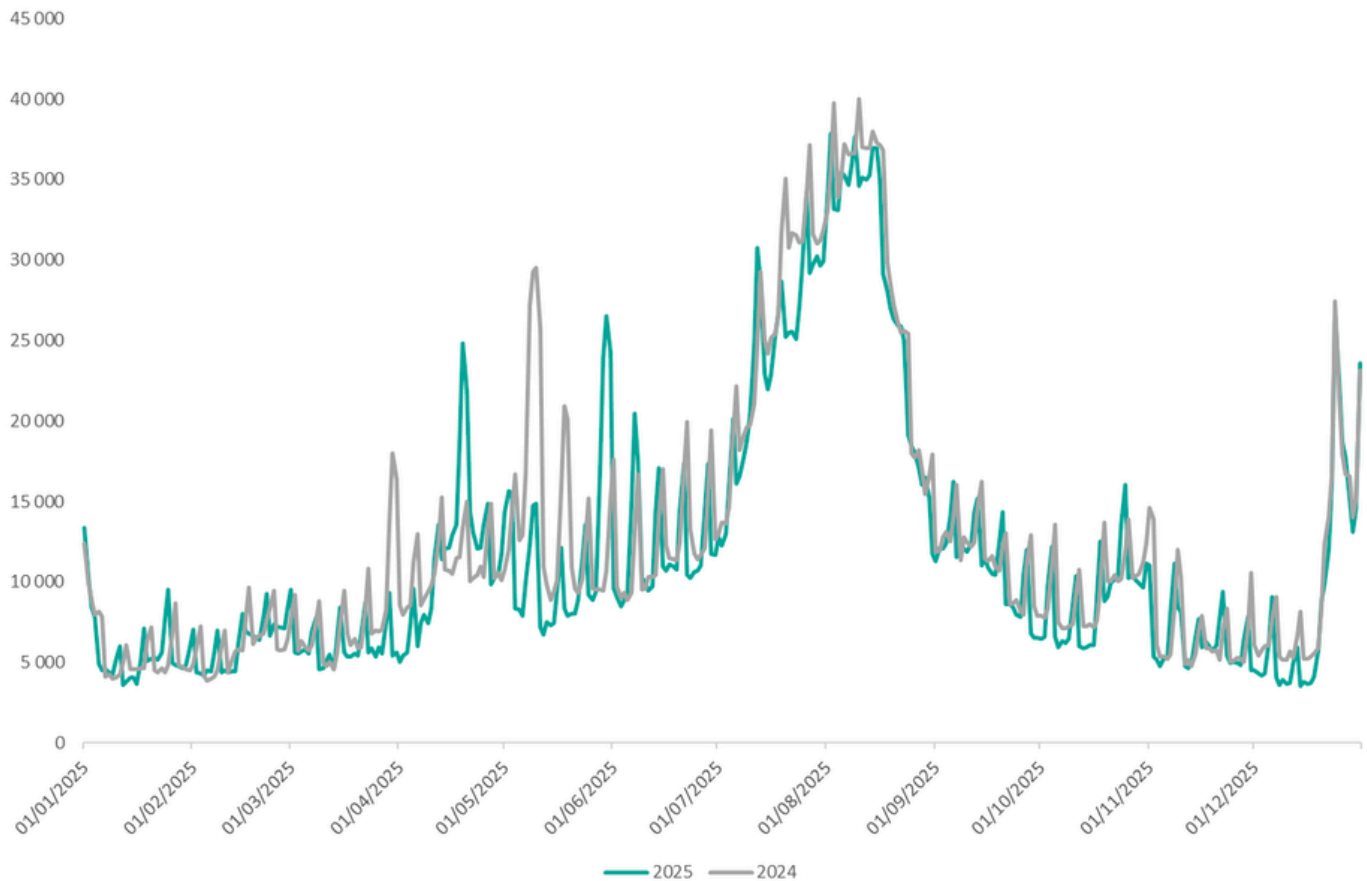
**Un mois de mai en baisse par rapport à un mois de mai 2024 record au plan de l'affluence. Un mois de juillet avec une activité réduite et une légère baisse des durées de séjour.**

## Répartition des nuitées 2025 par origines géographiques



## Evolution des nuitées touristiques

**La saisonnalité estivale est encore bien marquée, malgré des pics nets de fréquentation au printemps 2025**



Pour rappel, Flux Vision Tourisme prend en compte à la fois des nuitées marchandes et des nuitées non marchandes.

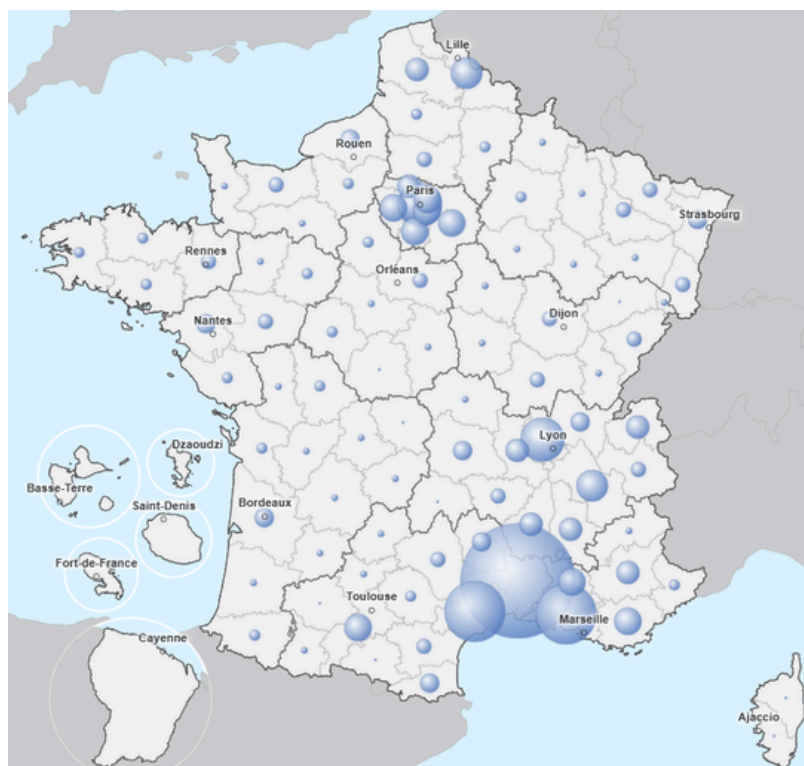
L'activité a bien démarré au mois d'avril (+5,4 % vs avril 2024). Le mois de mai 2024 avait été marqué par un pont de l'Ascension particulièrement dynamique. En 2025, la succession des ponts de l'Ascension et de Pentecôte auront été également synonymes d'accroissement des flux.

Le début de saison estivale est plus tardif qu'à l'accoutumée. Les fréquentations du mois d'août 2025 sont similaires à celles enregistrées en 2024. A noter sur la période juin à septembre : 37 jours enregistrés à 35°C et plus, ainsi qu'une séquence sèche entre le 8 juin et le 1er juillet.

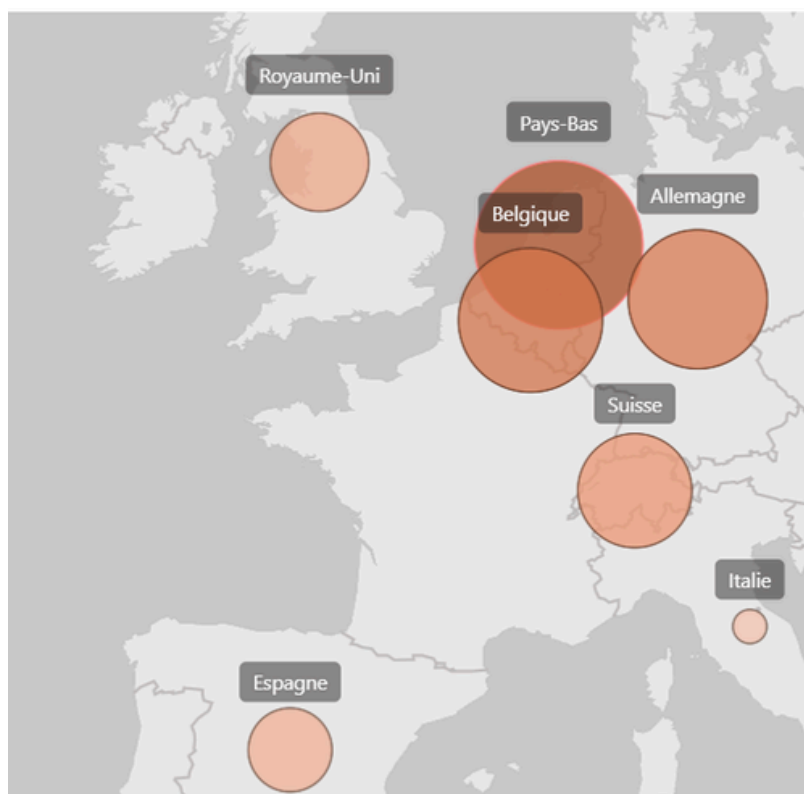
Le nombre de locations de vacances réservables en ligne sur le territoire d'Alès Agglomération a encore progressé entre le mois d'août 2024 et le mois d'août 2025 (+11%), dans une proportion plus réduite que celle observée l'année précédente.

Pour ces locations de vacances réservables en ligne, les offres réservées comme les nuitées réalisées sont en hausse sur juillet et août par rapport à 2024.

## Origines des nuitées touristiques



Les principaux bassins émetteurs évoluent peu d'une année sur l'autre : les flux de proximité demeurent prédominants entre le Gard, l'Hérault et les Bouches-du-Rhône.



TOP 3 Pays d'origine (clientèles étrangères)

1. Pays-Bas : 225 000 nuitées
2. Belgique : 156 000 nuitées
3. Allemagne : 143 000 nuitées

# COMMERCIALISATION



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.

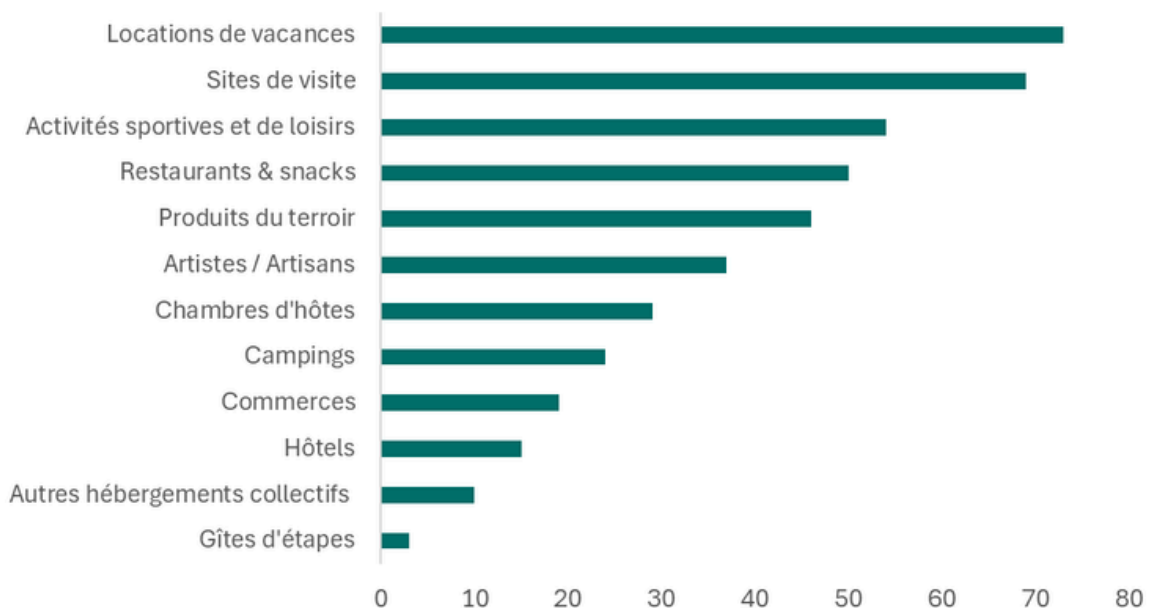
**4** Au titre de l'activité commerciale de l'Office de Tourisme, la participation au développement du chiffre d'affaires de ses partenaires, notamment au travers de la **constitution et de la vente de séjours et d'excursions**.

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.

Les référents spécialisés (cf. présentation de l'équipe p.8) sont vos interlocuteurs dédiés selon vos différents métiers.

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

*En 2025, nous avons eu le plaisir de compter **429 prestations-partenaires**.  
Le nombre de partenaires Cévennes Tourisme se stabilise ainsi entre 2024 et 2025.*



---

## MAINTENIR LE LIEN

Nombre de membres du Groupe Facebook Privé "Cévennes Tourisme Partenaires" : **263**

Nombre de newsletters adressées : **30**  
avec un taux d'ouverture de : **64,3 %**

Nombre de visites de terrain réalisées en 2025 : **94**



Cévennes Tourisme a créé une page LinkedIn pour faire part à ses partenaires, privés comme institutionnels, des actualités et projets de l'Office de Tourisme. Pour l'heure (au 2 mars 2026) ce sont

**1 008**

personnes qui se sont abonnées à cette page.

Afin de satisfaire le mieux à vos attentes, nous établissons chaque année une **enquête de satisfaction**. Les résultats de l'enquête établie en 2025 tient compte d'un taux de réponse de 23% :

**74 %** : taux de satisfaction 2025. Dont **45,7 %** de répondants très satisfaits (+ 10 points vs 2024).

**94 %** : taux de satisfaction 2025 quant à la **relation avec l'équipe** de l'office de tourisme. Dont 74,1% de répondants très satisfaits.

**96 %** : taux de satisfaction 2025 quant à la **réactivité de l'équipe** de l'office de tourisme. Dont 74,1% de répondants très satisfaits.

# LES GROUPES (Tourisme Loisirs & Affaires)

L'activité Groupes de l'Office de Tourisme est dédiée à l'accueil, l'accompagnement et l'organisation de **séjours sur mesure** pour les groupes, qu'ils soient touristiques, scolaires, professionnels ou associatifs.

Notre service comprend :

- La prise en charge de la logistique : réservations d'hébergement, de restaurants, de transports, d'activités.
- La coordination avec les prestataires locaux pour garantir la réussite des séjours.
- Le service clé en main centré sur des conseils pratiques et un accompagnement de A à Z avec un interlocuteur unique dédié à chaque projet.

2024 fut une **année record au plan du chiffre d'affaires groupes**.

**2025 se maintient à un niveau élevé.**

Les clients accueillis sont majoritairement de proximité : 76 % des contrats ont été réalisés pour des clients situés à moins de 3 h de trajet de leur destination.

L'ensemble des retours clients fait état d'une **satisfaction élevée**.

## Bilan quantitatif 2025

Indicateurs	2024	2025	Evolution
Demandes	59	82	↑ + 39 %
Dossiers finalisés	21	25	↑ + 19 %
Chiffre d'affaires TTC	78 356,34 €	78 492,89 € TTC	≡ 0 %

L'activité Groupes en 2025 :

+ d'excursions qu'en 2024

Plus de 80 prestations effectuées.

+ de 71 000 € de retombées directes pour les professionnels.

30 % des projets transformés en réservations effectives.

# BILLETTERIE

Ce sont au total **2 références de billetteries** qui ont été prises en charge par l'Office de Tourisme dans le courant de l'année 2025 pour des événements sportifs comme des concerts, à Alès comme à Anduze. Total des billets émis : 2 300.

## LE PASS CÉVENNES +

Mes avantages pour  
**SEULEMENT 5€**  
Valable pour 2 adultes

Voir toutes les offres

UNE CARTE  
DES RÉDUCTIONS !

Pass  
**Cévennes+**

www.cevennes-tourisme.fr

SOCIÉTÉ PUBLIQUE  
LOCALE

- 1 carte.
- 2 adultes.
- 5 € par carte.
- 25 sites partenaires de l'opération.
- + de 40 prestations en réduction.
- Illimité en nombre d'utilisations sur l'année.

Ce fut la **cinquième saison d'exploitation** pour le Pass Cévennes +.

Vendu directement dans les bureaux d'information touristique de Cévennes Tourisme, ce produit s'adresse tant aux **clientèles de passage qu'aux locaux**, puisqu'il est valide entre avril et décembre.

Pour les partenaires de l'opération, la participation à ce programme, gratuite, permet de **gagner en visibilité**.

Au plan des clients du Pass, il s'agit de motiver l'achat de prestations.

Plus de 300 Pass Cévennes + ont été vendus en 2025.

# DÉVELOPPEMENT



# PARCOURS D'ACCOMPAGNEMENT

Depuis 2014, Cévennes Tourisme propose à ses partenaires un parcours d'accompagnement, qui répond à plusieurs objectifs déterminants :

- Accompagner la montée en compétence des professionnels des tourisms dans des domaines tels que : le numérique, le marketing et le développement durable ;
- Sensibiliser les professionnels du tourisme aux enjeux environnementaux et sociaux liés à leurs activités et à travers eux, sensibiliser les visiteurs ;
- Fédérer le réseau et établir une concurrence saine sur le territoire pour un meilleur rayonnement ;
- Accompagner les professionnels du tourisme dans la transition écologique et l'adaptation aux changements climatiques.
- Développer un tourisme de qualité porté par les professionnels qui ont fait le choix de s'investir sur notre territoire ;



Le partenariat établi avec la **Maison de l'Emploi Alès en Cévennes** permet un parcours d'accompagnement qui ne cesse de s'étoffer et répond aux attentes exprimées par les socioprofessionnels locaux.

## La proposition 2024/ 2025



**16 rendez-vous** de novembre 2024 à avril 2025 :

- 1 conférence
- 3 rendez-vous "tourisme durable"
- 7 ateliers numérique/marketing
- 5 eductours

**324 participations sur le parcours**

Un niveau de satisfaction global de **4.55/5**

## Les rendez-vous 2024 - 2025



Journée technique régionale  
LPO "Hébergements  
touristiques et biodiversité"  
- animée par la LPO et prise  
en charge par l'ADEME &  
l'OFB



Conférence : Comment  
communiquer sur ses  
pratiques éco responsables  
et engagées ?  
- animée par Conférence  
Véronique Vidal – Id Rezo



Le "Branding" pour les  
débutants  
- animé par Noémie  
Gilabert, Cévennes  
Tourisme



Réaliser des courtes vidéos  
pour animer ses réseaux  
sociaux  
- animé par Noémie Gilabert,  
Cévennes Tourisme



Réglementation  
juridique, fiscale et  
sociale des hébergeurs  
touristiques  
- animé par Christian  
Gosseume, avocat



Conférence-Débat : Comprendre le  
potentiel de l'Intelligence Artificielle  
(Chat GPT) sur vos tâches  
quotidiennes et sur la visibilité de  
vos contenus sur le web  
- animés par Arnaud Maes, Id Rezo



Atelier "Utiliser ChatGPT  
pour son SEO : Comment  
optimiser son référencement  
naturel et ses pages web ?"  
- animés par Arnaud Maes,  
Id Rezo



Savoir fixer ses prix.  
Suivi d'un entretien  
individuel à distance de  
30 min post atelier  
- animé par Jérôme  
Forget de Guest &  
Strategy



Journée au fil de l'eau -  
animée par EPTB des  
Gardons, Syndicat des  
hautes vallées cévenoles,  
Natura 2000



Les dernières tendances des  
réseaux sociaux  
- animé par Marie Bouchet-  
Vieljeuf



Atelier Canva  
- animé par Manon Bret,  
Cévennes Tourisme



Site et applis au service de la  
connaissance du territoire  
- animé par Arnaud  
Rosinach – le Merlet

## Eductours

Le programme des Eductours 2025 comprenait 5 rendez-vous qui s'inscrivaient au sein du parcours d'accompagnement :

- Les thermes des Fumades à Allègre-Les-Fumades en 2 sessions,
- Un atelier cuisine et repas au restaurant Cévennes en ses veines à Alès,
- Une rencontre avec une productrice de Jus de pommes 100% Cévennes (annulé pour raisons météorologiques),
- Le pôle mécanique karting à Saint-Martin-de-Valgagues,
- La brasserie La Frénétik' à La Grand-Combe.



En complément, une série de propositions se rapportant exclusivement à des sites de visite a été établie, pour permettre de (re) découvrir des incontournables de la destination dont :

- Anduze et la Bambouseraie en Cévennes,
- Maison Rouge - musée des vallées cévenoles
- Grotte de Trabuc
- Maison de la figue et Vézénobres
- Alès et musée Pierre André Benoît
- Préhistorama de Rousson
- Dinopédia Parc
- Maison du Mineur et Maison des métiers anciens de la Grand Combe

**70 participations sur l'ensemble des éductours**

## AUTRES TEMPS FORTS

### Echanges avec les prestataires "activités de pleine nature"

Le lundi 31 mars, afin de préparer au mieux la saison, les membres de l'équipe Cévennes Tourisme ont accueilli les partenaires "activités de pleine nature" de l'office de tourisme, afin que ce dernier affine ses recommandations aux visiteurs.



### Lancement de saison

Le mercredi 21 mai s'est tenu le lancement de saison, à la Mine Témoin d'Alès, ce qui aura permis à la centaine de participants de (re)découvrir le site.



### Bilan de saison

Le mercredi 26 novembre, plus de 120 acteurs du tourisme d'Alès Agglomération se sont réunis pour revenir sur le bilan de la saison touristique, suivi de la conférence inaugurale du parcours d'accompagnement Cévennes Tourisme.

La conférence proposée par Jean Pinard, « Le récit de l'identité comme facteur d'attractivité », a mis en lumière la force de nos histoires locales, de nos valeurs partagées et de la coopération comme leviers d'attractivité pour nos destinations. La matinée s'est prolongée par un moment convivial aux nouvelles Halles de l'Abbaye.

# ENGAGÉ(E)S TOURISME DURABLE

Devant la nécessité de proposer des prestations touristiques prenant en compte l'économie des ressources, un développement raisonné ainsi qu'une bonne connaissance des richesses du territoire, Cévennes Tourisme développe son label Engagé(e)s Tourisme Durable pour venir en complément de la marque Esprit Parc qui s'applique uniquement sur le territoire du Parc National des Cévennes.

La démarche de coopérer autour de la marque Esprit Parc entre un Parc national et un office de tourisme, dans la confiance et la complémentarité, est novatrice et unique en France !

Ces deux approches permettent de renforcer l'offre touristique responsable et de créer un réseau fort d'acteurs engagés pour protéger et préserver les richesses de ce territoire d'exception.

## Nouvelles labellisations

5 nouveaux professionnels labellisés en 2025 :

### Eco-motivés

- Domaine des Maladières, à Vézénobres
- Magnanerie de Sainte-Croix, à Saint-Hippolyte-de-Caton
- Sabots de Mons, à Mons

### Eco-impliqués

- Audit complémentaire (à la marque Esprit Parc National) : Reliefs & Nature

### Eco-exemplaires

- Arcadie

## 3ème Rencontre Annuelle du Réseau Engagé(e)s Tourisme Durable

Immédiatement à l'issue de la Commission d'attribution du label, c'est l'ensemble du réseau de labellisés qui s'est réuni le 9 décembre 2025 à la Maison de la Figue et du Tourisme de Vézénobres pour :

- envisager collectivement les pistes de travail en commun sur les relais de communication pour la valorisation des prestations labellisées comme de la démarche en elle-même ;
- une présentation de l'Impact Score par les équipes de l'agence de développement économique du territoire, Alès Myriapolis.



**engagé(es)**  
TOURISME DURABLE



**PAGE ENGAGÉ(E)S  
TOURISME DURABLE**



## Journées Européennes des Métiers d'Art 2025

Depuis 2015, Cévennes Tourisme coordonne les JEMA sur le territoire d'Alès Agglomération.

Les 5 et 6 avril 2025, pour la 4<sup>ème</sup> année consécutive, Cévennes Tourisme et Maison Rouge, musée des vallées cévenoles, se sont associés pour mettre en lumière les artisans locaux et leur savoir-faire.

**17 artisans d'art** ont bénéficié d'un stand mis à disposition gratuitement dans l'enceinte de Maison Rouge. Ces passionnés ont partagé leurs passions avec les **1 250 visiteurs** qui se sont déplacés pour l'occasion.

Démonstrations, conférences et ateliers étaient au programme de ce rendez-vous qui a donné pleinement satisfaction, tant au plan du public que des exposants.



## Catalogue artisans et producteurs locaux 2025



Le catalogue « Artisans et producteurs locaux » Cévennes Tourisme vise à mettre en relation les artisans et producteurs locaux avec les restaurateurs et hébergeurs touristiques, en valorisant la production locale à travers les portraits de **33 passionnés**.

Ce catalogue réservé aux professionnels du tourisme, en lien avec le Plan alimentaire territorial d'Alès Agglomération, facilite les échanges en circuits courts et propose des tarifs préférentiels pour encourager les collaborations entre socioprofessionnels.

# QUALIFICATION DE L'OFFRE

Outre Engagé(e)s Tourisme Durable, l'année 2025 aura permis la structuration d'actions de qualification de l'offre dont :



**Accueil Vélo** : A la suite de la réunion départementale dédiée à cette marque nationale, à Vézénobres, le 4 février 2025, les premiers audits ont eu lieu en lien avec Gard Tourisme, permettant notamment la labellisation du Bureau d'information touristique Cévennes Tourisme d'Anduze, Sentiers Vagabonds et de l'auberge collective Val de l'Hort (Anduze).



**Vignobles & Découvertes** : participation à la renouvellement de la marque "Vignobles & Découvertes", pour la promotion oenotouristique de l'offre présente sur l'IGP Cévennes : 24 partenaires de l'office de tourisme ont pu ainsi maintenir le droit d'utilisation de cette marque nationale

## MOBILITÉS

### Navette des Gardons



Inauguré à titre expérimental le 7 juillet 2022, le service associé à la ligne 85 du réseau Ales'Y "Navette des Gardons" est depuis reconduit chaque été.

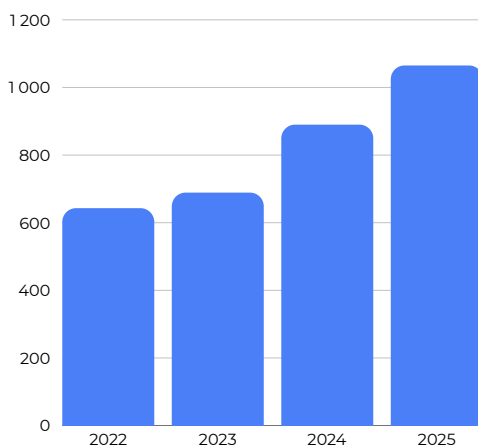
Le transport assuré par un véhicule de 22 places consiste en 3 allers/retours par jour entre Corbès et Saint Jean du Gard, soit :

- 3 courses direction St-Jean-du-Gard → 11h30/15h30/17h45
- 3 courses direction Anduze → 9h30/14h30/16h20

En 2025, il aura été effectif 47 jours, entre le 5 juillet et le 30 août, du lundi au samedi.

Ce service est complété chaque été par des renforts des lignes 72 (Alès > Saint-Jean-du-Gard en passant par Anduze et Thoiras-Corbès) et 81 (Alès > Saint-Jean-du-Gard en passant par Saint-Jean-du-Pin et Mialet) : + 2 allers-retours par ligne entre le 5 juillet et le 30 août.

Le nombre de voyages progresse chaque année (+65 % entre été 2022 et été 2025).



Evolution du nombre de trajets entre été 2022 et été 2025

# ACCUEIL & INFORMATION



## LA SATISFACTION

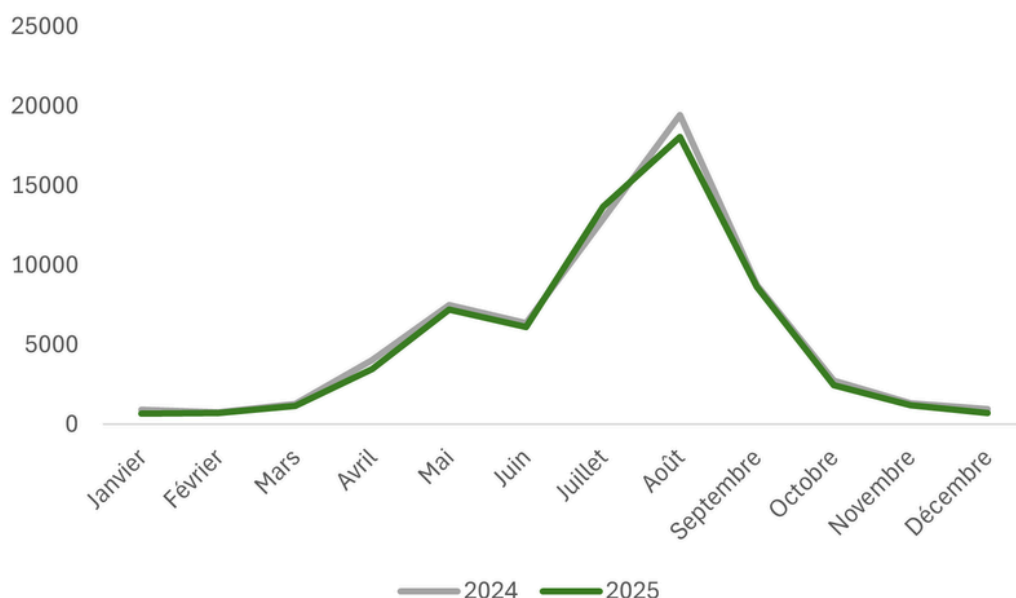
Dans un contexte de recours de plus en plus systématique aux outils numériques pour s'informer et organiser son séjour, le conseil incarné, personnalisé et de proximité comme l'information viable, vérifiée sur le terrain, ont plus de valeur que jamais.

C'est la raison pour laquelle le suivi de la satisfaction clients importe particulièrement.



Bureau d'information	Avis	Nombre d'avis	Taux de recommandation à 98 % <b>61 avis</b>
Alès	4.4 / 5	<b>136 avis</b>	
Vézénobres	4.6 / 5	<b>27 avis</b>	
Anduze	4.4 / 5	<b>103 avis</b>	
Génolhac	4.4 / 5	<b>26 avis</b>	
Saint-Jean-du-Gard	4.4 / 5	<b>40 avis</b>	

## FRÉQUENTATIONS



En 2025, les fréquentations de l'ensemble des Bureaux d'Information Touristique Cévennes Tourisme s'établissent à **64 000 visiteurs**, soit **- 4,4 %** par rapport à l'année 2024, avec un dispositif d'ouverture revu à la baisse sur l'ensemble des bureaux d'information. L'évolution mensuelle des flux est très similaire à celle constatée en 2024.

## Fréquentations par bureau d'information

Bureau d'Information	Nombre visiteurs (01/01 > 31/12 2025)	Progression vs 2024
Alès	13 546	-6 %
Vézénobres	18 876	-4 %
Anduze	20 110	+1 %
Génolhac (fermeture avril et octobre)	3 090	-10 %
Saint-Jean-du-Gard	8 430	-11 %

### CONTACTS À DISTANCE



8 297 appels reçus



1 180 demandes clients par mail



411 courriers clients envoyés



978 demandes clients reçus via le site internet

**A noter :** les baisses de fréquentation sont directement liées à l'évolution de l'amplitude d'ouverture des différents bureaux d'information, revue à la baisse en cette année 2025.

## Typologies visiteurs accueillis

**Alès :** En saison, les couples et familles sont majoritairement représentés, la plupart pour des courts séjours (3 à 5 jours). Les clientèles sont souvent en transit ou en itinérance (randonneurs). Les centres d'intérêt concernent avant tout les activités de plein air, les sites emblématiques et les festivités locales.

**Génolhac :** Les demandes portent en grande partie sur l'offre en randonnée, itinérante ou non. A proximité de la zone coeur du Parc national, la Maison du Tourisme et du Parc de Génolhac enregistre également des demandes portant sur les informations propres au Parc national, au patrimoine local, avec de fortes attentes en matière de médiation et d'informations pratiques.

**Vézénobres :** La plupart des demandes portent, outre sur la Maison de la Figue, sur le village de Vézénobres et sur les villages alentours. Les couples sont mieux représentés

qu'ailleurs, ainsi que les clientèles groupes. Les visiteurs sont intéressés par les propositions d'animations de la Maison de la Figue

**Anduze :** Les clientèles étrangères ont été moins représentées qu'à l'accoutumée. Les principaux profils représentés sont hébergés en campings, séjournent en famille. Ils s'intéressent essentiellement aux principaux sites de visite de la vallée des Gardons et à la baignade en rivière. Le degré de préparation documentée du séjour est de plus en plus faible.

**Saint-Jean-du-Gard :** La majorité des visiteurs étaient des familles avec jeunes enfants et des randonneurs. La demande portait surtout sur les sites touristiques, les spots de baignade, les randonnées et les festivités. La majorité des clientèles est originaire d'Occitanie, de Rhône-Alpes, des Bouches-du-Rhône et de la région parisienne.

# ACTIONS 2025

## Améliorer l'expérience et la relation visiteurs

- Amélioration du Suivi de la relation clients avec plus de 13 000 contacts qualifiés
- Création et diffusion d'un guide "Hébergements"
- Création et diffusion d'une "carte vélo"
- Réédition du cartoguide "Vallée des Gardons"
- Développement des visites guidées en autonomie avec IziTravel
- Intégration au système d'informations touristiques des équipements et infrastructures publiques dont aires de jeux et de pique-nique, toilettes publiques).

①

②

③

## Amélioration de la gestion du volet évènementiel

- Création d'une animation Géo-gaming permettant une visite originale de la ville d'Alès
- Mise en place de visites de l'été
- Mise en place d'une programmation estivale "Un été sous les étoiles"
- Recensement de l'offre et centralisation de la programmation "Journées Européennes du Patrimoine"
- Production et diffusion de "l'agenda de la semaine" auprès des prestataires touristiques de la destination.
- 16 interviews radio (Ici Gard Lozère) pour valoriser l'agenda et les savoir faire de la destination.

## Développement des actions "Hospitality" et accueils hors les murs :

- Journée "Nature & Ruralité" (3 mai - Alès)
- Stand Féria du 28 au 31 mai
- Accueils des internes en médecine (28 mai et 5 novembre - Alès)
- Création et diffusion d'une "boîte à outils de l'accueil touristique" à destination des professionnels du tourisme locaux.

## ACTIONS 2025



**Le vendredi 28 mars 2025** s'est déroulée l'inauguration du Bureau d'Information Touristique de Saint-Jean-du-Gard. Jusqu'à présent établi au sein de Maison Rouge – musée des vallées cévenoles, depuis l'inauguration de celle-ci fin 2017, le bureau d'information touristique retrouve son emplacement passé, place Rabaut Saint Etienne.

L'un des objectifs majeurs de cette relocalisation est de se positionner au plus près des flux touristiques, tout en assurant un accès facilité pour la population locale. En rapprochant le point d'information des services de transport et des axes majeurs de circulation, notamment le chemin de Stevenson (GR 70), il devient un véritable pôle d'entrée pour les visiteurs souhaitant découvrir Saint-Jean-du-Gard et ses alentours.

Les travaux de rafraîchissement et d'adaptation du local d'accueil de ce point d'information touristique, entrepris par la municipalité de Saint-Jean-du-Gard fin 2024 / début 2025 ont pris en compte :

- Un espace ad hoc permettant le meilleur confort de travail des personnels d'accueil comme des visiteurs ;
- L'objectif de l'accessibilité au plus grand nombre (en vue de la labellisation « Tourisme & Handicap »),
- Un espace nécessaire de stockage,
- Une rénovation (notamment électrique, peintures) du local,
- Une préservation des éléments décoratifs (fresques) présents dans le local.

# ACTIONS 2025



La carte vélo répond à un besoin formulé par nos visiteurs dans les différents bureaux d'information Cévennes Tourisme.

Conçue comme un support complémentaire à l'appli Alès Agglo Evasion, la carte vélo permet de (re)découvrir le territoire à deux roues : routes, chemins, cols, boucles cyclo, gravel ou VTT... il y en a pour tous les niveaux et pour tous les goûts.

La carte comprend des suggestions de parcours, des informations pratiques (dénivelés, durées, services "Accueil Vélo") et de belles surprises à découvrir sur le terrain.

Dans la foulée de la sortie de cette carte, le Bureau d'information touristique d'Anduze a obtenu le label national "Accueil Vélo", en septembre 2025.



Le 17 décembre dernier, l'équipe de Cévennes Tourisme a reçu les notifications d'attribution du **label Tourisme & Handicap**, pour les 5 bureaux d'information touristique de Cévennes Tourisme :

- Alès et Anduze pour les handicaps auditif, mental, moteur et visuel ;
- Saint-Jean-du-Gard pour les handicaps auditif, mental, moteur ;
- Vézénobres (maison de la figue et du tourisme) et Génolhac (maison du tourisme et du Parc) pour les handicaps auditif et mental.

Cette reconnaissance récompense une démarche au long cours poursuivie par l'office de tourisme.

## PROGRAMME DE VISITES



Le **mercredi 30 juillet**, l'équipe de Cévennes Tourisme était à la manœuvre pour l'organisation d'une soirée exceptionnelle et originale : le Train des Etoiles.

200 passagers ont embarqué dans le Train à Vapeur des Cévennes sur les coups de 21h à Anduze direction le Jardin Clos de Thoiras-Corbès, un cadre splendide pour cette soirée d'animations et d'observation.

Conteur (Benjamin GATEPAILLE, 1001 Mémoires), harpiste (Roxane MARTIN, ZAZPLINN PRODUCTIONS) et animateurs de L'ÉTOILE CEVENOLE munis de télescopes se sont mobilisés pour valoriser un lieu unique et original et une voûte céleste labellisée "Réserve Internationale de Ciel Etoilé".

### Reconduction d'Un été sous les étoiles



Un programme d'animations en partenariat avec l'Étoile Cévenole :

- On the Moon Again : Observation de la Lune.
- Randonnée Céleste : Découverte nocturne et observation des étoiles.
- Le train des étoiles : un voyage unique, proposé en lien avec le Train à Vapeur des Cévennes, au jardin clos de Thoiras-Corbès.
- La Grande Nuit des Étoiles : Observation guidée par l'École d'Astronomie.
- La Nuit des Étoiles : Observation à Saint-Martin-de-Valgagues.
- Des profondeurs de la Terre jusqu'aux étoiles : à la Maison du Mineur - La Grand-Combe.



## Le développement des visites guidées en autonomie avec IziTravel

IziTravel une application gratuite et facile d'utilisation qui propose des parcours audioguidés. Elle est principalement utilisée par des institutions culturelles ou touristiques, afin d'offrir aux visiteurs une visite guidée complète en toute autonomie, dans le monde entier.

Les visites sont accessibles dès lors que l'application géolocalise l'utilisateur.

A chaque étape, celui-ci bénéficie d'un format audio, d'un format écrit et de différents visuels qui mettent à l'honneur le sujet principal qui est développé.

**Cévennes Tourisme a, en 2025, maintenu et adapté les 9 parcours proposés (en 3 langues) sur Alès, Anduze, Génolhac, et Saint-Jean-du-Gard.**

**En 2025**

**Contenus vus (format écrit) : 2 481**

**Contenus lus (format audio) : 1 599**

## Reconduction du format de visite d'Alès en Vélo à Assistance Electrique

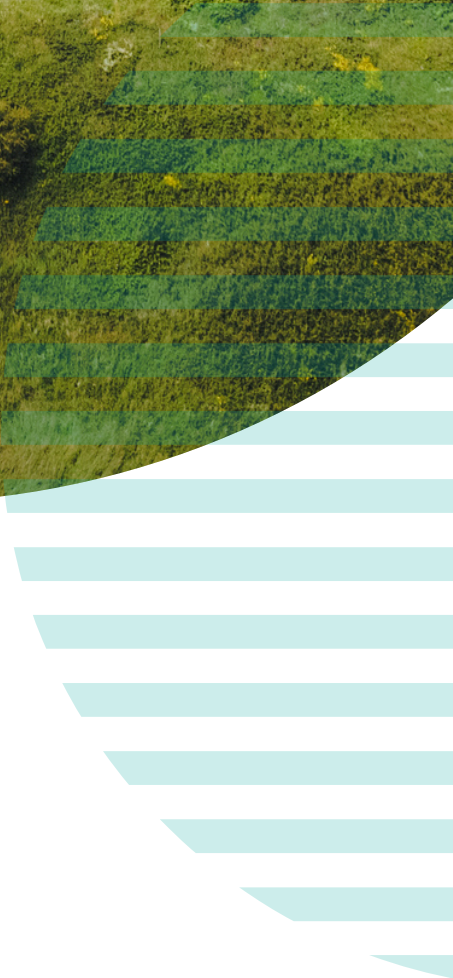
Suite à différents tests réalisés en 2024 autour de cette visite d'Alès en petits groupes et en Vélo à Assistance Electrique (partenariat SMTBA et Kéolis) différentes dates ont été proposées pour découvrir ce parcours de 14 km dans différents quartiers, le long du Gardon d'Alès, ce jusqu'au pôle mécanique d'Alès. Ces visites ont "fait le plein".

## Outre le programme "Un été sous les étoiles", l'Office de Tourisme a proposé différentes visites :

Le programme de visites estival proposé était composé :

- de 2 visites accompagnées d'Alès, les **22 juillet au 5 août**.
- de 2 escape games "Tour de l'Horloge" à Anduze. Les **31 juillet et 14 août**.
- d'une visite exceptionnelle de la poterie "Le Chêne Vert" le **10 septembre**.

# 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, en recherche d'expérimentations de "modes de voyager"
- Les clientèles de séniors 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,
- Newsletters ciblées,
- Achat de visibilité/notoriété,
- Evènementiel.
- 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.
- Presse : workshops, accueils et voyages presse.
- Influenceurs et créateurs de contenus.

# SITE INTERNET DE DESTINATION

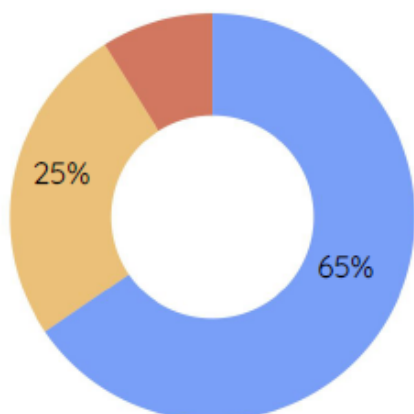
Le paysage des sites internet de destination est profondément affecté par le recours de plus en plus systématique des prospects et clientèles touristiques aux assistants conversationnels basés sur des modèles de langage de grande taille (LLM). Après un décollage pour le site [www.cevennes-tourisme.fr](http://www.cevennes-tourisme.fr) avec une augmentation de **+ 41,3 %** du nombre de visites réalisées en 2024, grâce à un référencement naturel soigné, les fréquentations se sont stabilisées en 2025 à plus de 625 000 visites du site [www.cevennes-tourisme.fr](http://www.cevennes-tourisme.fr).

## Le site en chiffres

**628 663** VISITES

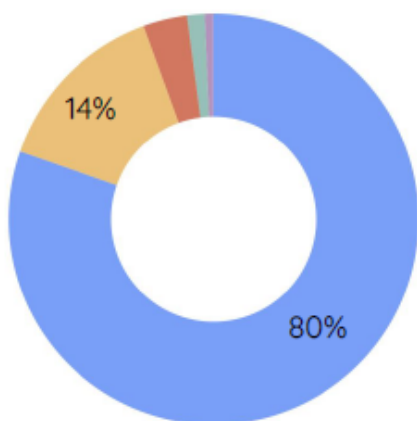
**1 252 007** PAGES VUES

**00:02:14** TEMPS DE VISITE MOYEN



- Smartphone
- Desktop
- Tablette

*Trafic selon les différents supports utilisés : le smartphone concentre classiquement ⅔ des consultations*



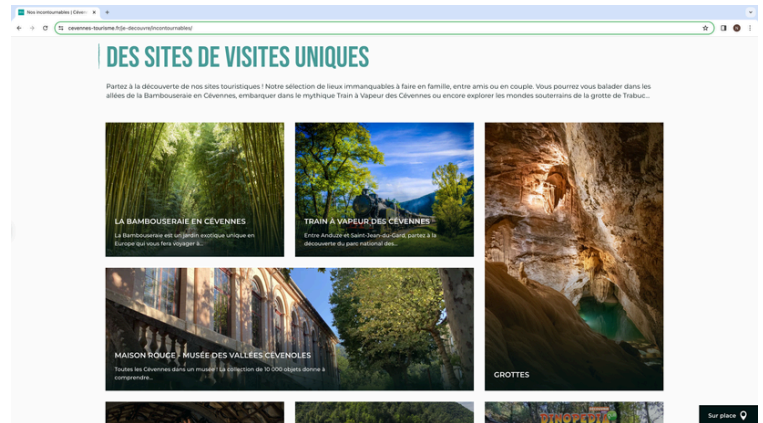
- Référencement naturel
- Entrées directes
- Campagnes
- Sites externes
- Réseaux sociaux

*Provenance du trafic : les contenus éditoriaux demeurent la première source de captation du trafic.*

Parmi les interventions réalisées en 2025, outre la rédaction de nouvelles pages, un travail est intervenu sur la performance du site internet, notamment au travers de la **réduction des temps de chargement**. Celle-ci, pleinement effective (-19 % vs N-1), permet d'optimiser l'expérience utilisateur.

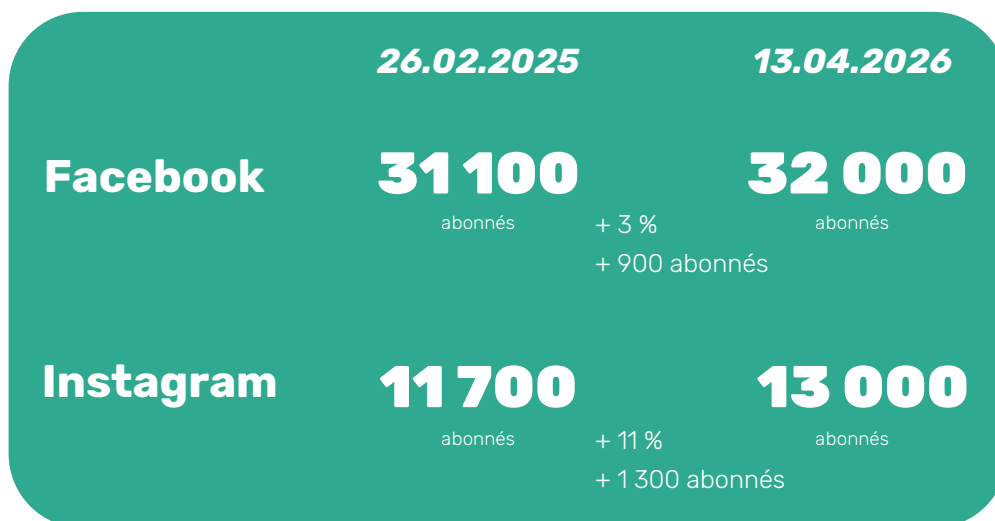
## Top 10 des pages (hors home page)

- 1 Agenda
- 2 Incontournables
- 3 Marchés locaux
- 4 Anduze
- 5 Chemin de Stevenson
- 6 Balades et randonnées
- 7 Séjour en famille au printemps
- 8 Marchés d'Anduze
- 9 Saint-Jean-du-Gard
- 10 Le Train à Vapeur des Cévennes



## RESEAUX SOCIAUX

*Des communautés en croissance constante*



# CAMPAGNE DIGITALE 2025

Une campagne sponsorisée est intervenue en 2025 pour conforter le trafic du site internet de destination [www.cevennes-tourisme.fr](http://www.cevennes-tourisme.fr) sur la période printemps.

Elle s'inscrit pleinement dans la stratégie de communication consistant à valoriser les mi-saisons.

Ces campagnes présentent un coût contact qui demeure, comparativement à d'autres leviers médias, très compétitif.

	Campagne printemps
Durée	43 jours
Ciblage	Géolocalisé
Impressions	4 420 840
Couverture	1 497 537
Clics	40 073
Coût moyen	0,09 €
Réactions	6 876



# NEWSLETTERS 2025

Les taux d'ouverture et de consultation des nombreuses newsletters relayées sont, comme chaque année, très satisfaisants. Ils témoignent notamment de l'intérêt des clients de Cévennes Tourisme pour ce qui concerne l'agenda des nombreuses manifestations du territoire, ainsi que pour les actualités de l'Office de Tourisme.

	Newsletters Grand Public	Newsletters BtoB (informations aux partenaires)
Newsletters envoyées	24	30
Taux ouverture moyen	43 %	64,3 %
Taux de clic moyen	5,1 %	10,7 %

# ÉDITIONS 2025

La démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) de Cévennes Tourisme amène à rationaliser la gestion des éditions produites. L'objectif continu consiste à faire coïncider les commandes en impression avec les besoins en supports de la part des visiteurs et des prestataires touristiques, ce afin d'éviter le gaspillage d'éditions périmées. Un nouveau système de gestion de stocks a ainsi été défini et appliqué.

Ce système permet de monitorer en temps réel les sorties et les entrées de nos éditions, permettant d'éviter ainsi les surcommandes.

Il offre également la possibilité d'obtenir des données de mesure concernant la diffusion des documents auprès des clients et prestataires touristiques, ainsi qu'au plan des bureaux d'information touristique.



**Guide Terroir et Artisanat**  
Diffusion : 15 000 exemplaires



**Guide Découvertes et Loisirs**  
Diffusion: 15 000 exemplaires



**Carte Cévennes**  
Diffusion: 22 500 exemplaires

**Carte vélo**  
Edition : 5 000 exemplaires

**Pass Cévennes**  
Edition : 5 000 exemplaires

**Un été sous les étoiles**  
Edition : 5 000 exemplaires



**Plan d'Anduze**  
Edition : 10 000 exemplaires

**Plan de Saint-Jean-du-Gard**  
Edition : 10 000 exemplaires



# PROMOTION



Le **plan d'actions promotion** reposait en 2025 sur des partis pris établis tenant compte :

- d'une **moindre représentation de la marque Cévennes Tourisme sur des salons "Grand Public"** dont les retombées à court, moyen et long terme sont difficiles à évaluer.
- d'un **accent apporté aux opérations presse**, pour capitaliser sur les workshops dédiés réalisés. Parmi ces opérations, les voyages et accueils presse ont en 2025 porté leurs fruits, quel que soit le média concerné (presse, magazine, télévision...).

## Salons Grand Public



**Salon  
Occ'ygène  
Toulouse  
7 au 9 mars**

**Cibles :** grand public tourné vers les activités de pleine nature et la randonnée

**Coordination :** stand "Le Gard, Le Sud" (coordination Gard Tourisme) et stand partagé avec Alès Agglomération (Alès Agglo Evasion)

**3ème participation** - 300 contacts

## Salons BtoB



**Rendez-vous  
en France  
Lyon  
1er et 2 avril**

**Cibles :** agences et tour-opérateurs internationaux.

**Organisation :** Atout France. Stand partagé avec Gard Tourisme

**4ème participation** - 18 rendez-vous (nouveaux contacts exclusivement)



**Mirabilia France  
Nîmes  
24 et 25  
novembre**

**Cibles :** acheteurs européens.

**Organisation :** Prétour "Cévennes" le 22 novembre / prise de rendez-vous en amont du salon

**4ème participation** - 18 rendez-vous (nouveaux contacts exclusivement)



## Workshops Presse



**Presse Partir  
en France  
Paris  
13 et 14 janvier**

**Cibles :** les journalistes de presse et aux influenceurs tourisme, culture, arts de vivre.  
**2nde participation - 30 rendez-vous sur 2 jours**



**Workshop Presse  
S'évader en France  
Paris  
12 décembre**

**Organisateurs :** Club Presse des Offices de Tourisme de France - Agence RP Fluxus Communication  
**Cibles :** journalistes nationaux presse écrite, TV, web  
**2nde participation - 17 rendez-vous**



Le dossier de presse s'améliore d'année en année !

Outil indispensable pour donner à voir l'ampleur des atouts de la destination et la variété des offres disponibles sur 40 pages, le dossier de presse 2025 comptait entre autres des rubriques sur, pêle-mêle : les vignerons engagés, le passé minier cévenol, le musée Pierre André-Benoît, les activités à faire en famille, la Réserve Internationale de Ciel Etoilé, les prestations bien-être, la "vie de châteaux" en Cévennes (hébergements d'exception) ou encore les principaux temps forts de l'année.

## Accueils Presse

télématin

**28 et 29 avril**

**Organisateur :** Cévennes Tourisme

**Objectif :** promotion au niveau national de 2 territoires emblématiques de la Destination via la rubrique tourisme de l'émission Télématin diffusée sur France 2.

**Journaliste :** Mélanie GRIFFON

**Dates de diffusion et audiences :**

Anduze et la Vallée des Gardons :  
samedi 3 mai 2025  
audience : 656 000 téléspectateurs

Vézénobres :  
samedi 31 mai 2025  
audience : 598 000 téléspectateurs

# ESPRIT *d'ici*

30 avril au 2 mai

**Organisateur :** Cévennes Tourisme

**Objectif :** promotion du territoire via une parution de 8 pages dans le numéro du printemps 2026.

**Journalistes :** Marie JARRY et Dominique LESBROS

**Informations magazine :**

Lecteurs : Environ 90 000 lecteurs par numéro

Tirage diffusé : Environ 30 000 exemplaires

**Date sortie :** avril/mai 2026



# Échappées Belles

3 juin

**Organisateur :** Gard Tourisme

**Objectif :** promotion au niveau national de la Destination dans un numéro d'Echappées Belles 100% Gard.

**Journaliste :** Jérôme PITORIN

**Thématique et partenaires mis en avant :**

Anduze

Le Vase d'Anduze et la Famille Boisset

Le train à vapeur des Cévennes

**Date de diffusion et audience :**

L'émission consacrée aux villages du Gard a été diffusée le samedi 20 septembre sur France 5 et a attiré 840 000 téléspectateurs,



11 juillet

**Audience :**

Entre 400 000 et 700 000 téléspectateurs pour les diffusions France + Allemagne

Jusqu'à 1 million de téléspectateurs pour toutes les diffusions confondues (Hertzienne + Satellite) .

**Date de diffusion :** mi 2026

**Organisateur :** "Eléphant Adventures".

**Objectif :** faire découvrir les spécificités culturelles du territoire dans une émission de culture et de découverte quotidienne de la chaîne ARTE avec une diffusion en France et en Allemagne.

**Thématique et partenaires mis en avant :**

Rubrique « Héritage » de l'émission qui met l'accent sur la transmission de la culture locale. Reportage de 15 minutes à Saint-Jean-du-Gard, avec Daniel Travier, fondateur de la Maison Rouge et avec Nelly Duret, historienne.

# SEASONS

17 au 21 septembre

**Organisateurs :** CTRL Occitanie + Cévennes Tourisme.

**Objectif :** promotion de la destination et plus particulièrement de la figue de Vézénobres auprès des lecteurs de ce magazine néerlandais spécialisé dans le lifestyle, la nature, le voyage, le "slow living".

**Journaliste :** Kat DE BAERDEMAECKER

Rubrique « Héritage » de l'émission qui met l'accent sur la transmission de la culture locale.

Reportage de 15 minutes à Saint-Jean-du-Gard, avec Daniel Travier, fondateur de la Maison Rouge et avec Nelly Duret, historienne.

**Informations magazine :** environ 200 000 lecteurs par magazine

**Date sortie magazine :** août / septembre 2026



29 septembre

**Organisateur :** CTRL Occitanie / PACT Cévennes

**Objectif :** promotion de la destination auprès du lectorat néerlandais passionné par la culture, le voyage, la cuisine, le style de vie français et les voyages à moto ainsi que les événements liés à la moto.

**Journaliste :** Hans AVONTUUR



1er octobre

**Organisateur :** Gard Tourisme

**Objectif :** promotion de la destination auprès du lectorat belge.

**Journalistes :** Gregory BOGAERT / Ruben DE VILLE / Olivier MALOTEAUX

**Audience totale :** 525 000

**Retombées :**

Vacancesweb.be

12/10/2025

FR - Un week-end dans les Cévennes (1/4) : un havre de paix ensoleillé

NL - Een weekend in de Cevennen (1/4): een zonnige oase van rust

31/10/2025

FR - Un week-end dans les Cévennes (2/4) : dans les pattes du « baron » local

NL - Een weekend in de Cevennen (2/4): in de voetsporen van de lokale 'baron

03/11/2025

FR - Un week-end dans les Cévennes (3/4) : sur les traces de l'oignon doux

NL - Een weekend in de Cevennen (3/4): de aantrekkingskracht van de zoete ui

Bazar Magazine

11/11/2025

FR - Un week-end dans les Cévennes (4/4) : l'abîme de Bramabiau, plongée dans le sol cévenol

NL - Een weekend in de Cevennen (4/4): de 'Abîme de Bramabiau', een duik onder de grond

28/01/2026 : Trip Gard groumand

29/01/2026 : Terrasses borie

## Sollicitations + retombées presse



**Date sollicitation :** janvier 2025

**Sujet :** Dossier été Cévennes

**Propositions :** visuels un été sous les étoiles, vins IGP (Mas Seren), paysages, le Pélardon et le Baron.

**Date de parution :** mai 2025

**Midi Libre**

**Date sollicitation :** Février 2025

**Sujet :** Guide été 2025

**Propositions :** agenda 2025, Grotte de Trabuc et les sites touristiques d'Alès Agglomération.

**Date de parution :** juillet 2025

**LE FIGARO**

**Date sollicitation :** Mars 2025

**Sujet :** Les nouveautés du territoire.

**Propositions :** Hébergements (Mas Magique et Moulin de l'Auzonnet.)

**Date de parution :** NC

**My French Country Home**

**Date sollicitation :** avril 2025

**Sujet :** Art de vivre à la française.

**Propositions :** visuels Vase d'Anduze.

**Date de parution :** juillet/août 2025

**Europe 1**

**Date sollicitation :** août 2025

**Sujet :** Insolite, savoir-faire et patrimoine pour l'Emission "Balades" de William Leymergie

**Proposition :** Elisabeth Mézières, tourneuse sur bois.

**Date de diffusion :** 11 octobre 2025.

**TÉLÉ-Loisirs**

**Date sollicitation :** septembre 2025

**Sujet :** les Cévennes

**Propositions :** photos Anduze, grotte de Trabuc, Vallée des Gardons, PNC, Bambouseraie

**Date de parution :** NC

RÉVER  
VOYAGER  
S'INFORMER  
**Grands  
Reportages**

**Date sollicitation :** octobre 2025

**Sujet :** Les Trains

**Propositions :** Le Cévenol

**Date de parution :** NC

**avantages**

**Date sollicitation :** octobre 2025

**Sujet :** Hébergements de charme

**Proposition :** L'Autre Maison

**Date de diffusion :** février 2026

L'Office de Tourisme Cévennes Tourisme est signataire d'un contrat de partenariat régional établi entre les organismes de gestion de destinations cévenols, le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie (désormais Agence Ad'Occ) et le Parc national des Cévennes.

Le bilan des actions 2025 tient compte des axes suivants :

## Campagne digitale Réseaux Sociaux vidéo enrichie avec les éléments créatifs de Gooded

**Du 24/02 au 13/04**

- 5 204 443 Impressions
- 2 777 041 vues de la vidéo
- 4 083 clics

### META :

- 1 706 310 impressions
- 1 922 clics

### Youtube :

- 3 498 133 impressions
- 2 161 clics

## Influence



**du 16/06 au 19/06**

- Promotion d'un tourisme durable et des mobilités douces : roadtrip en solex électriques avec une série de 3 vidéos de 4 à 5 min (une vidéo par département)

## Médiatisation du blogtrip

**à partir du 16/09**

- 6 354 519 impressions
- 1 533 320 vues de vidéos au total

### Détails par zone géographique :

#### Ile de France :

- 2 074 508 impressions,
- 502 148 vues, 2 876 clics,

#### Auvergne / Rhône Alpes :

- 1 737 304 impressions, 2 113 clics,

#### Occitanie :

- 1 389 200 impressions, 1 687 clics,

#### PACA :

- 1 153 507 impressions, 1 335 clics.



OFFICE DE TOURISME CEVENNES TOURISME - SPL ALES CEVENNES  
Place de l'hôtel de Ville - 30100 Alès  
Mai 2026