

Rapport d'activité

2025

sudcevennes.com



**Sud
Cévennes**
RENCONTRE SAUVAGE

Retrouvez dans ces pages les actions menées par l'Office de Tourisme Sud Cévennes au cours de l'année 2025, au service de l'attractivité du territoire, de l'accueil touristique et de la promotion de la destination.

ACCUEIL

3 Bureaux d'Informations
Touristiques (BIT)

+ de 11 000
personnes renseignées

28 Opérations « Hors
les murs »

20 Visites guidées

PROMOTION & COMMUNICATION

+ de 9 000
abonnés sur Facebook

+ de 5 600
abonnés sur Instagram

+ de 300 000
vues sur www.sudcevennes.com

RÉSEAU DES PRO

9 Dates organisées avec
les professionnels

+ de 500
professionnels du tourisme

3

Campagnes digitales

2

Accueils blogueurs

CHIFFRES CLÉS

LE TERRITOIRE

34 Communes
représentées

1 Village
de caractère®

23 662
Habitants

2 Grands Sites
de France

1 Petite cité
de caractère®

870
kilomètres de
sentiers balisés

1 Parc
national®

1 Haut-lieu de
l'agropastoralisme

1 Musée
de France®

1 Bien inscrit au patrimoine
mondial de l'UNESCO®

* L'ÉDITO

L'année 2025 marque une **étape importante dans la construction et l'affirmation de l'Office de tourisme Sud Cévennes**. Au fil des mois, notre équipe s'est mobilisée pour accompagner les évolutions du territoire, **renforcer l'attractivité de la destination et consolider les liens avec l'ensemble des acteurs touristiques locaux**.

Cette année a été placée sous le signe de **la structuration et de la mise en œuvre concrète de la stratégie touristique 2025-2029**. Fruit d'un **travail collaboratif** avec les professionnels et les partenaires institutionnels, cette feuille de route constitue aujourd'hui **un véritable fil conducteur pour nos actions**. Elle traduit une ambition collective : **faire du Sud Cévennes une destination durable, vivante et accueillante tout au long de l'année**.

Au quotidien, **nos missions se sont déployées à travers l'accueil et l'information des visiteurs, l'animation du réseau des professionnels, le développement d'outils numériques, la valorisation du patrimoine et la promotion de nos paysages d'exception**. Derrière chaque action visible : événements, campagnes de communication, accompagnement des prestataires ou projets innovants comme les visites virtuelles se cache un travail de fond, souvent discret, mais essentiel pour **structurer l'offre touristique et mieux répondre aux attentes des visiteurs**.

L'année 2025 a également confirmé la **force du collectif**. L'arrivée de nouvelles compétences au sein de l'équipe, **la mobilisation croissante du réseau professionnel et les collaborations avec nos partenaires** témoignent d'une dynamique territoriale en mouvement. Ensemble, nous avons poursuivi un objectif commun : **faire du tourisme un levier de développement local responsable, respectueux de nos paysages et des femmes et des hommes qui font vivre le Sud Cévennes**.

Ce rapport d'activité reflète cette énergie partagée. Il met en lumière les projets menés, les résultats obtenus et les perspectives qui s'ouvrent pour les années à venir. Plus qu'un bilan, il est le témoignage d'un **engagement quotidien au service de la destination**.

Bonne lecture.

L'équipe de l'Office de tourisme Sud Cévennes



SOMMAIRE

- 01. L'office de tourisme Sud Cévennes
- 02. La stratégie touristique 2025-2029
- 03. Le réseau des professionnels du tourisme
- 04. L'observatoire touristique
- 05. Accueil, information et boutique
- 06. La donnée touristique
- 07. Les animations
- 08. La promotion & la communication



01 L'OFFICE DE TOURISME SUD CÉVENNES



**23 000
HABITANTS**

**34
COMMUNES**

**3 BUREAUX
D'INFORMATION
TOURISTIQUE**



PRÉSENTATION

Le périmètre de compétence de l'Office de tourisme Sud Cévennes **regroupe deux intercommunalités, la Communauté de Communes des Cévennes gangeoises et suménoises et la Communauté de Communes du Pays Viganais**, regroupant ainsi 34 communes.

Ce territoire s'inscrit dans le **périmètre du Parc national des Cévennes** et celui des **Causses et Cévennes, inscrites sur la liste du patrimoine mondial par l'UNESCO**. Il comptabilise deux Grands Sites de France et trois grands Sites d'Occitanie.

Créé au 1er janvier 2023, l'Office de tourisme intercommunautaire exerce ses missions (accueil, information et promotion) au sein des trois bureaux d'informations touristiques du Vigan, de Ganges et de la maison du Grand Site de France à Blandas.

GOVERNANCE

L'Office de tourisme dispose d'un **comité de direction**, il s'agit de l'organe délibérant. Ce comité est composé de **14 élus titulaires et 14 élus suppléants**, nommés à parts égales par les deux communautés de communes concernées. Ces élus représentent les intérêts des collectivités locales. **2 représentants titulaires et 2 représentants suppléants du comité stratégique** y siègent également. Le comité de direction est responsable de l'orientation globale de l'Office de tourisme.

En plus du comité de direction, l'Office de tourisme dispose d'un **comité stratégique** qui constitue son deuxième organe décisionnel. Ce comité est composé de professionnels du tourisme et d'institutions partenaires. **Sa mission principale est de travailler sur les plans d'actions de l'Office de tourisme** en identifiant les axes stratégiques prioritaires. En d'autres termes, il s'agit de définir les **grandes orientations** et les **actions concrètes** à mettre en place pour atteindre les objectifs fixés en matière de développement touristique. N'importe quel prestataire touristique du territoire de compétence de l'office de tourisme Sud Cévennes peut faire partie du comité stratégique.

Ainsi, **le comité de direction représente les collectivités locales** et assure la gouvernance de l'Office de tourisme, tandis que **le comité stratégique apporte son expertise et son expérience** pour **élaborer des stratégies efficaces et adaptées** au contexte touristique local. Cette structure permet une prise de décision équilibrée, en tenant compte à la fois des intérêts des acteurs locaux et des besoins du secteur touristique.

COMITÉ DE DIRECTION

Membres titulaires : Membres suppléants :

Sylvie ARNAL	Régis BAYLE
Philippe BARRAL	Jean BURDIN
Bruno BELTOISE	Bruno CANARD
Guilhem CHAFIOL	Daniel CELERIER
Martine DURAND	Pierrick CIRIBINO
Lucas FAIDHERBE	Halima FILALI
Michel FRATISSIER	Jean-René GUERS
Coralie GEORGES	Lambert LUCAS
Françoise JUTTEAU	Émilie PASCAL
Françoise MIGAYROU	Joël POVREAU
Bruno MONTET	Emmanuel PUECH
Laurent PONS	Véronique RIGAUD
Muriel SANTNER	Jérôme SAUVEPLANE
Julien TRICOU	Marc WELLER
Saïda DOMINICI	Jean-Charles DUBOUCHET
Mathieu FOUGERIT	Frédéric WEISLO

COMITÉ STRATÉGIQUE

Membres titulaires :

Xavier BINET
Céline BOUDES
Jean-Charles DUBOUCHET
Saïda DOMINICI
Florence FAIDHERBE
Toulouse FELIX
Mathieu FOUGERIT
Carole GAUSSORGUES
Yann LECREVISSE
Solange MARTIN
Sabine MONTET
Florence PARKER
Delphine POWAGA
Adrien ROBICHON
Claire SCHNEIDER
Frédéric WEISLO



L'ÉQUIPE

L'équipe de l'office de Tourisme Sud Cévennes réunit des compétences pluridisciplinaires mises au service de la promotion, de l'accueil des publics et de l'attractivité du territoire. Elle intervient aussi bien dans les domaines du e-tourisme et l'animation des réseaux sociaux que dans la réalisation d'éditions papier, l'accompagnement des professionnels du tourisme, l'organisation d'animations et la valorisation du patrimoine local. Grâce à cette diversité de savoir-faire et à une connaissance fine du territoire, l'équipe agit de manière transversale pour offrir une communication cohérente, renforcer les dynamiques locales et faire découvrir toute la richesse du Sud Cévennes.



Matthieu Ancey
Directeur



Marick Joffre
Conseillère en séjour



Marie Ingremeau
Conseillère en séjour



Grégory Demouy
Chargé de communication



Thomas Sauvé
Chargé E-tourisme



Danielle Guers
Conseillère en séjour



Solène Le Couster
Animatrice réseau des pros

FORMATIONS

Les métiers des offices de Tourisme évoluant rapidement, la formation professionnelle recouvre pour l'Office de tourisme une dimension stratégique. **En 2025 ce sont au total 134 heures de formation** qui ont été réalisées, comprenant des actions de formation interne.

Parmi les actions de formation poursuivies en 2025

Formation Habilitation aux classements des meublés de tourisme
Formation Comptabilité publique
Formation AVIZI
Formation APIDAE
Formation Destination d'excellence

...

NOS MISSIONS

CELLES QUI NE SE VOIENT PAS

- Édition et diffusion la documentation touristique
- Traitement des demandes d'informations
- Collecte, saisie et mise à jour des données touristiques
- Gestion et diffusion des disponibilités hébergements
- Relations presse
- Qualification de l'offre touristique
- Mise en œuvre de la démarche qualité
- Étroites collaborations avec les partenaires institutionnels (GSF, PnC, UNESCO, CRTL...)
- Animation du réseau des professionnels
- Gestion de l'observatoire touristique du territoire
- Accompagner les porteurs de projets touristiques

CELLES QUI SE VOIENT

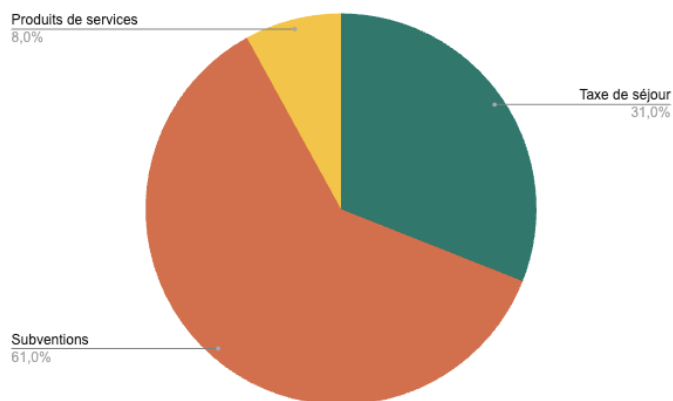
- Accueillir et informer les visiteurs toute l'année
- Animer le site web et les réseaux sociaux
- Participer aux évènements locaux, salons, hors les murs...
- Accompagner les professionnels et porteurs de projets
- Soutenir et organiser des événements
- Rédiger des articles et communiqués de presse
- Animer des ateliers, séminaires et réunions thématiques
- Accueillir et accompagner des journalistes, influenceurs...

NOS OBJECTIFS À LONG TERME

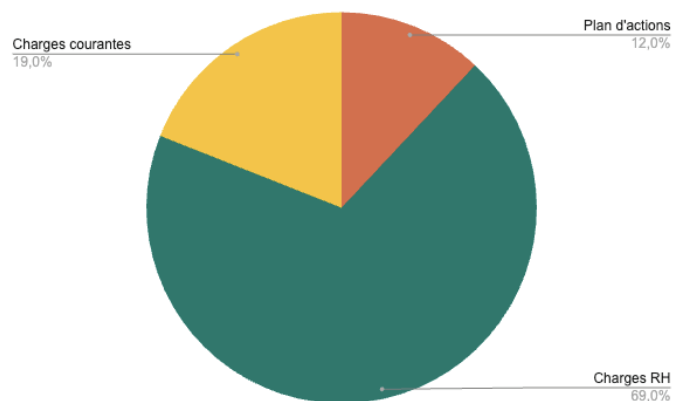
1. Développer la notoriété et l'attractivité de la destination
2. Allonger la durée de séjour et lisser la fréquentation sur l'ensemble de l'année
3. Faire du tourisme un levier de développement local durable
4. Devenir une destination de référence en terme de tourisme durable
5. Structurer et professionnaliser l'écosystème touristique



LES FINANCES



Répartition des produits

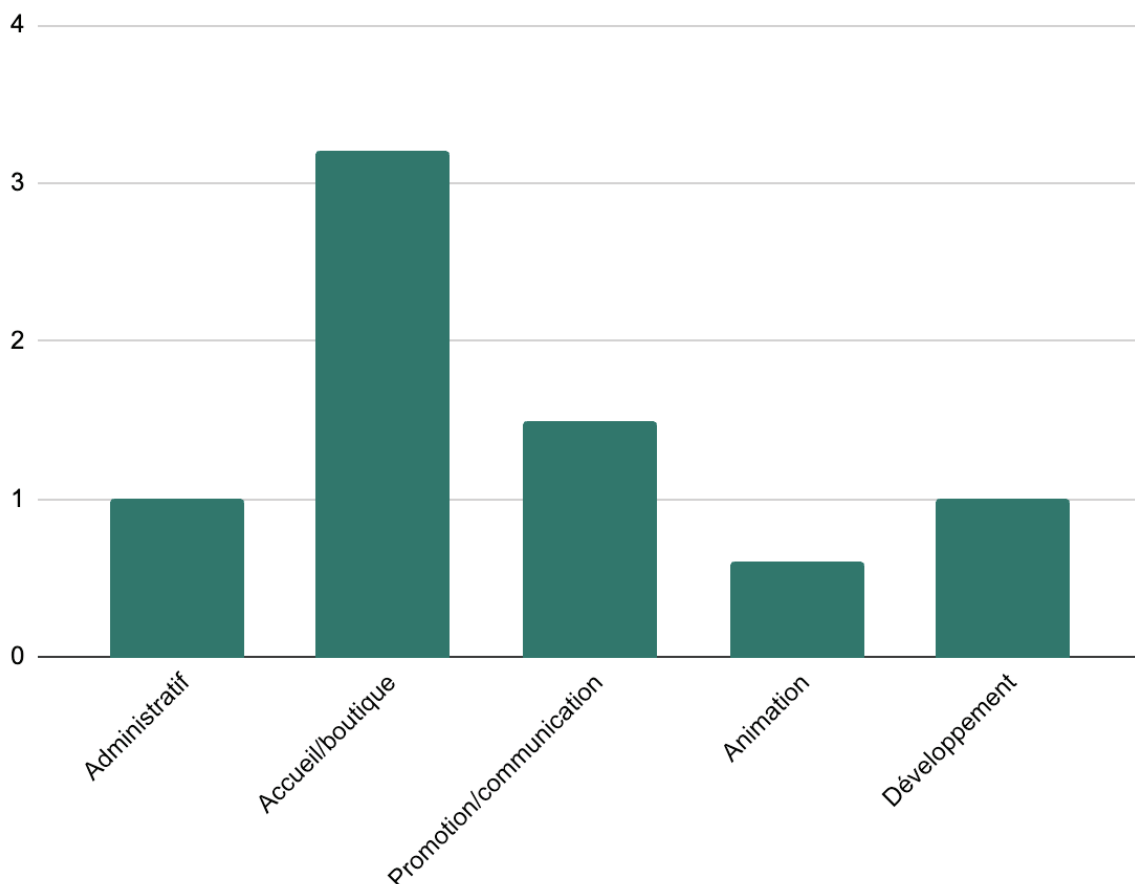


Répartition des charges

RÉPARTITION RESSOURCES HUMAINES

L'équipe de l'office de tourisme Sud Cévennes se divise en **plusieurs grands domaines, très souvent transversaux.**

En 2025, l'équipe comptait un total de **7,3 ETP** répartis comme cela :



STAGIAIRES & SAISONNIERS

Afin de renforcer **l'accueil touristique et les amplitudes horaires d'ouverture de nos bureaux d'offices de tourisme**, l'équipe est renforcée en été avec l'arrivée des saisonniers. En 2025, ce sont 3 saisonniers qui ont rejoint l'équipe sur la période estivale.

L'office de tourisme accompagne également les communes qui assurent un accueil touristique dans leurs villages :

- La base nautique et le camping municipal du Tivoli à Laroque
- La salle Ferrier à Sumène

JOURNÉES DES OFFICES DE TOURISME DE L'HÉRAULT

En Octobre 2025, sur invitation d'Hérault Tourisme, l'office de tourisme a pu présenter à l'ensemble des offices de tourisme de l'Hérault **deux projets stratégiques en cours d'élaboration**, nous avons donc tenu deux temps forts de présentation lors de cette journée :

1 - Stratégie d'adaptation au changement climatique dans la vallée de la Vis, projet porté par le Syndicat Mixte du Grand de France du Cirque de Navacelles qui nous a accompagné lors de la présentation

2 - Rendre accessible l'inaccessible, projet porté par l'office de tourisme Sud Cévennes sur la découverte du patrimoine via les visites virtuelles.



NOS PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

LES GRANDS SITES DE FRANCE

Fort de ces deux Grands sites de France, l'office de tourisme est en échange permanent avec les équipes gestionnaires du Grand Site de France du Cirque de Navacelles et des Gorges de l'Hérault Saint-Guilhem-le-Désert. La gestion des flux, de la fréquentation touristique et la valorisation de ces deux sites majeurs sont des enjeux partagés entre l'office de tourisme et les Grands Sites.



AGENCES DÉPARTEMENTALES

L'office de tourisme travaille en étroite collaboration avec les deux agences de développement touristique départementales (ADT) sur de nombreux sujets tels que la formation, la qualification des professionnels, la création de contenus ou le E-Marketing. L'équipe de l'office de tourisme participe également à différents groupes de travail identifiés.

LE PARC NATIONAL DES CÉVENNES

Le territoire de compétences de l'office de tourisme étant en grande partie dans le Parc national des Cévennes, l'office de tourisme s'inscrit dans une démarche commune de développement touristique durable, et vise à sensibiliser visiteurs et acteurs locaux aux valeurs du Parc, tout en favorisant une découverte authentique et responsable des Cévennes.



UNE COMPLÉMENTARITÉ DES COMPÉTENCES

L'ÉTAT

L'État définit et met en œuvre la politique nationale du tourisme. En liaison avec les collectivités territoriales et les partenaires concernés, l'État définit et conduit les opérations de promotion touristique nationale. [article L121-1]*



LA RÉGION



La Région définit les objectifs à moyen terme du développement touristique régional (schéma régional de développement touristique) [article L131-1]*. Les actions de promotion sur les marchés étrangers sont coordonnées par le comité régional du tourisme et par le comité départemental du tourisme [article L131-5]*.

LES DÉPARTEMENTS

Le conseil départemental confie tout ou partie de la mise en œuvre de la politique du tourisme du département au comité départemental du tourisme qui contribue notamment à assurer l'élaboration, la promotion et la commercialisation de produits touristiques.



LES COMMUNAUTÉS DE COMMUNES



Les communautés de communes exercent de plein droit, en lieu et place de ses Communes membres [article L134-1]* : la compétence en matière de création, d'aménagement, d'entretien et de gestion de zones d'activité touristique et la compétence en matière de promotion du tourisme.

L'OFFICE DE TOURISME

L'office de tourisme assure l'accueil et l'information des touristes ainsi que la promotion touristique de la commune ou du groupement de communes. Il contribue à coordonner les interventions des divers partenaires du développement touristique local.



2025

EN BREF...

RENCONTRE INTER OT
PIC SAINT LOUP

LANCEMENT DE SAISON

7 COLS EN CÉVENNES

LA MAIN VERTE

SORTIE DU MAGAZINE

SALON
OCC'YGENE

FIRA

LABEL JOURNÉE AVEC LE GSF
CIRQUE DE NAVACELLES

CAMPAGNE DIGITALE :
COLS RÉSERVÉS

BOURSE AUX
DÉPLIANTS

ACCUEIL BLOGGUEUR : BIKE TO
BACK

EDUCTOUR MONTOLIEU

JOURNÉES DES MÉTIERS
D'ARTS

CAMPAGNE DIGITALE :
AUTOMNE EN SUD CÉVENNES

JOURNÉES DES OFFICES DE
TOURISME DE L'HÉRAULT

JOURNÉES EUROPÉENNES
DU PATRIMOINE

FOIRE DE LA POMME ET
DE L'OIGNON DOUX

CALENDRIER DE L'AVENT
DE LA MAIRIE DE GANGES

FESTIVAL DU
NUMÉRIQUE

VISITES GUIDÉES

**HORS LES MURS DANS LES
CAMPINGS DE LA DESTINATION**

CEVEN TRAIL

**OUVERTURE BUREAU DE
NAVACELLES**

COLS RÉSERVÉS

**JOURNÉES EUROPÉENNES DE
L'ARCHÉOLOGIE**

**INAUGURATION DES HALLES
DE GANGES**

**HORS LES MURS FESTIVAL
TRANSES CÉVENOLES**

**COL RÉSERVÉ SOUS LES
ÉTOILES**

**CAMPAGNE DIGITALE : UN
ÉTÉ DE FESTIVALS**

**ATELIERS AGENDA
PARTICIPATIF**

**PETIT DEJ DES
PROS**

ACCUEIL GUILLAUME PAYEN

ACCUEIL PRESSE : SOLEX PACT

**LE SUD CÉVENNES CÉLÈBRE CES
CHAMPIONS**

**WORKSHOP
MIRABILIA**

**SALON CSE
MONTPELLIER**



02. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE 2025-2029

02. LA STRATÉGIE TOURISTIQUE 2025-2029

UN TRAVAIL EN COMMUN

En collaboration avec le comité stratégique, l'équipe de l'office de tourisme a initié en 2024 un travail sur les axes stratégiques prioritaires de notre destination.

Cette initiative vise à rendre le plan d'action plus cohérent et efficace, en tenant compte des besoins et des attentes des visiteurs ainsi que des acteurs locaux.

Véritable fil d'ariane pour nos actions, cette stratégie touristique initiée en 2024 a été présentée au comité de direction de l'Office de tourisme en 2025 et validée par l'ensemble des membres.

Un plan d'action renouvelé et mis à jour chaque année en découle. Il est rediscuté, réévalué et modifié en fonction des tendances, des besoins et des attentes en terme de tourisme.

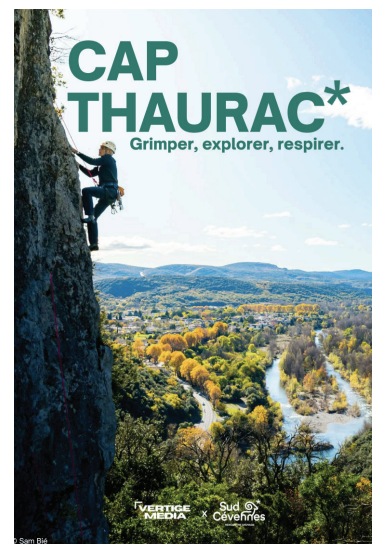
En 2025, des groupes de travail ont été initiés pour co-alimenter cette stratégie et les 4 axes qui en découle, pour étudier l'existant et réfléchir aux actions en adéquation avec les objectifs fixés.

- 2022**
 - Création de la Charte graphique et code de marque
 - Ateliers pour définir les nouveaux objectifs de l'EPIC
 - Définition de la future gouvernance
- 2023**
 - Création de l'OTI Sud Cévennes
 - Création et animation du comité stratégique
 - Ateliers sur le futur positionnement marketing
- 2024**
 - Ateliers sur les axes de travail de la stratégie
 - Finalisation de la stratégie touristique
- 2025**
 - Validation et lancement de la stratégie touristique 2025-2029
 - Animation des ateliers sur les axes de travail de la stratégie
 - Premières actions en adéquation avec la stratégie touristique réalisées



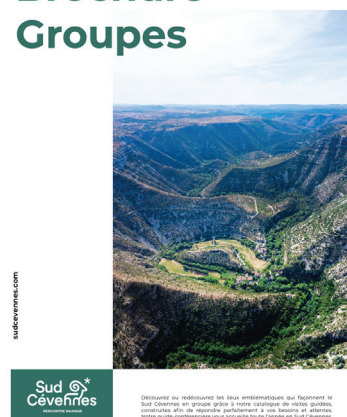
DES ACTIONS CONCRÈTES

La création d'un guide en collaboration avec Vertige Média© sur **l'escalade, la spéléologie et la via ferrata en Sud Cévennes**. L'opportunité de toucher un public ciblé sur une activité plein-air très prisée sur les métropôles voisines. **En collaboration** avec Vertige Média©, média indépendant qui vise à promouvoir l'escalade et les sports de grimpe. **La diffusion de ce guide est prévue pour printemps 2026** sur les réseaux sociaux et via des campagnes e-marketing en collaboration avec Vertige Média©.



La brochure Groupes réalisée et diffusée au printemps 2025 a permis de répondre à la demande de séjours personnalisés pour les groupes touristiques. **Au total c'est environ 90 personnes qui ont été accueillis en 2025**. La brochure a également été diffusée lors du **salon CSE de Montpellier en octobre 2025** par nos soins et par Gard tourisme sur les salons professionnels auxquels ils participent.

Brochure Groupes



Chaque année, l'office de tourisme Sud Cévennes organise dans le cadre du **Festival de l'itinérance et des Activités de pleine nature (FIRA)** une **randonnée accompagnée** pour des groupes de randonneurs. En 2025, le groupe a pu découvrir la **randonnée du plateau du Thaurac début juin**.



Tout au long de l'été, **une campagne sponsorisée** sur Instagram et Facebook a été diffusée afin de promouvoir les **événements phares de la destination**. Ciblée sur des critères socio-démographiques, la campagne a **affiché des résultats exceptionnels** et a permis d'attirer une **clientèle supplémentaire sur les événements**.



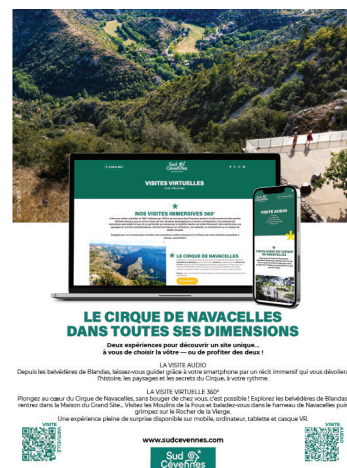
La création d'une visite virtuelle du Cirque de Navacelles avec deux objectifs spécifiques : **attirer la clientèle sur les salons touristiques** auxquels participe l'Office de tourisme **et enrichir la visite classique** du Cirque de Navacelles par des éléments patrimoniaux.

Une visite audio a été réalisée afin d'enrichir la visite du Cirque de Navacelles, de son hameau et de ses belvédères en passant par les moulins de la Foux.

L'office de tourisme a porté pour la 3ème saison, les cols réservés en Sud Cévennes, sur 11 dates, un rendez-vous devenu incontournable pour les adeptes de cyclisme dans des paysages grandioses. Au total, c'est **plus de 650 cyclistes** qui ont pu profiter de cette privatisation de la route pour arpenter les cols cévenols. À cette occasion, nous avons accueilli **Pierre Barrut, créateur de contenu** spécialisé dans le cyclisme qui a pu valoriser cette action sur ses différents réseaux. Une campagne sponsorisée et ciblée sur le public cyclo a été diffusée tout au long de la saison des cols réservés.

Nous avons également **co-organisé la manifestation «Les 7 cols en Cévennes»** avec le cyclo-club gangeois, malheureusement, dû aux conditions météorologiques défavorables, l'événement n'a pu avoir lieu.

Afin d'**accroître l'attractivité de la destination** sur les ailes de saison, **une campagne sponsorisée ainsi qu'un plan de communication dédié** sur les **événements de l'automne** comme la foire de la pomme et de l'oignon doux des Cévennes, Couleurs & senteurs de la garrigue et la **journée du Parc national des Cévennes** qui a été co-organisé par l'office de tourisme.





03 ■ LE RÉSEAU DES PROFESSIONNELS

UN RÉSEAU PROFESSIONNEL MOBILISÉ

Avec l'arrivée en janvier 2025 d'une personne dédiée à l'animation du réseau des professionnels, l'année 2025 a marqué une évolution notable d'un réseau professionnel remobilisé pour avancer ensemble et faire avancer la destination plus loin.



DES ATELIERS THÉMATIQUES

Des groupes de travail, découlant directement de la stratégie touristique 2025-2029 ont été **mis en place et animés tout au long de l'année** pour réfléchir collectivement aux enjeux à prendre en compte et aux **actions à mettre en place** en fonction des thématiques évoquées :

**ATELIER
ATTRACTIVITÉ
AILES DE SAISON**

**ATELIER
CIBLE
FAMILLE**

**ATELIER
GESTION DE LA
RESSOURCE EN
EAU**

UNE NEWSLETTER DÉDIÉE

Diffusée à plus de 500 contacts, la newsletter diffusée de façon mensuelle accompagne les **professionnels du tourisme** en leur donnant des conseils, idées, actualités autour de thématiques diverses et variées. **Son taux d'ouverture moyen est de 45%.**

DES MOMENTS CONVIVIAUX

Plus informels, l'équipe de l'office de tourisme organise également des temps d'échanges et de découvertes comme **les petits déjeuners des professionnels**, où sont conviés tous les professionnels du tourisme sont invités à échanger sur leurs actualités ou sur des sujets spécifiques ou encore des **éductours visant à découvrir des activités et structures spécifiques.**

UN ÉDUCTOUR AUTOMNAL

L'office de Tourisme Sud Cévennes a organisé **un éductour** le 5 novembre 2025 en Vallée de Montoulieu, **réunissant 19 professionnels pour découvrir le territoire et ses acteurs.**

La journée a permis des échanges riches autour de projets touristiques, de rencontres humaines et de partages d'expériences.

Au **Domaine de Blancardy**, les participants ont découvert les méthodes de vinification et un futur espace dédié au tourisme d'affaires.

Le **déjeuner au Mas Mouth** a mis en avant une cuisine maison et un projet culturel autour de la Préhistoire et des savoir-faire anciens.

La visite s'est conclue par **l'élevage du Mas Neuf** avec dégustation de produits locaux, puis une balade sensorielle sur le sentier d'interprétation de Montoulieu.



UN CATALOGUE DE PRESTATIONS CO-CONSTRUIT

En réflexion directe avec les professionnels du tourisme, un catalogue de prestations a été co-construit pour proposer une offre de produits et services à destination des structures touristiques dès 2026. **Outils de communication, actions de promotion, accompagnement stratégique, valorisation de l'offre ou encore prestations techniques** : ce nouveau catalogue se veut pragmatique, modulable et évolutif, accessible en termes de tarifs, afin de permettre à chaque professionnel de **choisir les services les plus adaptés à ses besoins et à ses objectifs.**

Catalogue des prestations

sudcevennes.com

**Sud
Cévennes**
RENCONTRE D'AVANCE

Retrouvez dans ce guide tous les services proposés par l'Office de tourisme à destination des professionnels du tourisme. Intéressés par un label ? Le classement de votre hébergement ou par des conseils en communication ? L'équipe de l'office de tourisme vous accompagne.

LA PHOTOTHÈQUE

Accessible simplement, **la photothèque créée en 2025** offre la possibilité aux professionnels de promouvoir le territoire de **manière professionnelle et harmonisée.** Cette photothèque est évolutive et sera fournie en clichés tout au long de l'année 2026.



UN CALENDRIER PROFESSIONNEL RICHE

Événement	Date	Lieu	Nombre de professionnels
Petit-dej professionnel	06 mars	Le 711, Ganges	18
Petit-dej professionnel	26 mars	La lusette, Le Vigan	26
Bourse aux dépliant Hérault Tourisme	8 avril	Château-Hermitage, Servian	
Atelier ciblage famille	25 septembre	Maison de la formation, Le Vigan	3
Salon CSE Montpellier	02 & 03 octobre	Parc des Exposition, Montpellier	
Réunion marque Esprit Parc	11 octobre	Office de tourisme, Le Vigan	9
Atelier attractivité ailes de saison	17 octobre	Maison de la formation, Le Vigan	9
Eductour d'automne	05 novembre	Montoulieu	19
Eductour CCI / Mirabilia	23 novembre	Sumène	20

UN RÉSEAU QUALIFIÉ

l'office de tourisme accompagne au quotidien les structures touristiques souhaitant qualifier leur offre, à travers des labels, marques ou classement. En 2025, **ce sont 16 nouveaux hébergements touristiques qui ont été accompagnés et classés ainsi que 7 renouvellements de classement.**

L'équipe a également accompagné **5 structures pour leur labellisation «Accueil Vélo»**, label mettant en avant le cyclotourisme et visant à améliorer l'accueil, proposer des services adaptés aux cyclotouristes et gagner en visibilité.

La plateforme de tourisme responsable **We Go GreenR, en collaboration avec Hérault tourisme et l'office de tourisme Sud Cévennes** a proposé en 2025 d'accéder à leur catalogue de formation et d'outils en ligne aux hébergements touristiques. L'intérêt étant de réduire son impact environnemental, ses coûts d'exploitation et de valoriser son engagement. En 2025, **4 hébergeurs touristiques** se sont inscrits au programme de formation.

Sur **444 hébergements touristiques** référencés sur la base de données touristiques de l'office de tourisme Sud Cévennes, **206 sont labellisés et/ou classés.**



04 ■ L'OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

CONNAISSANCE ET ANALYSE DE LA FRÉQUENTATION

Au cœur des missions de l'office de Tourisme Sud Cévennes, **l'observatoire touristique constitue un outil stratégique d'aide à la décision** et de **compréhension des dynamiques du territoire**. En 2025, il a permis de collecter, analyser et valoriser des **données essentielles sur la fréquentation, les profils des visiteurs, les pratiques touristiques** et les retombées économiques locales. Véritable socle de connaissance partagée, l'observatoire éclaire les choix d'orientation, renforce le pilotage des actions menées et favorise **une adaptation continue de l'offre touristique** aux évolutions des attentes, **dans une logique de développement équilibré** et durable du Sud Cévennes.

Outil principal de cet observatoire, Flux vision Tourisme est une solution développée par Orange et co-construite avec le réseau des agences de développement touristique. Cette solution propose de convertir les informations techniques du réseau mobile Orange (en accord avec la CNIL pour l'anonymisation des données) en indicateurs statistiques.

Grâce aux données mobile il est donc possible d'avoir une estimation très précise du nombre de visiteurs sur le territoire. Nous utilisons ensuite l'outil **Visit Data pour recueillir, analyser et exploiter ces données**.

NUITÉES TOURISTIQUES

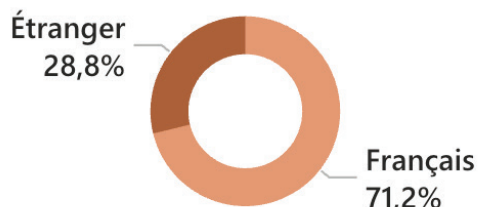
% Evolution AN-1

-4,6 %

Différence AN-1

-73K

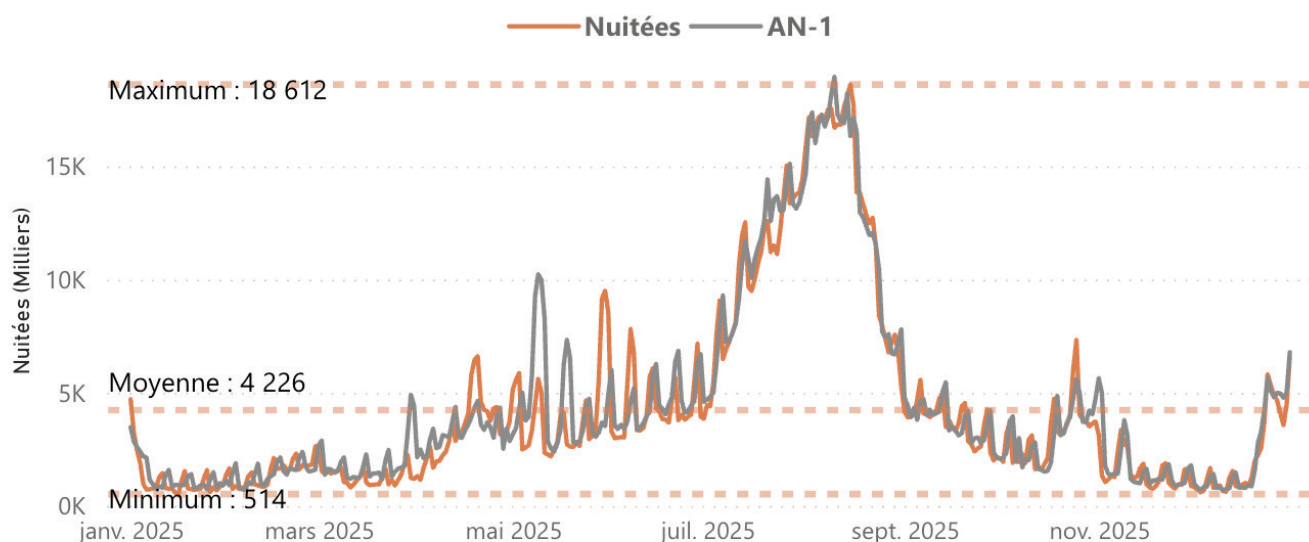
Part des Français et étrangers



Dates les plus fréquentées

Date	Nuitées
vendredi 15 août 2025	18 612
jeudi 14 août 2025	18 087
samedi 16 août 2025	17 690

Nuitées touristiques quotidiennes



LES EXCURSIONNISTES

Un excursionniste est une personne présente plus de 2 heures sur la zone étudiée mais qui ne dort pas sur place.

% Evolution AN-1

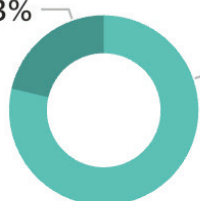
-28,1 %

Différence AN-1

-811K

Part des Français et étrangers

Étranger 21,3%

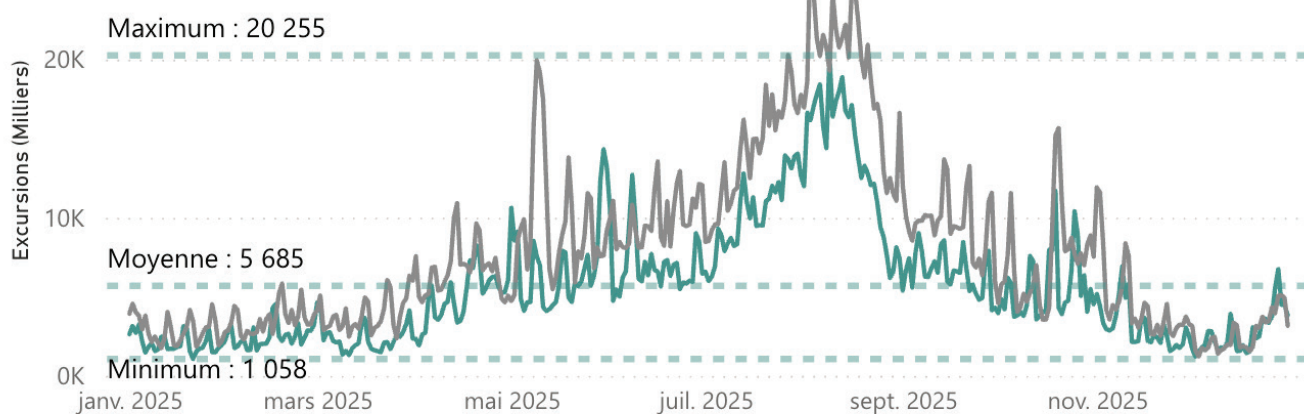
Français
78,7%

Dates les plus fréquentées

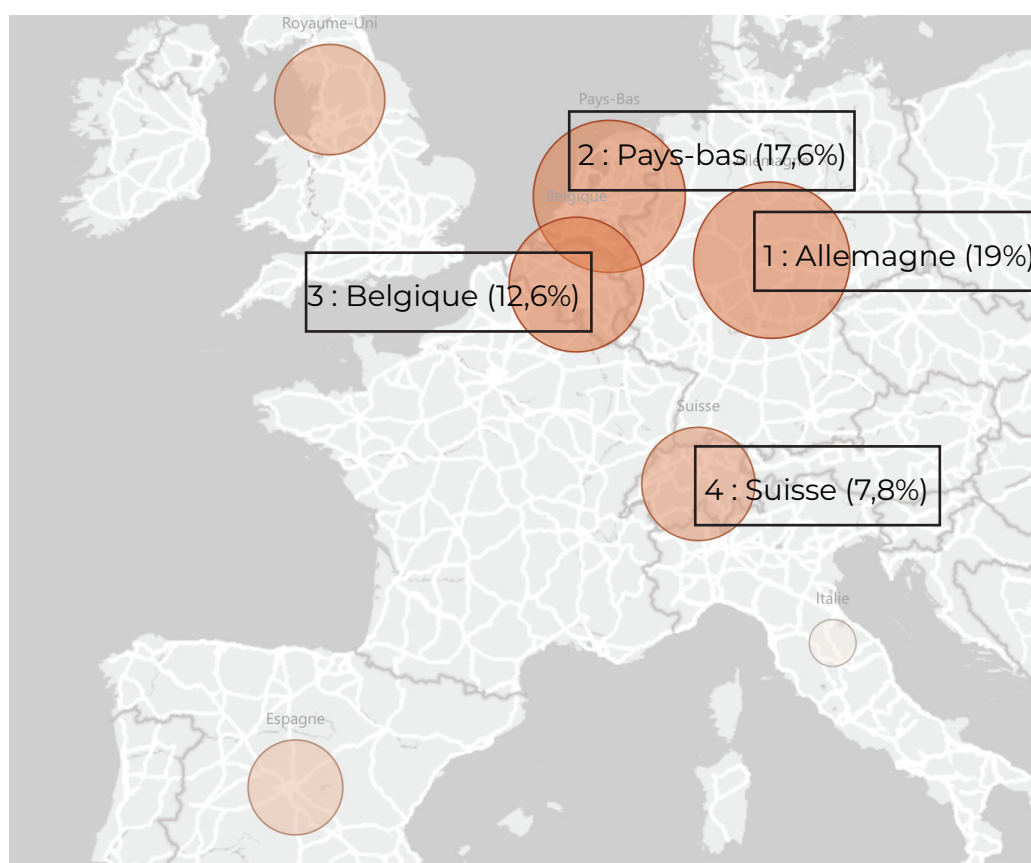
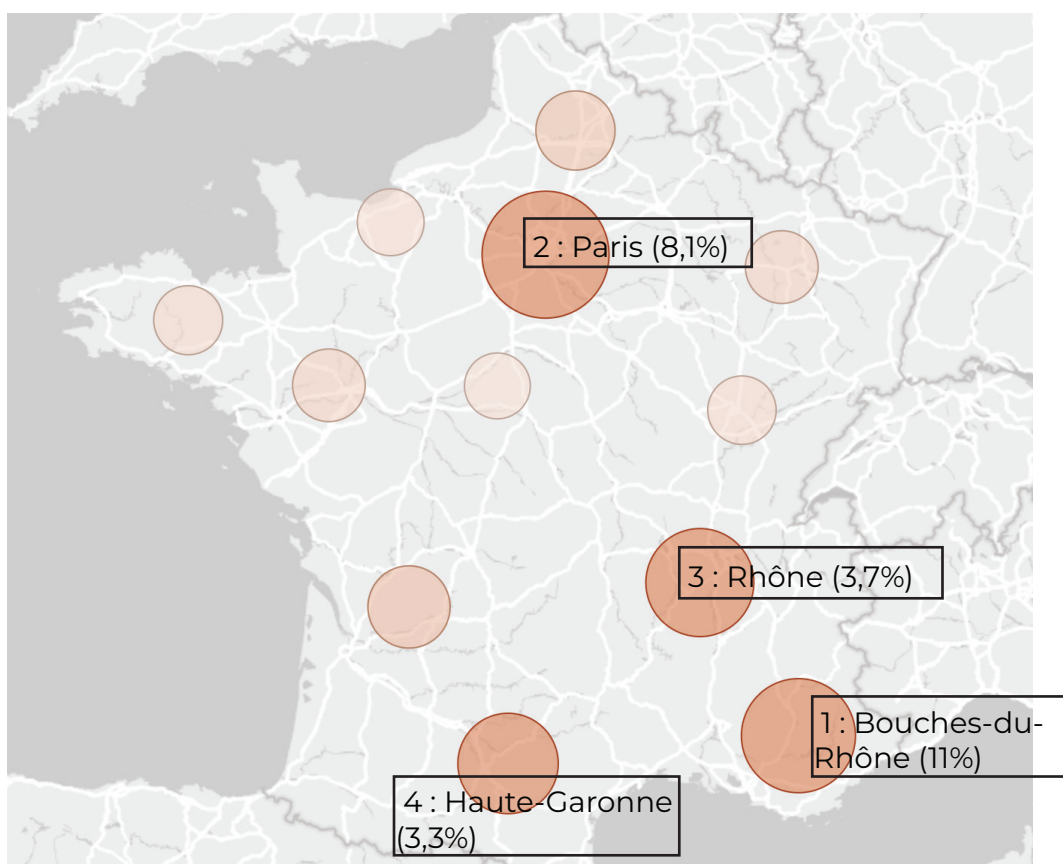
Date	Excursions
samedi 9 août 2025	20 255
mercredi 13 août 2025	18 875
mercredi 6 août 2025	18 416

Excursions quotidiennes

— Excursions — AN-1



BASSINS DE CLIENTÈLES TOURISTIQUES



FOCUS MARCHÉ DU VIGAN

À la demande de la mairie du Vigan, une zone d'étude spécifique au centre-ville du Vigan est étudiée depuis 2024. **L'objectif étant d'analyser l'attractivité** des événements & du marché du Samedi.

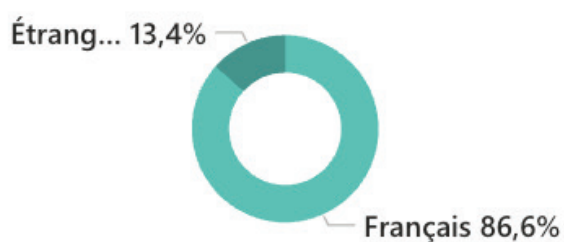
% Evolution AN-1

52,1 %

Différence AN-1

98K

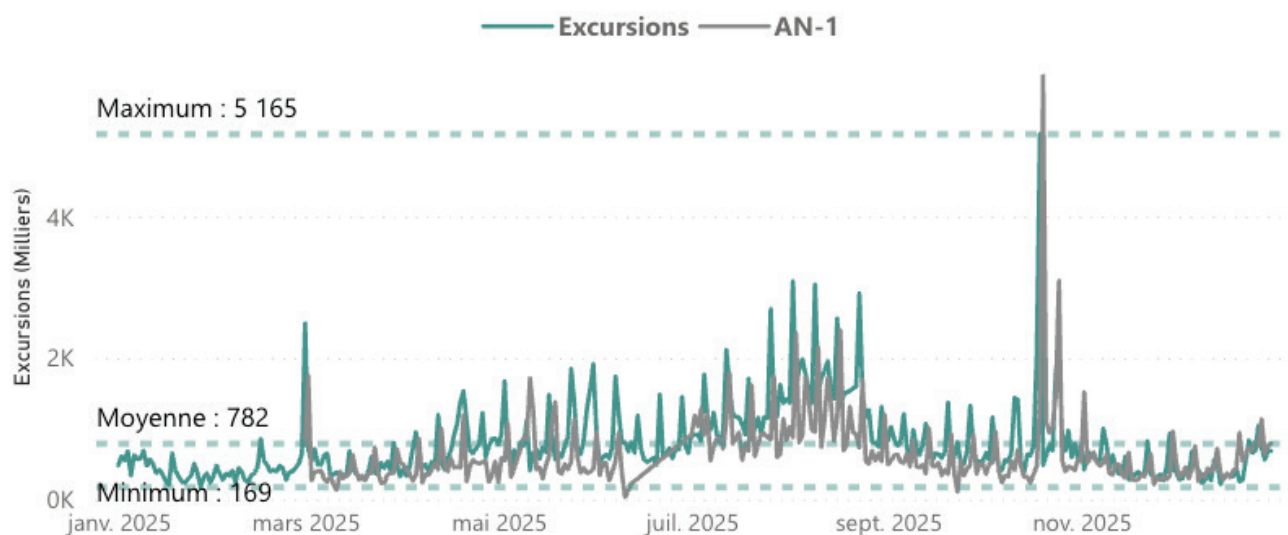
Part des Français et étrangers



Dates les plus fréquentées

Date	Excursions
dimanche 19 octobre 2025	5 165
samedi 2 août 2025	3 085
samedi 9 août 2025	3 038

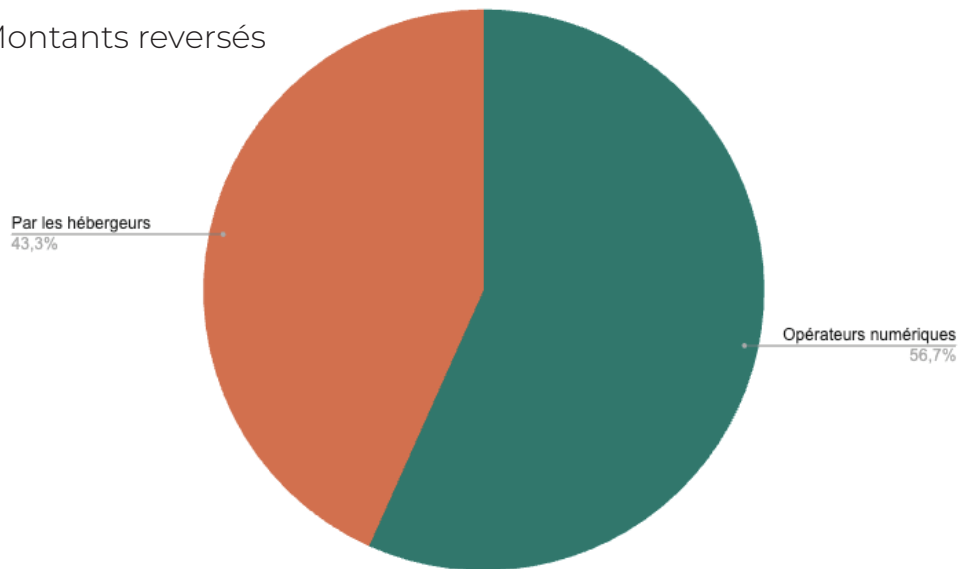
Excursions quotidiennes



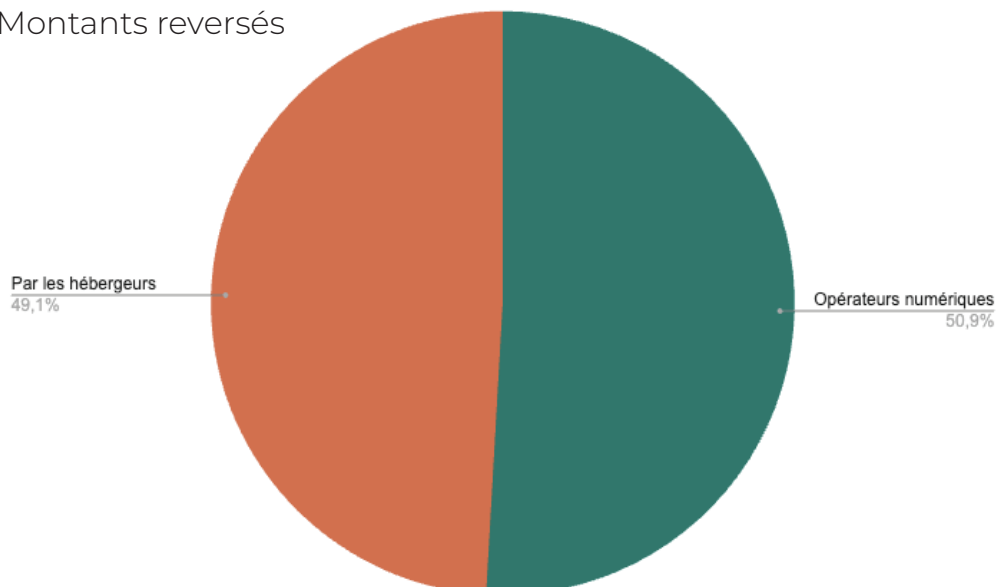
TAXE DE SÉJOUR

Taxe de séjour Communauté de communes Pays viganais en 2025

Montants reversés

**Total reversé à l'office de tourisme Sud Cévennes : 83 792,77 €****Taxe de séjour Communauté de communes Cévennes gangeoises et suménoises en 2025**

Montants reversés

**Total reversé à l'office de tourisme Sud Cévennes : 84 459,20 €**

FICHES ÉTABLISSEMENTS GOOGLE

L'office de tourisme **gère les fiches établissements Google** pour plusieurs **sites naturels ou aménagés de la destination**. Cette gestion nous permet d'avertir les internautes en cas de fermeture exceptionnelle ou temporaire, de modifier des informations ou des photos jugées inadaptées. Cela nous permet également d'avoir **une visibilité sur l'attractivité de ces sites tout au long de l'année**.



PONT DE SAINT-ÉTIENNE D'ISSENSAC

Recherche
Google

11 732

Google maps

38 205

Appels

135

Itinéraires

22 357

Clics vers le
site web

771

CIRQUE DE NAVACELLES

Recherche
Google

229 620

Google maps

340 113

Appels

515

Itinéraires

64 695

Clics vers le
site web

11 347

CASCADE DE LA VIS

Recherche
Google

113 868

Google maps

213 894

Appels

1 042

Itinéraires

138 336

Clics vers le
site web

10 296

VIA FERRATA DU THAURACRecherche
Google

11 970

Google maps

11 030

Appels

217

Itinéraires

2 829

Clics vers le
site web

2 290

VOIE VERTE GANGES - SUMÈNERecherche
Google

12 756

Google maps

11 261

Appels

14

Itinéraires

1906

Clics vers le
site web

660

VOIE VERTE GANGES - SAINT HIPPOLYTE DU FORTRecherche
Google

3 955

Google maps

3 944

Appels

4

Itinéraires

750

Clics vers le
site web

244

VOIE VERTE PROMENADE DU VIADUCRecherche
Google

11 053

Google maps

12 070

Appels

6

Itinéraires

1096

Clics vers le
site web

336

05. ACCUEIL, INFORMATION ET BOUTIQUE



FRÉQUENTATION ET MODES DE CONTACTS

Mission principale de l'office de tourisme, l'accueil touristique se fait dans les trois bureaux d'informations touristiques de l'office de tourisme, ainsi qu'en hors les murs sur les campings de la destination, lors de salons et d'événements locaux.

Tout au long de l'année, l'équipe assure **une information de qualité auprès des visiteurs, en présentiel, par téléphone, par mail et par courrier**. Grâce à une écoute attentive et à une bonne connaissance du territoire, les agents orientent efficacement les publics vers les sites, activités et services **adaptés à leurs attentes, contribuant ainsi à la valorisation et à l'attractivité du Sud Cévennes**.

11090 personnes renseignées en 2025

9657 en direct

1022 par téléphone

411 par le site web

Ne sont pas comptées dans ces données les demandes arrivant par mail. Elles représentent une partie importante des contacts mais sont difficilement qualifiables en tant que demandes touristiques.

Maison du Grand Site
de France du Cirque de
Navacelles - Blandas

3 987 (-7,5%)
personnes accueillies

Office de tourisme Sud
Cévennes - Le Vigan

3 716 (-11,9%)
personnes accueillies

Bureau d'informations
touristiques - Ganges

2 928 (+12,23%)
personnes accueillies

LES DÉPARTEMENTS LES PLUS REPRÉSENTÉS

#01

GARD

#02

HÉRAULT

#03

BOÛCHES DU
RHÔNE

#04

RHÔNE

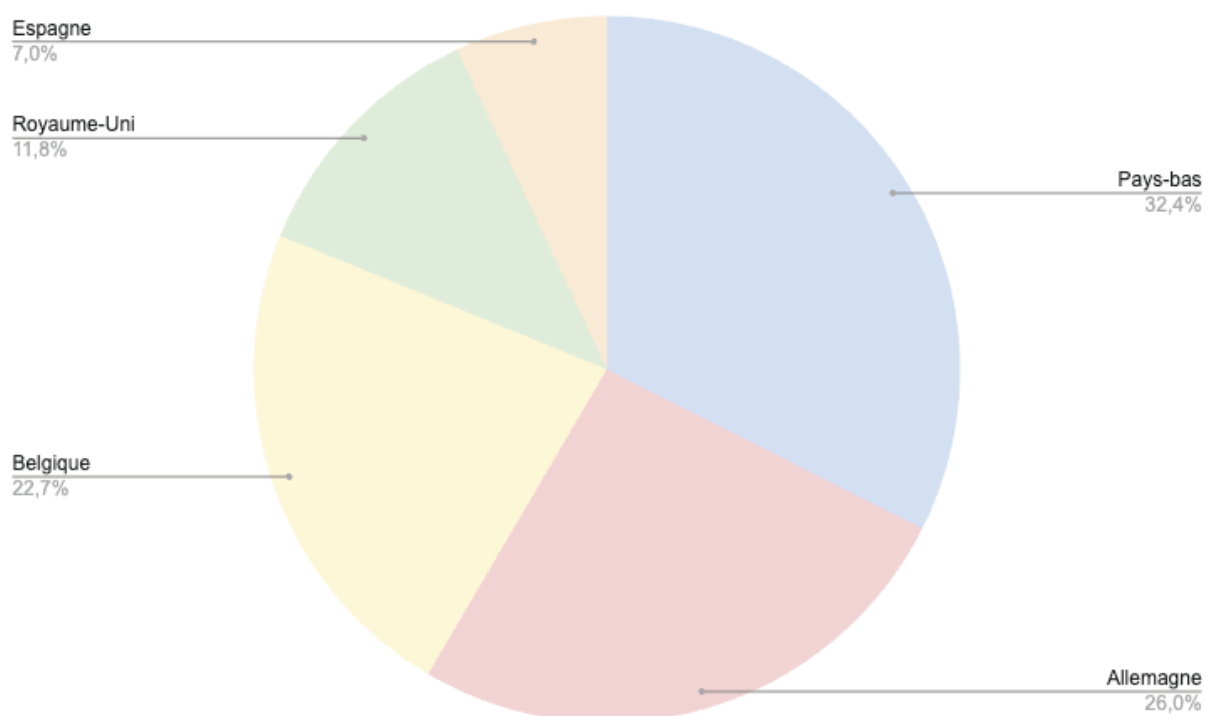
#05

AVEYRON

FRÉQUENTATION PAYS ÉTRANGERS

En 2025, c'est 1566 visiteurs étrangers qui ont été accueillis dans nos bureaux, soit 14,1% de la fréquentation globale de nos bureaux d'accueil. Un chiffre en hausse de 2% par rapport à 2024.

TOP 5 DES PAYS ÉTRANGERS

**1 : Pays-bas****2 : Allemagne****3 : Belgique****4 : Royaume-Uni****5 : Espagne**

L'OFFICE DE TOURISME SUD CÉVENNES - LE VIGAN

Ouvert à l'année, l'office de tourisme Sud Cévennes, situé dans le centre-ville du Vigan voit varier sa fréquentation en fonction de l'année entre population locale et touristes. **Les demandes** vont principalement être sur les **activités & loisirs (24,44%)**, sur les **manifestations (16,63%)**, le **patrimoine (16,12%)** ou sur les **services pratiques (18,76%)**. Ce sont principalement des personnes en individuel qui viennent prendre des renseignements.



MAISON DU GRAND SITE DE FRANCE DU CIRQUE DE NAVACELLES - BLANDAS

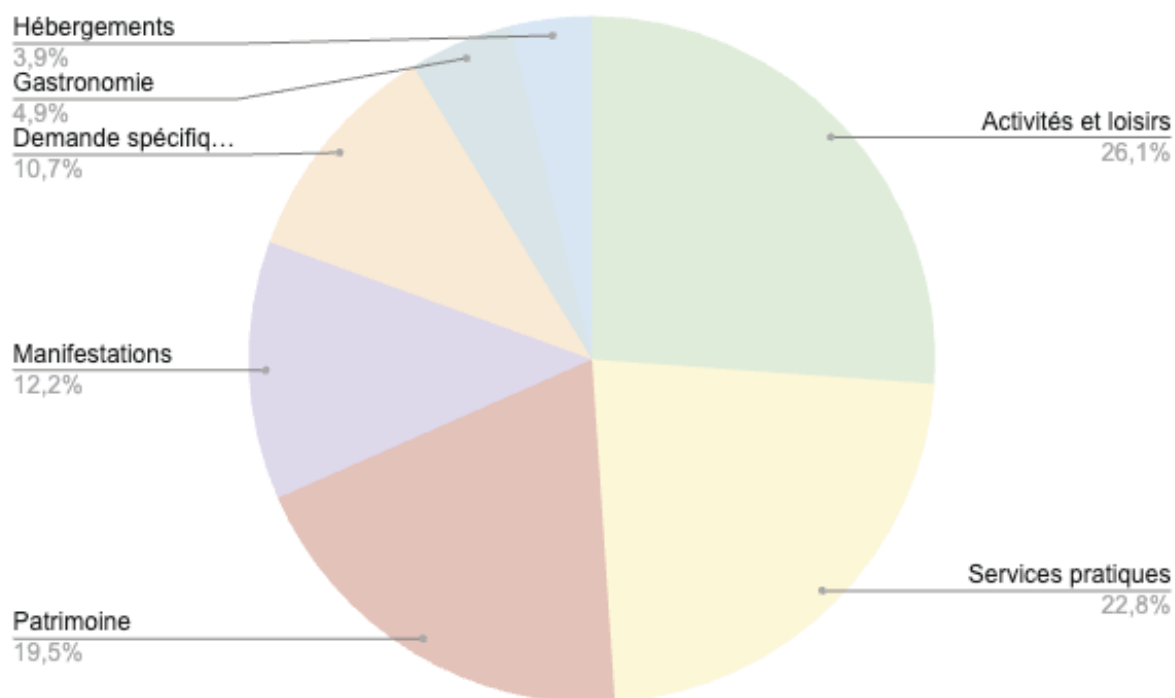
Ouvert d'avril à fin octobre, la maison du Grand Site de France accueille et guide les touristes venus découvrir le Cirque de Navacelles. Depuis 2024, une revalorisation de la boutique de produits locaux a été effectuée afin de devenir une véritable vitrine des produits d'exception qu'on peut retrouver en Sud Cévennes. **Les demandes** sont principalement axées autour des **activités & loisirs (28,80%)**, du **patrimoine (23,04%)** ou des **services pratiques (33,11%)**. Ce sont principalement des couples et familles.

BUREAU D'INFORMATIONS TOURISTIQUES - GANGES

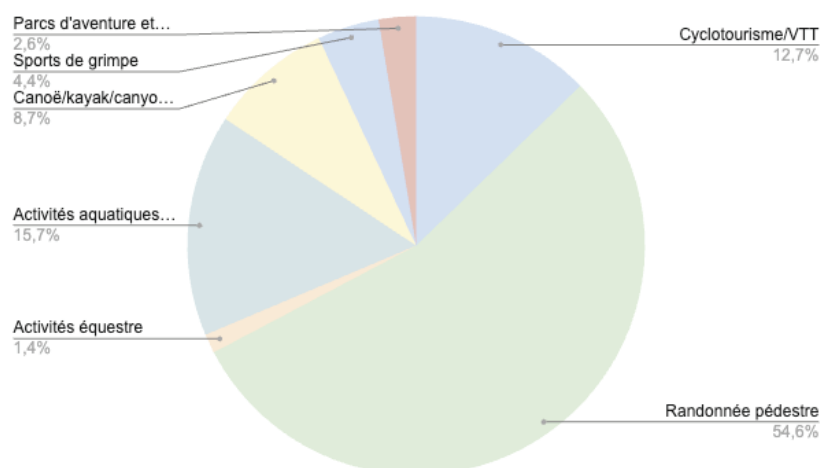
Ouvert à l'année, le bureau d'informations touristiques de Ganges est situé sur l'avenue de Mont Aigoual, à proximité directe du centre-ville par un cheminement piéton et sur axe routier important. **Les demandes** varient entre **activités & loisirs (23,83%)**, **patrimoine (19,09%)** et **services pratiques (22,39%)**. Ce sont principalement des personnes en individuel qui viennent prendre des renseignements.



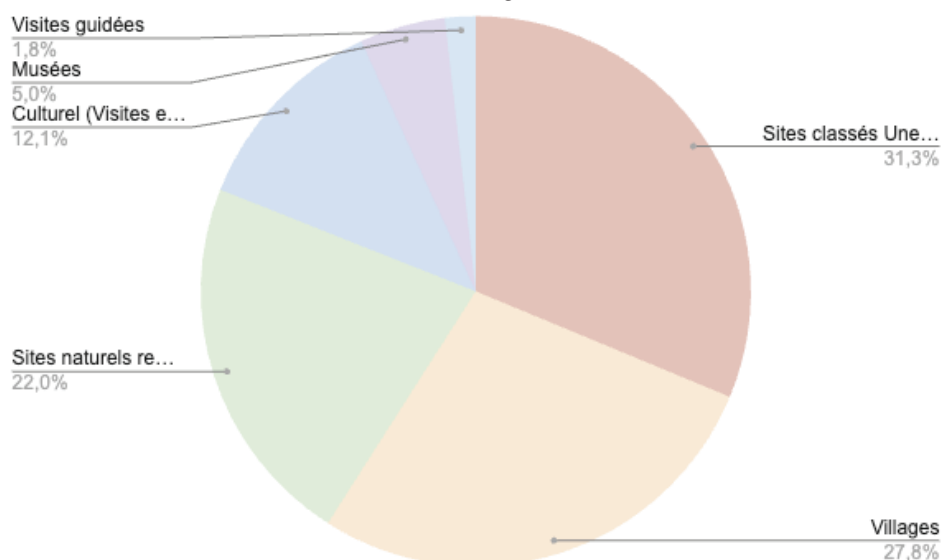
DEMANDES PAR THÉMATIQUES



SOUS-THÉMATIQUES : ACTIVITÉS & LOISIRS



SOUS-THÉMATIQUES : PATRIMOINE



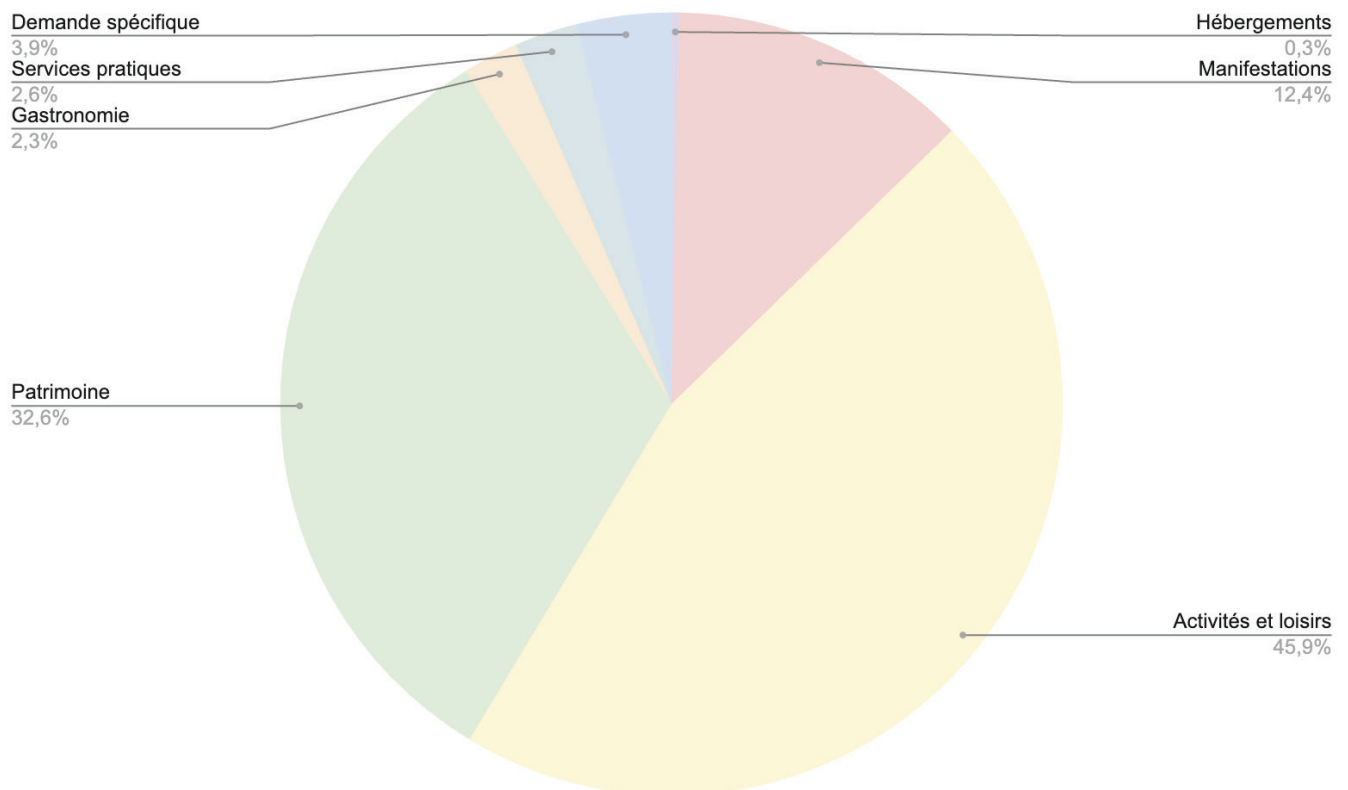
L'ACCUEIL HORS LES MURS

En partenariat avec les campings de la destination, l'office de tourisme Sud Cévennes se déplace en période estivale pour accueillir les touristes en séjour, directement sur le lieu d'hébergement.

En 2025, c'est **28 créneaux** qui ont été programmé avec les campings de la destination pour accueillir les clientèles autour d'un espace dédié à l'Office de tourisme.



DEMANDES PAR THÉMATIQUES : ACCUEIL HORS LES MURS



Avenir

LES BOUTIQUES

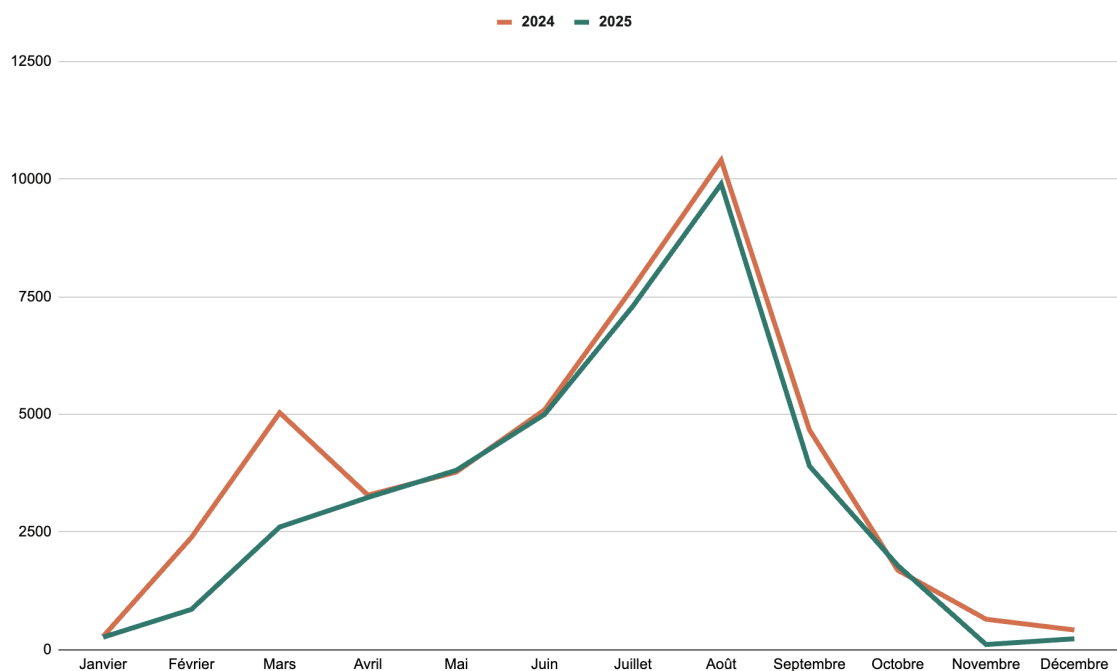
La totalité du **chiffre d'affaire** généré par les produits boutiques de l'office de tourisme est de **39021,70€ pour l'année 2025** dont 5447,70€ de cartes de pêche.

Boutique Le Vigan : 8640,70 € dont 5149,90€ de carte de pêche

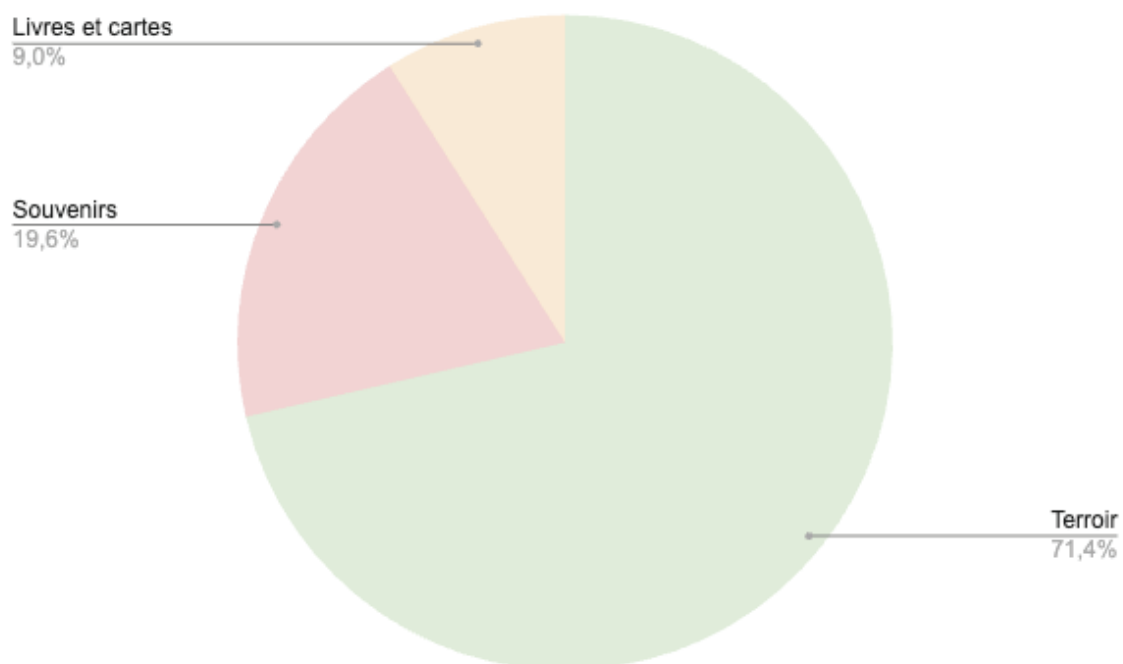
Boutique Navacelles : 28238,50€ dont 70,80€ de carte de pêche

Boutique Ganges : 2142,50€ dont 227€ de carte de pêche

en 2025, 58,4 % de notre boutique est constituée de dépôt vente avec des acteurs locaux contre 36,7 % en 2024.



RÉPARTITION PAR THÉMATIQUES DE PRODUITS



MEILLEURES VENTES BOUTIQUES

#01

Cartes
postales

#02

Cartoguides
Randonnées

#03

Miels &
confitures

#04

Souvenirs
divers

#05

Patés &
tartinades



06 LA DONNÉE TOURISTIQUE

APIDAE : SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE

Depuis 2021, l'office de tourisme saisit, met à jour et gère l'intégralité de la donnée touristique du Sud Cévennes sur la plateforme Apidae.

En 2025, ce sont 192 fiches qui ont été créées par l'équipe sur la plateforme.

Les fiches créées depuis Apidae viennent ensuite alimenter les outils de GRC de l'office de tourisme comme Avizi, le site web, les e-brochures et les sites partenaires comme les professionnels du tourisme et / ou les collectivités.



APIDAE EVENT : UN AGENDA TOUJOURS PLUS COLLABORATIF

En complément d'Apidae, l'office de tourisme offre la possibilité à toute personne qui organise un événement, d'en faire **la promotion sur l'agenda de la destination** sur le site www.sudcevennes.com.

En 2025 particulièrement, cet agenda collaboratif a évolué car il est maintenant **implanté sur les sites des deux communautés de communes** : Pays Viganais & Cévennes gangeoises et suménoises en plus des deux sites départementaux : Hérault Tourisme et Gard Tourisme.

Cette évolution permet aux organisateurs de saisir une seule fois leur événement pour remonter de façon quasi-automatique sur le site de l'office de tourisme et de sa collectivité.

En 2025, ce sont 375 événements qui ont été saisis via le formulaire Apidae Event présent sur le site de l'Office de tourisme, soit une augmentation de **48,22% par rapport à 2024**.

Afin de présenter et faire la promotion de cet outil local collaboratif, **l'office de tourisme s'est associé** fin 2024 à la **coopérative d'ingénierie culturelle Demain, dès l'aube**, pour organiser une série **d'ateliers de formation à la communication événementielle**.



LES ATELIERS FORMATIONS

25 mars 2025 : Théâtre Albarède - 18 organisateurs d'événements

1er juillet 2025 : Salle Lucie Aubrac - 4 organisateurs d'événements

27 novembre 2025 : Office de tourisme du Vigan - 7 organisateurs d'événements

LA PASSERELLE APIDAE - TOURINSOFT

Déployée en 2024, **le HIT régional (Hub d'Informations Touristiques) Hérault Tourisme et l'office de tourisme** ont mis en place une passerelle permettant de diffuser les données héraultaises présentes sur Apidae vers Tourinsoft sans avoir à faire de double saisie.

Cette passerelle permet la diffusion ensuite vers le site d'Hérault Tourisme et les sites d'offices de tourisme de l'Hérault se servant de notre donnée.





07. LES ANIMATIONS

UN PROGRAMME AU FIL DES SAISONS

En 2025, l'**office de Tourisme Sud Cévennes a déployé un programme d'animations structuré et diversifié**, visant à valoriser le territoire **tout en répondant aux attentes des visiteurs et des habitants.**

Celui-ci s'est articulé autour de plusieurs axes majeurs : les visites guidées estivales, conçues pour faire découvrir le patrimoine du Sud Cévennes ; des événements en collaboration avec les acteurs locaux, renforçant les partenariats et la dynamique territoriale ; ainsi que les opérations « cols réservés », favorisant les mobilités douces et l'appropriation du paysage cévenol.

L'ensemble de ces actions a contribué à renforcer l'attractivité du territoire et à affirmer le rôle de l'Office de Tourisme comme acteur central de l'animation locale.



LES VISITES GUIDÉES DE L'ÉTÉ

Durant la saison estivale, l'Office de tourisme Sud Cévennes a assuré plusieurs visites sur le territoire, notamment à **Ganges, Laroque, Le Vigan, Aumessas et Campestre** dans le cadre d'une randonnée. Sur la période du 15 juillet au 30 août, environ **80 visiteurs individuels** ont été accueillis. Les retours clients ont été recueillis à l'aide de questionnaires de satisfaction, permettant d'évaluer la qualité de l'accueil et des prestations proposées. Les participants étaient à l'unanimité très satisfaits des visites.



LES VISITES DE GROUPES

Avec la **création de la brochure groupe** en début d'année 2025, l'office de tourisme a pu structurer son offre de visites groupées et accueillir 90 personnes tout au long de l'année. Du Cirque de Navacelles en passant par Laroque et les gorges de l'Hérault ou encore à Ganges, **l'office de tourisme s'adapte à la demande et aux attentes des groupes** tout en étant force de proposition sur l'organisation de leur séjour.

LES VISITES ÉVÉNEMENTIELLES

Dans le cadre d'événements ponctuels, l'office de tourisme est sollicité afin de faire découvrir le patrimoine des villages du Sud Cévennes. En 2025, nous avons co-organisé des visites pour :

- **le festival là bas, vu d'ici**, 80 participants
- **la journée du Parc national des Cévennes**, 15 participants
- **COPIL Grand Site de France du Cirque de Navacelles**, 40 participants
- **Le salon Mirabilia**, 15 participants



LE LANCEMENT DE SAISON

Temps fort de l'année 2025, le 27 mai avait lieu **le lancement de saison de l'office de tourisme au Théâtre Albarède à Ganges**. Moment convivial et chaleureux qui a permis de présenter les **grandes actions de la saison 2025** ainsi que **le magazine de destination**. Les personnes interviewées dans le magazine étaient invitées à prendre la parole et à répondre aux différentes questions des participants à la soirée.



3ÈME SAISON DES COLS RÉSERVÉS

Pour la troisième année consécutive, l'office de tourisme a mis en place une saison de cols réservés aux cyclistes sur la période estivale. En 2025, ce sont **11 dates qui ont été programmées** et plus de **650 cyclistes** qui ont fait l'ascension des **5 cols proposés**. L'équipe de l'office de tourisme s'occupe intégralement de la promotion, de l'organisation et de l'animation de l'événement.



L'OFFICE ACCOMPAGNE LES MANIFESTATIONS SPORTIVES

Pour la deuxième année consécutive, l'office de tourisme a accompagné le **cyclo club gangeois** dans l'organisation de leur cyclo-sportive «**7 cols en Cévennes**». En parallèle de la saison des Cols réservés, l'office de tourisme a créé l'affiche de l'événement et à co-organisé l'événement avec le club, malheureusement l'événement a du être annulé à cause des mauvaises conditions météorologiques.



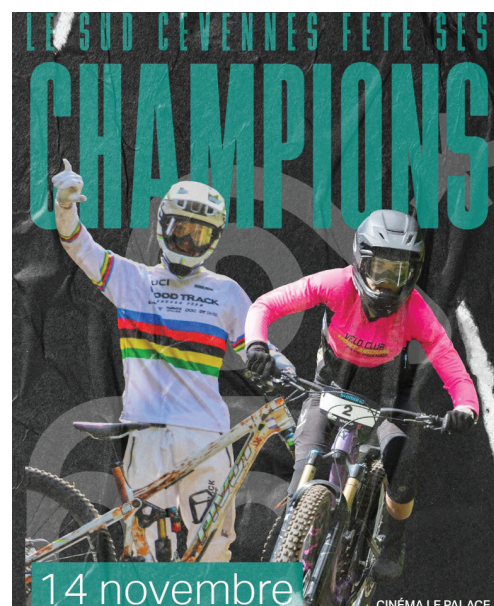
Dans le cadre du **Ceven'Trail**, l'office de tourisme s'occupe de l'organisation du salon du trail depuis 4 ans. Quartier général de l'événement, la **halle aux sports du Vigan devient un espace d'échanges** et de découvertes de produits locaux tout au long du week-end.

L'office de tourisme met également à disposition un **widget sur le site du Ceven'trail** permettant de recenser toute l'offre d'**hébergements ouverts pendant le week-end du trail**.

À l'initiative du **cyclo club du Pays viganais**, l'office de tourisme a réalisé l'affiche et un teaser pour l'événement «**Le Sud Cévennes célèbre ses champions**».

Un événement à l'occasion de la célébration du titre de champion du monde junior Enduro pour Melvin Almueis et la deuxième place de la coupe du monde junior Enduro pour Lucile Metge, tous deux membres du cyclo club viganais.

L'événement a permis d'échanger entre acteurs professionnels et particuliers sur la pratique du vélo en Sud Cévennes et de faire un bilan des cols réservés 2025.





08 ■ COMMUNICATION & PROMOTION

LES ÉDITIONS

L'intégralité des éditions sont réalisées par le service communication/promotion de l'office de tourisme Sud Cévennes.



LE MAGAZINE DE DESTINATION

Outil principal de séduction et d'attractivité du territoire, **la 5ème édition du magazine de destination** a vu le jour en 2025. Principalement axé sur **la culture et les talents du Sud Cévennes**, cette édition interroge de nombreux acteurs sur leurs parcours, leurs relations avec le territoire et leurs façons de le vivre au quotidien.

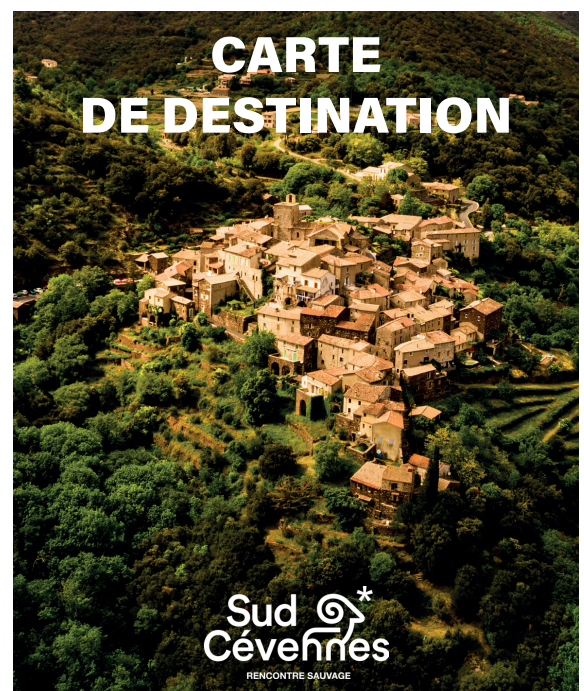
Le magazine a été édité en **8 000 exemplaires** avec la volonté quand ses prédécesseurs de ne pas être périssable et d'être réédité et réimprimé quand on le souhaite.

Il est diffusé sur **les salons, dans les hébergements de la destination**, dans les offices de tourisme et dans de nombreux autres lieux.

LA CARTE TOURISTIQUE

Éditée à 24 000 exemplaires, la carte touristique du Sud Cévennes est un **outil essentiel d'information et de valorisation du territoire**. Elle présente de manière claire et attractive les sites emblématiques, les activités de pleine nature, les itinéraires de découverte ainsi que les services touristiques.

Diffusée largement auprès des visiteurs et des professionnels du tourisme, elle contribue à renforcer la visibilité de la destination et à accompagner les publics tout au long de leur séjour.

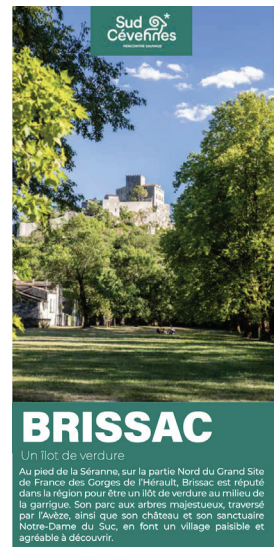


LES BROCHURES VILLAGES

En évolution constante, **les brochures villages** accompagnent les visiteurs curieux, qui souhaitent en apprendre davantage sur les villages du Sud Cévennes. Véritable outil de découvertes patrimoniales, la brochure met en avant les points d'intérêt du village.

Ces brochures sont **co-éditées entre l'office de tourisme et la mairie** du village concerné.

En 2025, **il existe 15 brochures villages**, l'idée étant d'en proposer une pour chacun des 34 villages de la destination.



Laroque

Petite Cité de Caractère®
d'Occitanie
Hérault



La chapelle castrale Saint-Jean

Petite Cité de Caractère®
d'Occitanie



PETITE CITÉ DE CARACTÈRE

En collaboration avec la mairie de Laroque, l'association de sauvegarde et de valorisation du patrimoine de Laroque et Petites Cités de Caractères®, l'office de tourisme a été missionné pour réaliser **deux brochures de valorisation** chartées Petites Cités de Caractères®.

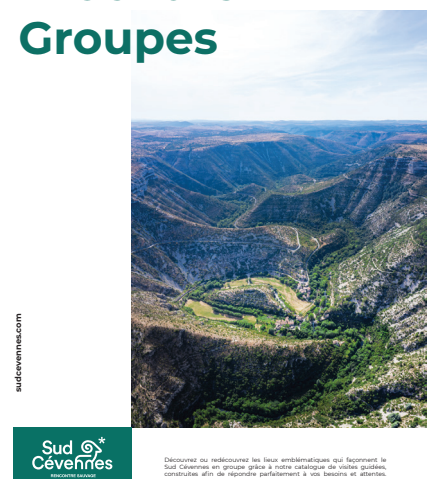
L'office de tourisme **accompagne la commune de Laroque** depuis leur candidature au label national Petites Cités de Caractères® en 2024.

LA BROCHURE GROUPE

Afin de répondre aux demandes de visites de groupes de plus en plus fréquentes, **l'office de tourisme a édité sa brochure destinée aux offres de groupes**. Elle comporte toutes les informations pratiques et propositions d'accompagnement lors de visites patrimoniales.

La brochure a pu être diffusée lors de salons comme le **Salon CSE à Montpellier en Octobre 2025** et sur des **événements plus ponctuels** organisés par le département du Gard.

Brochure Groupes



LE SITE WEB

Le site internet www.sudcevennes.com constitue un outil central de communication et de promotion de la destination. Véritable vitrine numérique du territoire, il rassemble l'ensemble des informations nécessaires à la préparation du séjour : **sites touristiques, activités, événements, hébergements et services.** Régulièrement actualisé, il permet d'assurer une information fiable et accessible, de **valoriser l'offre touristique** du Sud Cévennes et **d'accompagner les visiteurs avant, pendant et après leur séjour.**

305 328 visites (+22 %)

740 476 pages vues (+14,3%)

558 705 pages vues uniques (+16,13%)

34 958 téléchargements (+8,5%)

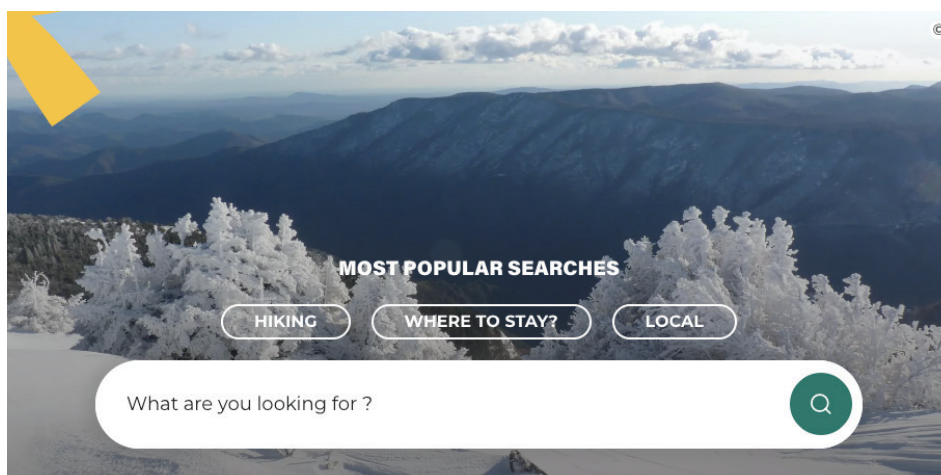
25 299 liens sortants (+47%)

LES RUBRIQUES LES PLUS VISITÉES :

#01 Activités 214 950	#02 Agenda 110 209	#03 Hébergements 103 328	#04 Vacances en Cévennes 88 313	#05 Cévennes 85 483
------------------------------------	---------------------------------	---------------------------------------	--	----------------------------------

TRADUCTION DU SITE WEB :

Afin de répondre aux besoins et attentes des visiteurs étrangers, ainsi qu'aux exigences de classement et de labellisation de l'office de tourisme, **le site web www.sudcevennes.com a été intégralement traduit en Anglais.**



LES VISITES VIRTUELLES

Projet ayant été initié en 2024, l'office de tourisme met en avant des éléments patrimoniaux du territoire à travers **ses visites virtuelles**. Ces visites permettent de valoriser des sites difficiles d'accès, privés ou tout simplement fermés au public comme **la Grotte des Lauriers, le château de Laroque ou l'Aven de la Rouvière**.

Ces visites sont ensuite proposées lors d'animations ponctuelles avec l'utilisation de **casques de réalité virtuelle** ou bien en total **autonomie** sur n'importe quel support via le site internet www.sudcevennes.com.

En 2025, **une visite virtuelle autour du Cirque de Navacelles** a été créée pour enrichir la visite et promouvoir la destination sur les salons touristiques.



LES RÉSEAUX SOCIAUX

Notre activité soutenue sur les réseaux sociaux a pour objectif d'animer la destination jour après jour, dans un environnement extrêmement concurrentiel. **L'enjeu est de se démarquer** au sein d'un flux d'informations toujours plus dense proposé aux utilisateurs, en s'appuyant sur **un investissement conséquent en temps humain et en création de contenus**.



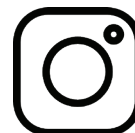
9 215 abonnés (+1529 abonnés)

1 788 155 vues de nos contenus

+ 44% de visites (17 313 visites)

22 748 clics sur liens (+156,5%)

16 116 interactions avec nos publications (+132,3%)



5 675 followers (+ 1325 followers)

3 485 visites (+16%)

2 494 interactions avec le contenu

UNE PAGE LINKEDIN

Afin de diffuser les actualités et nouveautés de la destination, l'équipe de l'office de tourisme a également créé une **page professionnel sur le réseau social LinkedIn**.



LES CAMPAGNES DIGITALES

Un été de festivals :

Annoncée en mai 2025 lors du lancement de saison de l'Office de tourisme, **la campagne sponsorisée «Un été de festivals»** est venue apporter un soutien pour la communication des festivals de la destination Sud Cévennes.

La campagne venait également faire le lien avec notre magazine de destination «Rencontre sauvage n°5» spécifiquement axé sur la culture cette année.

Les objectifs de la campagne :

- Faire rayonner les festivals majeurs
- Mettre en avant le dynamisme culturelle de la destination
- Promouvoir la destination Sud Cévennes à travers la diversité de ces événements



Ensemble de publicités	Clics	Portée	Coût par clics
Un été de festivals	7 944	133 753	0,03 €
Transec cévenoles	1 112	24 148	0,04 €
Cinéma sous les étoiles	773	21 193	0,05 €
Festival du Vigan	1 247	22 510	0,03 €
Festival Là-bas, vu d'ici	1 494	24 483	0,03 €
Les Romanesques	1 043	22 368	0,04 €
Total	13 613	173 213	0,03 €

Cols réservés :

À partir du printemps et jusqu'à la fin du mois de septembre, l'office de tourisme a diffusé une **campagne sponsorisée ciblée à destination des cyclistes** des métropoles et bassins de vie à proximité du Sud Cévennes.

L'intérêt étant de **mettre en avant les cols réservés**, animation phare de l'office de tourisme depuis 3 ans.



Ensemble de publicités	Clics	Portée	Coût par clics
Campagne Juin - Juillet	3 751	116 652	0,07 €
Campagne Juillet - Septembre	4 009	81 601	0,06 €
Total	7 760	198 253	0,06

Automne en Sud Cévennes :

Sur les mois d'octobre et novembre, afin de mettre en avant **l'ambiance automnale** du Sud Cévennes ainsi que **les événements phares de la saison**.

À cette occasion, les événements suivants ont été mis en avant :

- La fête de la forêt
- La journée avec le parc national des Cévennes
- Miel & Frigoule
- Les journées mycologiques
- La foire de la pomme et de l'oignon
- Couleurs et senteurs de la garrigue
- La fête de la chataîgne

Clics : 1 159 Portée : 54 012 Coût par clics : 0,09 €

ACCUEILS BLOGUEURS

Guillaume Payen : En collaboration avec l'office de tourisme Lodévois & Larzac, le Cirque de Navacelles ainsi qu'Hérault Tourisme et Gard tourisme, nous avons accueillis Guillaume Payen, créateur de contenu et blogueur voyage. L'objectif était de **promouvoir les mobilités douces et collectives autour du Cirque de Navacelles**.

Avec plus de **63 000 abonnés sur Instagram, 16 000 sur Facebook et 20 000 sur Tiktok**, Guillaume a pu diffuser tout au long de son passage chez nous des stories & publications mettant en avant le Sud Cévennes et plus particulièrement le Cirque de Navacelles.

Vues stories Instagram : 216 000
Vues stories Facebook : 16 200
Vidéo retrospective : 4 718 Engagements
 89 125 Vues
 2 411 Enregistrements et partages
Carrousel photos : 272 269 Impressions
 19 959 Engagements
Total : 593 594 vues
 27 088 engagements



Pierre Barrut : Déjà accueilli en 2024, nous avons reconduit l'accueil de Bike to Back en 2025 afin de promouvoir les cols réservés du Sud Cévennes ainsi que la pratique du trail.

Avec plus de **27 000 abonnés sur Instagram**, nous avons pu imaginer avec Pierre créer des réels en fonction de nos besoins et ce que l'on souhaitait mettre en avant :

Réal col du lac : 4 940 vues
Réal «this view» : 4 183 vues
Réal gravel : 4 559 vues

Vues stories Instagram : 152 000

SALONS

Salon Occ'ygène - Toulouse

Avec ces **14 000 visiteurs**, le salon Occ'ygène au Parc des Expositions MEETT à Toulouse a accueilli de nombreuses destinations d'Occitanie dont le Gard avec un stand commun à plusieurs destinations.

La destination Sud Cévennes était représentée sur ce salon tout au long du week-end de mars. L'occasion de mettre en avant la destination sur un bassin de population proche.



Salon CSE - Montpellier

L'Office de Tourisme Sud Cévennes a participé au **salon CSE de Montpellier** afin de **promouvoir la destination** auprès des comités sociaux et économiques et de leurs partenaires.

Cette présence a permis de **valoriser l'offre touristique du territoire, séjours, activités de pleine nature, hébergements**, tout en nouant de nouveaux contacts professionnels. Le salon a ainsi constitué une opportunité stratégique pour développer des partenariats et renforcer l'attractivité du Sud Cévennes.

RELATIONS PRESSE

Tout au long de l'année, l'office de tourisme diffuse des **communiqués de presse** aux **journalistes locaux** ainsi qu'à la **presse spécialisée** selon les besoins et les sujets.

En complément, nous sommes également souvent sollicités pour intervenir sur des sujets lors **d'interviews radio**.

En 2025, l'office de tourisme a réalisé :

13 interventions radio sur ICI Gard Lozère ou ICI Hérault

2 plateaux radios :

- Foire de la pomme et de l'oignon doux avec Ici Gard Lozère
- La journée du Parc national des Cévennes avec Radio Bartas

L'office de tourisme accompagne également les **boîtes de production** tout au long de l'année sur **la logistique, les sujets à aborder et les profils** à mettre en avant pour des sujets variés.

En 2025 nous avons pu accompagner :

- **Arte** pour l'émission «Invitation au voyage» qui sera diffusée au printemps 2026 autour de la sériciculture

- **France TV** pour l'émission «Échappées belles» sur les villages du Gard qui a été diffusée en septembre 2025 et a réuni **840 000 téléspectateurs en direct**

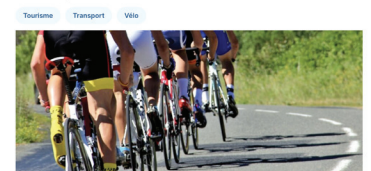
L'office de tourisme a diffusé **9 communiqués de presse sur l'année 2025**, sur des sujets variés tels que le **lancement de saison** de l'office de tourisme, sur **la parution de notre magazine de destination** ou sur des événements tels que les **journées du patrimoine, les visites guidées ou encore les cols réservés...**

Ce dernier sujet qui, d'ailleurs, intéresse beaucoup la **presse spécialisée dans le cyclisme** ainsi que la **presse régionale**.



Occitanie. Ce col très touristique sera réservé aux cyclistes très bientôt, voici pourquoi

Toute la matinée du dimanche 24 août, près de Cézas (Gard), la circulation près du col du Lac sera réservée aux cyclistes, à l'initiative du Département du Gard. Explications.



NOUS CONTACTER

Office de tourisme Sud Cévennes

Place du marché, 30120 Le Vigan

Bureau d'information touristique de Ganges

Avenue du Mont Aigoual, 34190 Ganges

Maison du Grand Site de France du Cirque de Navacelles - Belvédères de Blandas

Les belvédères, 30120 Blandas

contact@sudcevennes.com

04 67 81 01 72

www.sudcevennes.com





CRÉDITS PHOTOS

Sam Bié

Olivier Octobre

Pierre Barut

Guillaume Payen

Théo Moretto

Hervé Leclair

Office de tourisme Sud Cévennes

