Cévennes d’Ardèche

Soirée partenaire 25 mars 2025

2024
Stratégie Pleine Nature
Nouveau site web, expression de notre positionnement
La mise en marché et la commercialisation
Chemins d’inspiration, les itinérances,
Espace vélo des Cévennes : où en est-on ?

2024

Estimation des nuitées touristiques

Flux Vision Tourisme - Orange Business / Ardèche Tourisme

voir les recommandations de communication →

Nom territoire

Cévennes d'Ardèche

Origine

- [x] Autres pays
- [x] France
- [x] Marchés phares

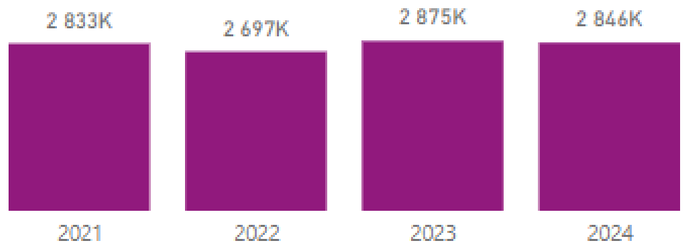
Année N

2024

Mois

- [ ] Janv.
- [ ] Fév.
- [ ] Mars
- [ ] Avril
- [ ] Mai
- [ ] Juin
- [ ] Juil.
- [ ] Août
- [ ] Sept.
- [ ] Oct.
- [ ] Nov.
- [ ] Déc.

Nuitées par année selon les filtres sélectionnés



Nuitées sur la période sélectionnée et évolution par rapport à l'année précédente

2 846K

(-29K -1 %)

Touristes français

1 974K

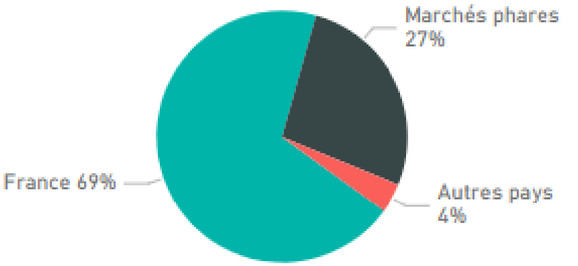
(-64K -3 %)

Touristes étrangers

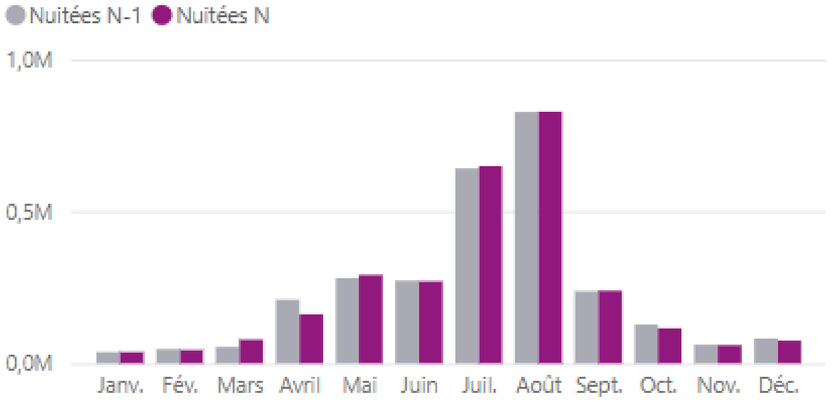
872K

(+35K +4 %)

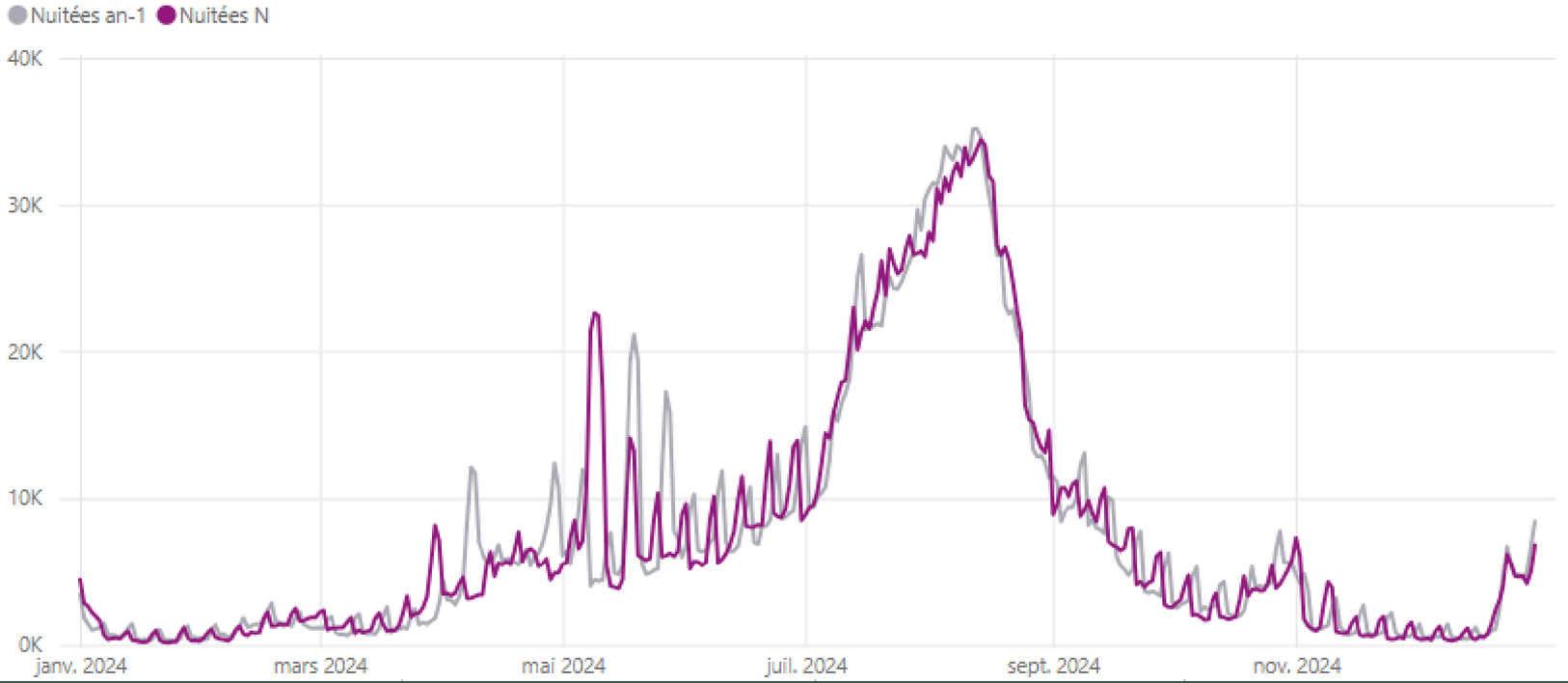
Répartition des nuitées par origine sur la période sélectionnée



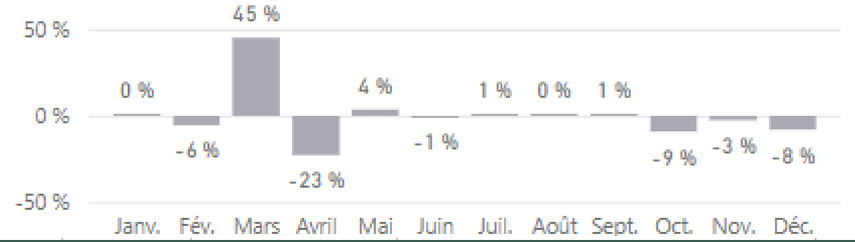
Nuitées touristiques par mois



Nuitées touristiques par jour



Evolution des nuitées touristiques par mois par rapport à n-1



Les enseignements

Grande hétérogénéité

Clientèle volatile

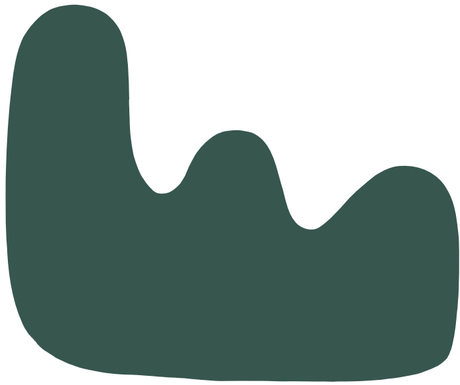
Le triptyque incontournable =
+ qualité de l’offre
+ qualité de l’accueil
+ qualité de la distribution

↗ Hausse des étrangers (+ 9 % Cévennes, + 6 % Ardèche)
↗ Succès et performance des plates-formes locatives
↗ 14% en juillet et ↗ 12% en août

Booking.com Abritel airbnb

↗ Bonne saison d’été pour 2/3 des campings interrogés, mais fortes disparités des résultats
↗ Hausse des demandes d’activités outdoor et des demandes liées à un tourisme plus respectueux de l’environnement
↗ Poursuite de la hausse de fréquentation vélo

↘ Baisse des Français (- 3 % Cévennes, - 2 % Ardèche),
↘ Saison difficile pour les hôteliers, restaurateurs et prestataires et sites (hors outdoor)
↘ Difficultés de pouvoir d’achat, baisse des dépenses



Revue de presse

Nationale et locale

Pays-Bas, Allemagne, Belgique

Stratégie digitale partagée ADT

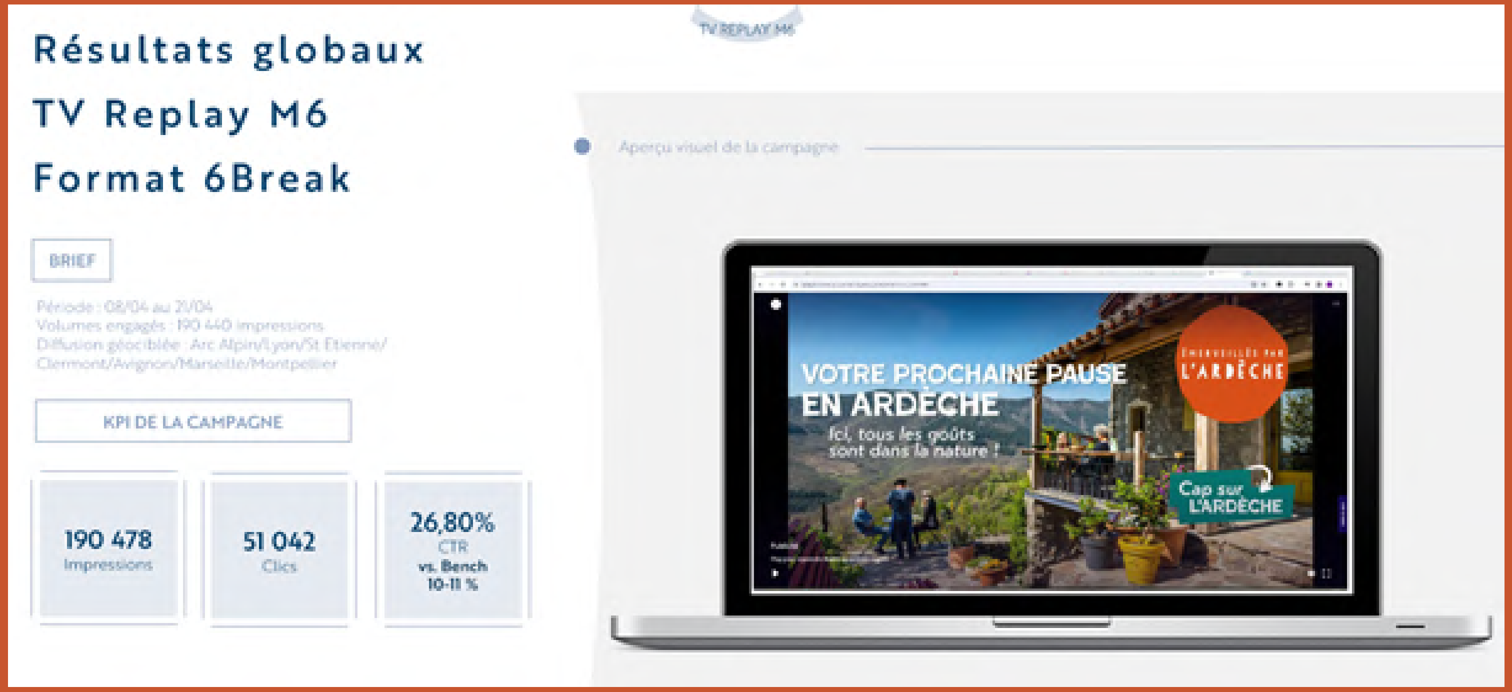
WEEK-END NATURE CAMPAGNE
Cible : AURA/PACA/Printemps

Offres

- Axées sur les randonnées
- Page dédiée sur le site Ardèche guide

Support

- TV Connectée - spot TV 20s
- Réseaux sociaux
- Google Ads



7/10 **ont visionné l'intégralité du display**

13% **de taux de clics - Moyenne nationale 7%**

LES GRANDS RDV
Cible : Hyper proximité/Printemps

Offres

- Offre réservable en ligne
- Avril, Mai, Juin
- Animation culturelle, festival, musée...

Support

- Salon le Pouzin
- Réseaux sociaux
- Page dédiée
- Newsletter 8000 contacts
- Presse/Radio

Le Dauphiné Libéré
Vendredi 31 mai 2024

Votre rég

Ardèche

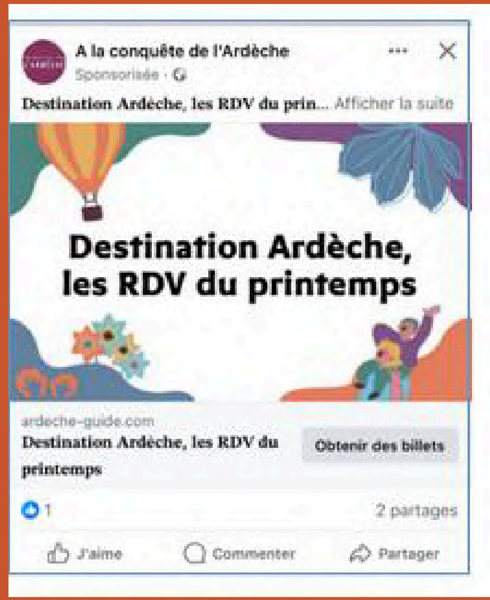
"Destination Ardèche" : des rendez-vous insolites pour découvrir le territoire

Nouveau dispositif porté par l'Agence de développement touristique de l'Ardèche et huit partenaires, "Destination Ardèche – les rendez-vous du printemps" propose 10 événements jusqu'au 22 juin dans le département. La priorité est donnée aux animations insolites.

C'est une première dans le département de l'Ardèche. En partenariat avec les offices de tourisme du territoire, l'Agence de développement touristique de l'Ardèche (ADT) organise depuis le ...

Nathalie Sisteron, responsable du pôle communication d'Ardèche tourisme, espère attirer touristes mais aussi locaux aux événements insolites prévus par le dispositif.

« Faire découvrir ou redécouvrir des facettes méconnues du territoire »



4 000 ouvreurs

1 864 clics sur la page dédiée

Campagne digitale interne

Réunion camping Mars 2024

- Début de saison timide
- Nécessité de booster les réservations fin juin / début juillet
- Cible familles, amis, jeunes séniors / hyper proxi

311 386 comptes touchés

6 856 clics sur le lien

FAMILLE EN RECHERCHE DE CAMPING NATURE

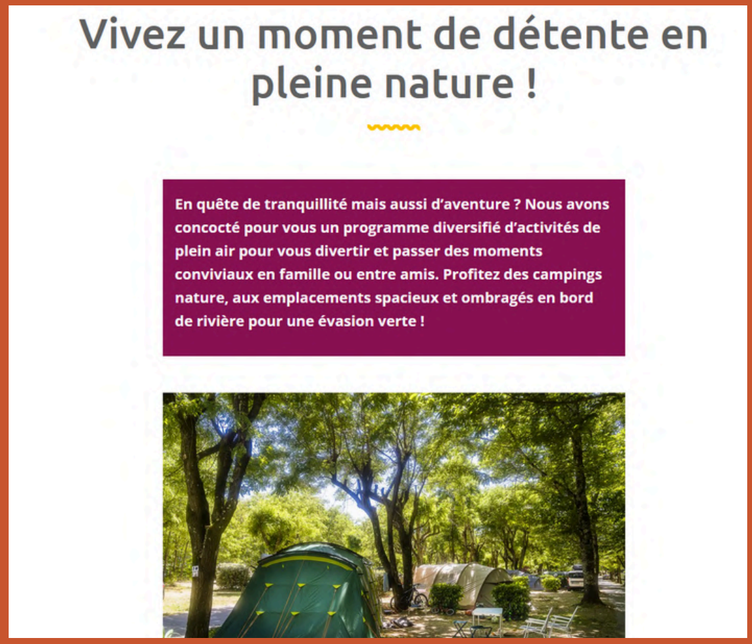
Cible : Citadin hyper proxi /Fin juin début juillet

Offre

Camping Nature - activités et animations en nature

Support

- Réseaux sociaux
- Page dédiée sur le site web



PACT Cévennes

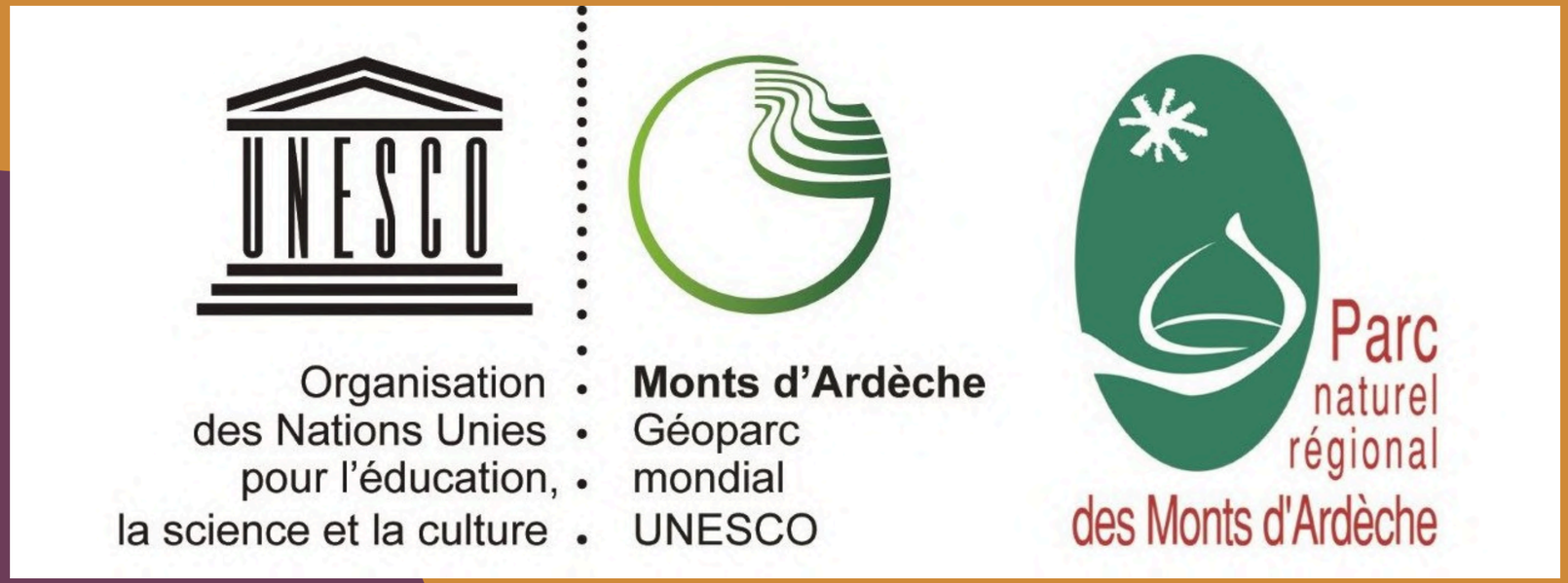
BLOG

PODCAST

Focus sur deux projets 2024

Sentier Géoparc le Rocher de Thines

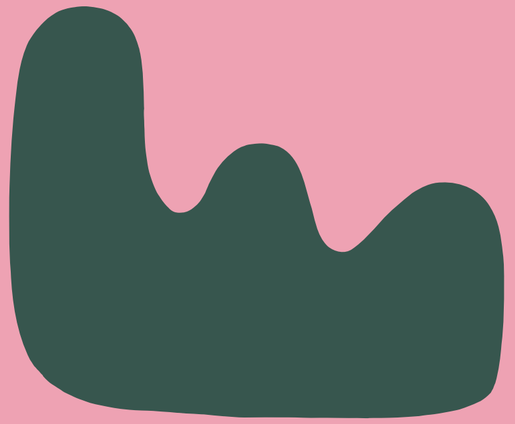
Réserve Internationale de Ciel Etoilé (RICE)



Rappel de notre stratégie de destination

Et sa déclinaison 2025 pour l'office de tourisme

Une stratégie de destination co-construite



La transition :
préalable et fil conducteur de la Stratégie pleine nature

- Considérer la **population** comme étant la première ressource et la première bénéficiaire
- Renforcer nos engagements dans le domaine de la protection des écosystèmes: **faire mieux et pas plus**
- Rééquilibrer les flux économiques et humains et Considérer l'axe géographique/ géomorphologique comme une entrée prioritaire: **plaine/ piémont/montagne**
- Considérer les **sports de nature** du point de vue du sport, du tourisme, des loisirs mais aussi de la **culture** et du **patrimoine**, de la **santé**, de l'**éducation/ formation** ainsi que de la **cohésion sociale**

S'appuyer sur la stratégie Pleine nature co-construite pour faire des Cévennes d'Ardèche une destination exemplaire du tourisme durable par les activités pleine nature

Plusieurs dispositifs activés et projets lancés

La Région Auvergne-Rhône-Alpes

Territoire Région Pleine nature : 800 000 € de projets lancés (circuits, balisage et équipement vélo, sentiers d'interprétation, signalétique randonnée, caméra intelligente, étude filière, design de l'offre, site internet et outils de communication digitale....)

GOUVERNEMENT Liberté Égalité Fraternité — Destination France

Destination France : 185 000 € de projets lancés (chargée de mission, création offre vélo, professionnalisation, communication, design de l'offre)

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE Liberté Égalité Fraternité — anct agence nationale de la cohésion des territoires

Pole pleine nature Massif Central : 200 000 € de projets (chargée de mission)

Outdoor vision (plateforme d'observation) et aussi ADEME pour les CDC / communes (aires de service vélo)

Une stratégie lisible dans le positionnement et le plan d'actions de la SPL

CREER DE LA VALEUR AJOUTEE

Accompagner à la professionnalisation

- intégration de l'**IA**,
- distribution de l'offre (vente en ligne)
- itinérance / accueil vélo : **accompagnement** + appui au développement des services
- montage d'un **plan de médiation** (PPN)
- lancement de la mission **design de l'offre** canoé

SE DEMARQUER

Affirmer notre identité

- **charte** de valeur et RSE
- nouveau **site internet**
- animation du **PACT** Cévennes
- Amélioration du plan de **marketing digital** (dont affiliation) plus offensif et des campagnes presse, salon vélo/itinérance

CAPTER DE NOUVELLES CLIENTELES

Commercialiser

- développer les billetteries
- **monter des produits** / séjours et les diffuser pour générer des revenus pour la SPL tout autant que le territoire
- **créer des contenus** dédiés (pas à pas vélo, photo vélo, carto et vidéo itinérance, édito) pour le web, livrets et des carto papiers
- développer la boutique

CONFORTER LES CLIENTELES POUR REDUIRE LES COUTS DE CONQUETE

Fidéliser

- SADI
- **focus hébergeurs** : besoin en documentation et accueil digital
- amélioration de l'accueil de la destination grâce à la **formation du personnel**, des outils de Gestion relation client...
- étude sur les locaux des Vans

Une **stratégie lisible** dans le positionnement et le plan d'actions de la SPL

Le carnet de valeurs

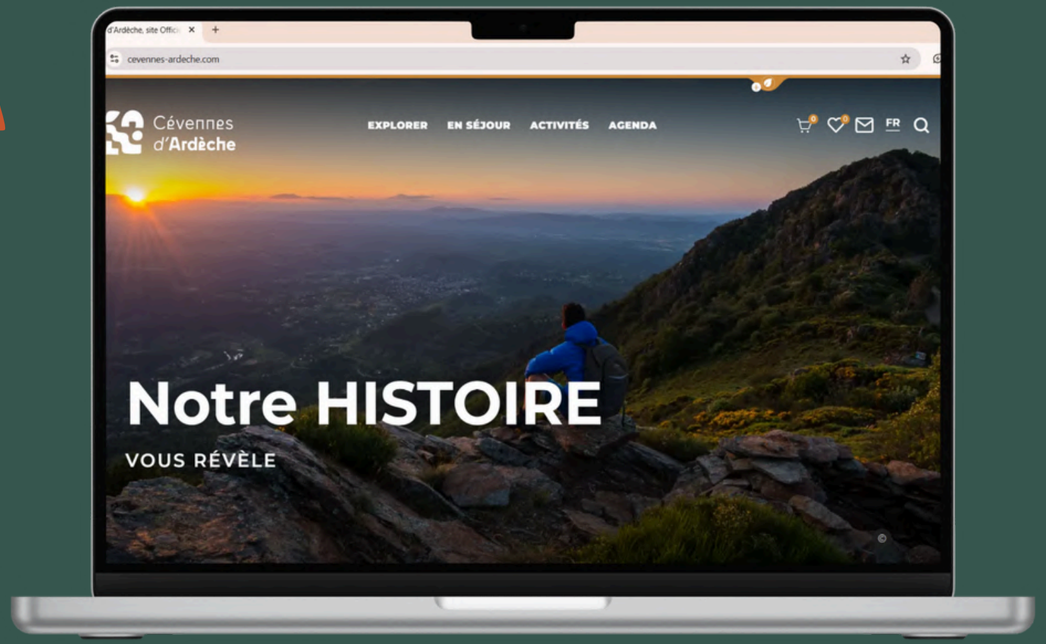
Le plan de médiation

Un positionnement, guide de notre nouveau site internet

Cévennes d'Ardèche

Une réflexion globale

Travail en collaboration avec Ardèche Tourisme sur la stratégie digitale



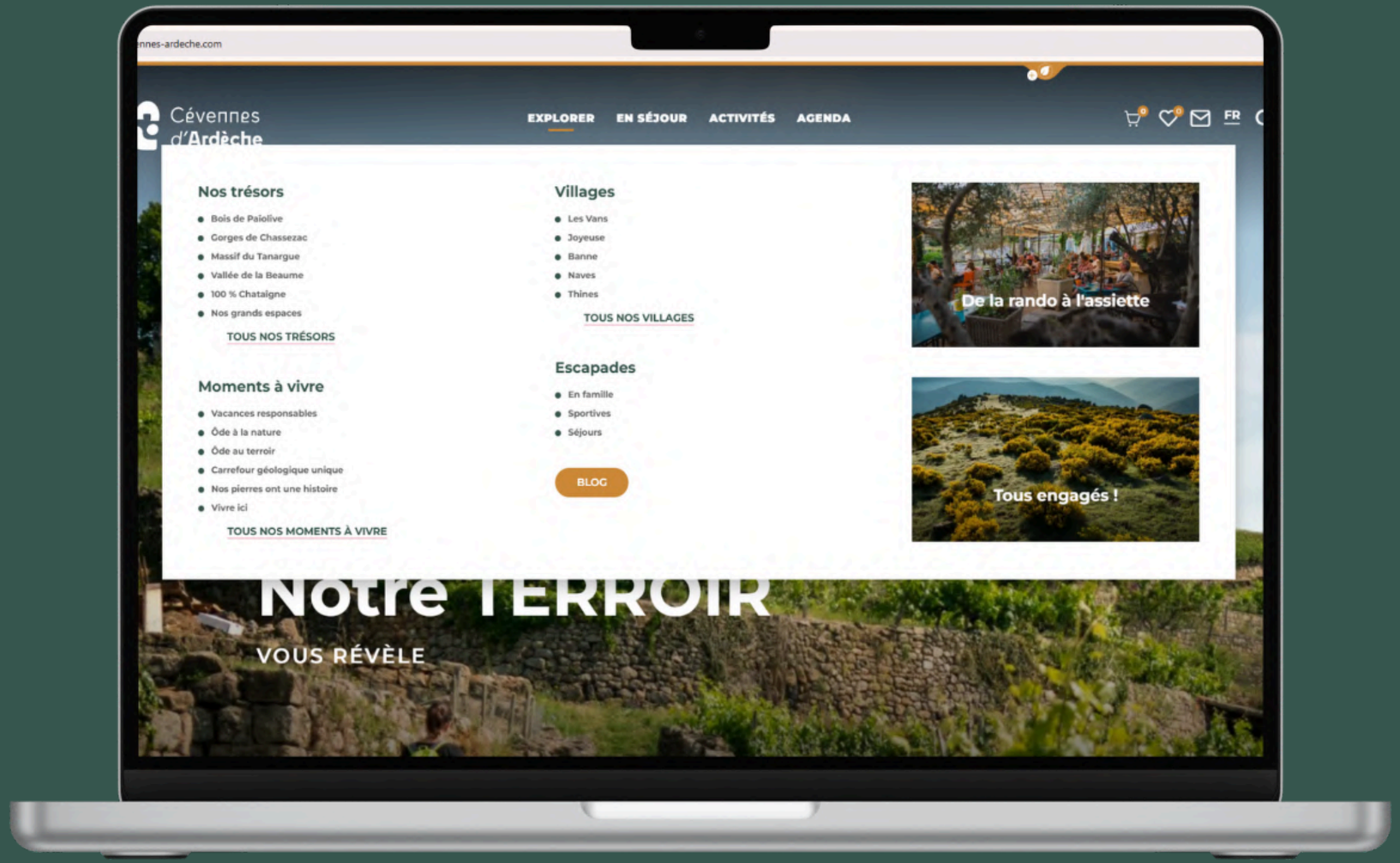
Un site conçu pour être mobile first

Géotrek et l'Agenda au coeur du site

Au service de la commercialisation et des projets

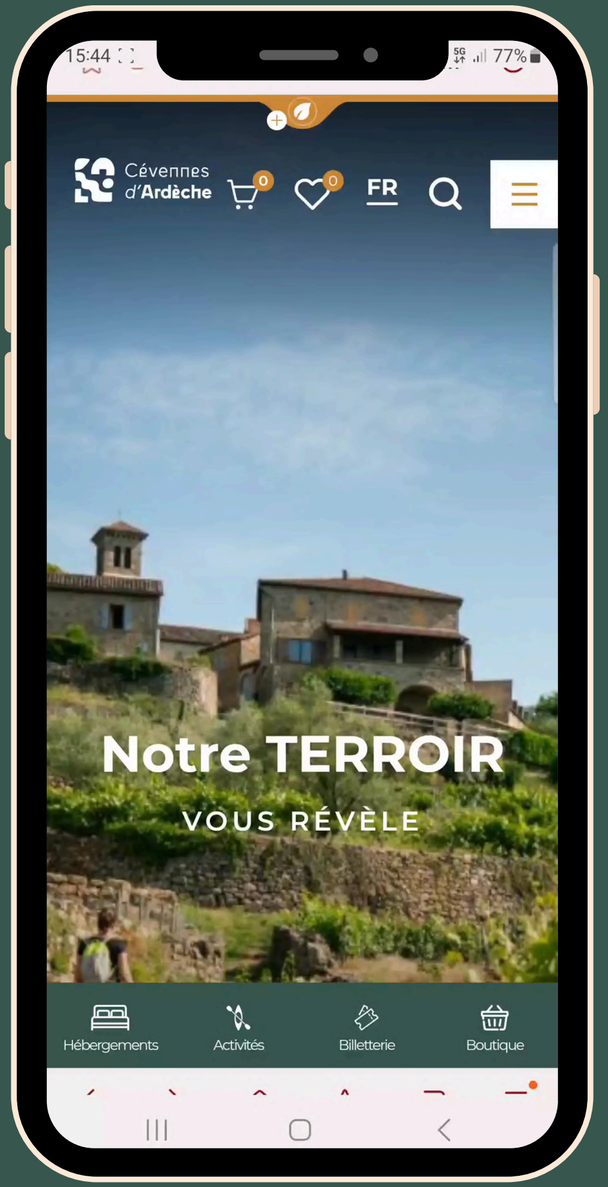
Accompagnement sur le référencement avec une agence spécialisée

Rubrique “Explorez”



Lien

Focus : mobile first



Constat : 80% des connexions se font sur téléphone

Réflexion autour de l'expérience utilisateur

= un site qui répond à la stratégie marketing digitale établie

Focus : itinérances

DANS LE CADRE DE LA STRATÉGIE PLEINE NATURE

Itinérances à pied :

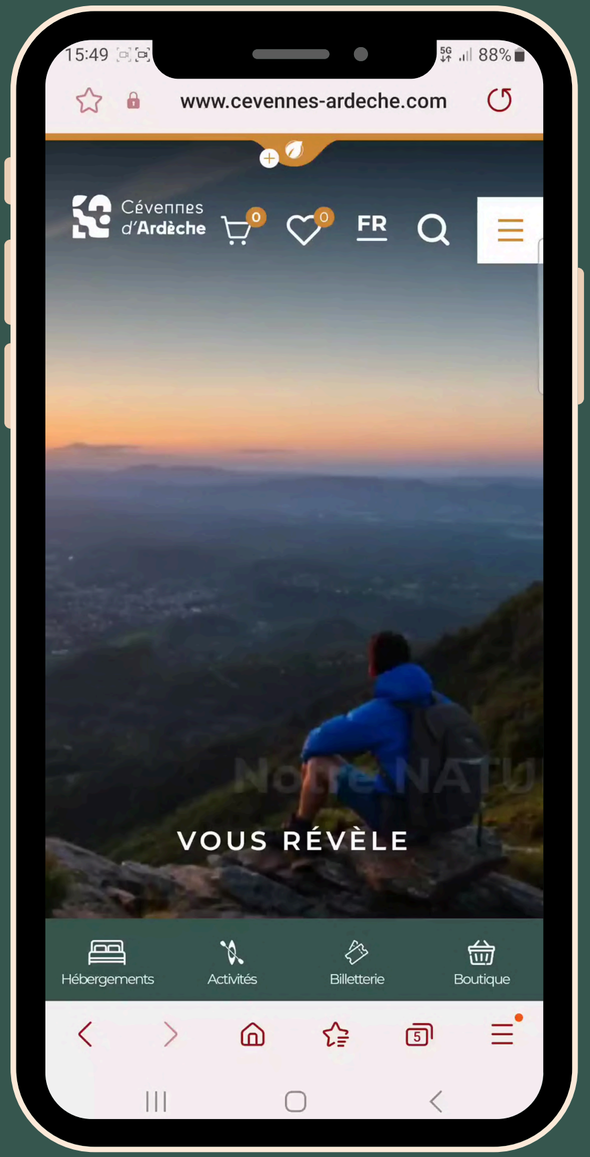
- GR de Pays Tour du Tanargue
- GR de Pays Le Cévenol
- Des Cévennes au Tanargue

Itinérances à vélo :

- La Traversée Cévenol
- La Grande Traversée de l'Ardèche

Focus : réservation

Mise en place de services de réservation en ligne avec le moins de clic possible



Hébergements, activités et billetterie réservables de n'importe quelle page du site

Focus : Géotrek

COEUR DE SITE

Un outil collaboratif

Un outil partagé avec les techniciens randonnées des Communautés de communes Pays Beaume Drobie et Pays de Vans en Cévennes

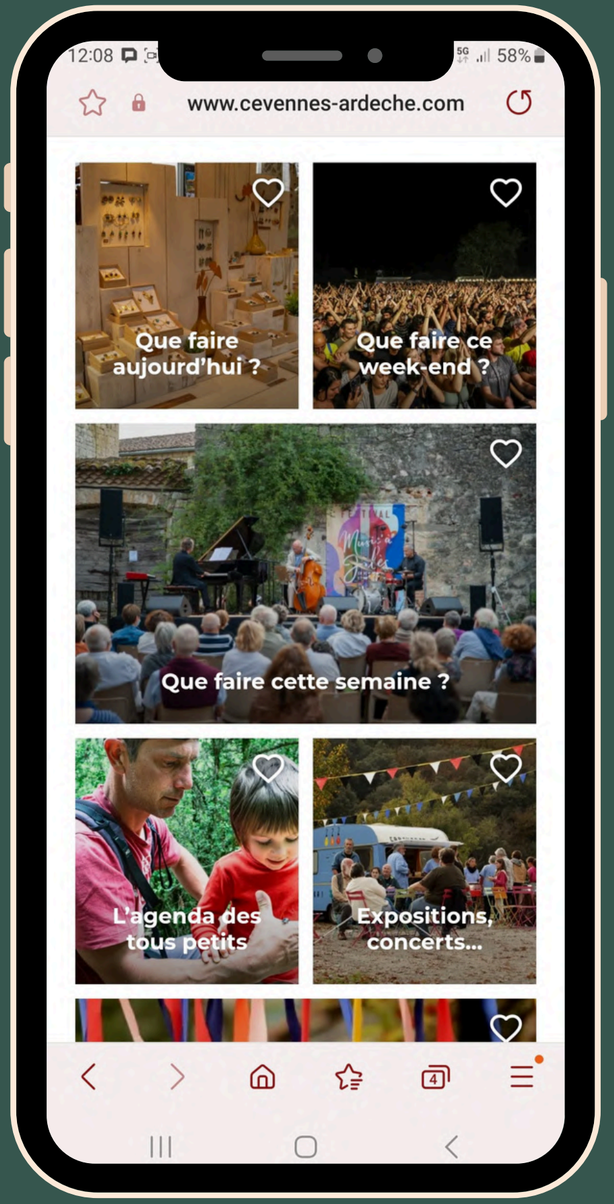
Une passerelle technique déployée et financée par le PNR des Monts d'Ardèche entre Géotrek et APIDAE pour alimenter le site web

Une mise à jour instantanée

Une seule source d'information
= Une information fiable - tracé gpx, pas à pas

Focus : Agenda

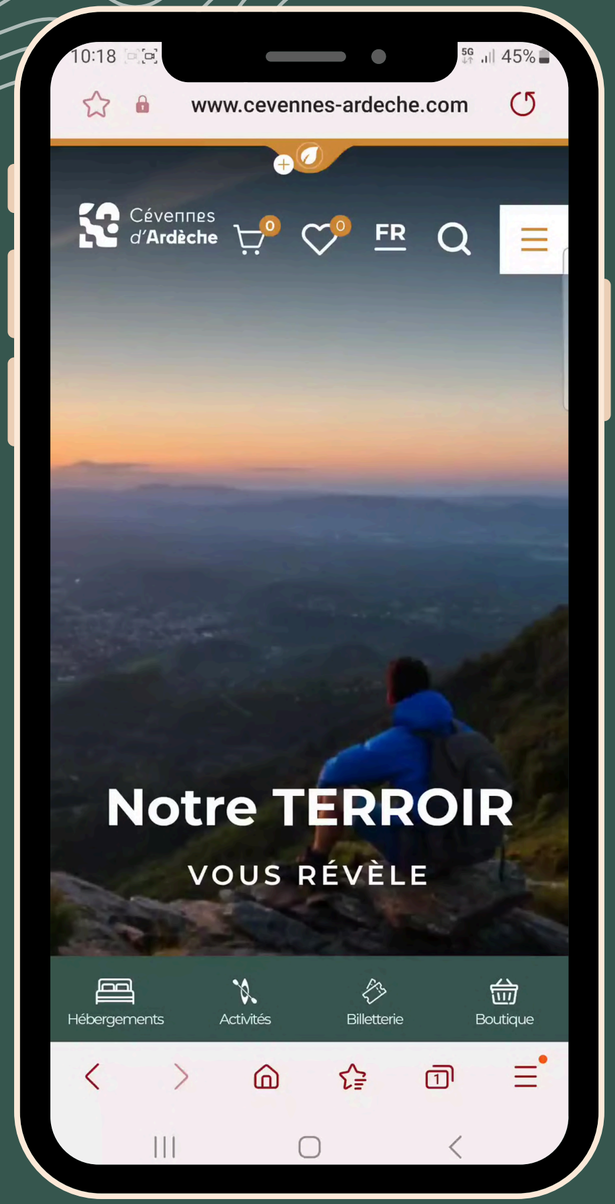
+ de 100 000 pages vues en 2024



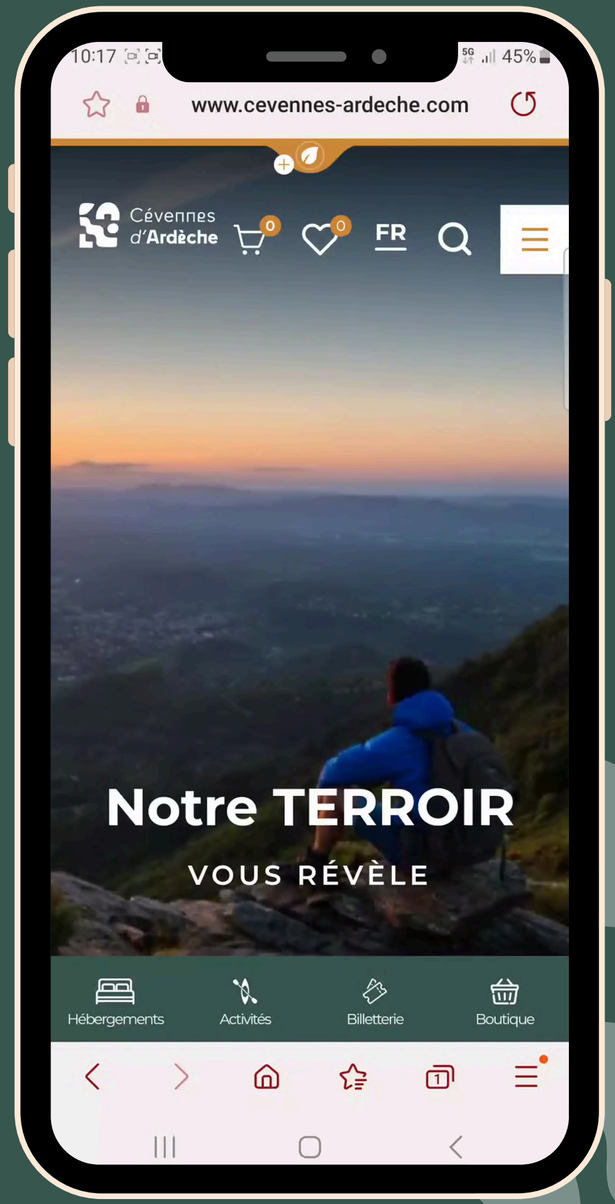
Rubrique la plus visitée du site internet

Focus : Agenda

Des rubriques pour vous aider dans la navigation



Agenda disponible en consultation ou en téléchargement



La commercialisation, au service du positionnement

L’Office de tourisme : un acteur clé de la commercialisation

3 objectifs

- Générer du volume d’affaires sur tout le territoire
- Capitaliser sur notre connaissance accrue du territoire
- Tirer profit de la notoriété de notre site internet

Priorité 1 :
créer et commercialiser des forfaits touristiques

La stratégie :

- Se doter d’un cadre juridique solide
- S’organiser en interne avec une équipe à fortes compétences

Séjour 0 voiture, itinérances VTT et pédestres, séjour 100% châtaigne, séjour déconnexion, séjour explorateur, séjour 100% vacances responsables, séjour à couper le souffle

Priorité 2 :
monter en puissance sur le marketing digital

Notre site internet comme levier pour monter en puissance sur le marketing digital.

La stratégie :

- Cet axe de commercialisation viendra dans un second temps
- Une commission avec les professionnels pourra être organisée

Site internet, réseaux sociaux, campagnes sponsoriées, affiliation / influence, netlinking, display

Un positionnement, guide de projets structurants :

1. L'itinérance

GR® DE PAYS
Tour du
Tanargue

3 ITINÉRANCES PÉDESTRES
AU CŒUR DES CÉVENNES D'ARDÈCHE
GRP® Le Cévenol
6 jours - 98 km
p. 2
GRP® Le Tour du Tanargue
4 jours - 62 km
p. 4
Des Cévennes au Tanargue
3 jours - 39 km
p. 6
Cévennes d'Ardèche
WWW.CEVENNES-ARDECHE.COM

Parc naturel régional des monts d'Ardèche
Saint-Laurent-les-Bains
Tanargue
AUBENAS
La Bastide-Puylaurent
Loubaresse
Valgorge
La Croix du Coulet
Allier
Largentière
Pont du Gua
Montselgues
Saint-Jean-de-Pourcharesse
Ardèche
LOZÈRE
Ruoms
Villefort
ARDÈCHE
Mont Lozère
Les Vans
Vallon-Pont-d'Arc
GARD
Parc national des Cévennes
Saint-Paul-le-Jeune
Génolhac
Malbosc
N

PRINT

Flyer de séduction (2 000 ex)
Livret pratique (1 000 ex)
Topocarte FFRP (2 500 ex)

ACTIONS DE PROMOTION

Salon du randonneur à Lyon
Presse nationale et locale (La Tribune et Le Dauphiné)
Radio locale (Ici Drôme-Ardèche)
Intégration de communauté / influenceurs

CRÉATION DE CONTENUS

Vidéo promotionnelle
Reportage photos
Blog Carnet de rando

WEB

Mise en avant sur le site web Géotrek++
Photos/vidéos sur les réseaux sociaux
Stratégie commerciale en ligne

Un positionnement, guide de projets structurants :

2. Espace vélo territorial des Cévennes d'Ardèche

Cévennes
d'Ardèche

Un écosystème Vélo

Planifier

- Définition de l'offre VTT, GRAVEL, CYCLO (boucles et itinérance)

Evaluer

- Evaluation du poids de la filière APN
- Outdoorvision
  Eco-compteurs

Développer

- Diffusion du label Accueil vélo auprès des professionnels
- Soutien à l'évenementiel

Communiquer

- Rédaction des descriptifs des circuits
- Mise en ligne sur Géotrek
- Campagne photos, vidéos, édito
- Cartoguide (été 2025)

Aménager
Equiper
Entretenir

- Balisage des circuits VTT
- Balisage des itinérances
- Balisage des circuits
- GRAVEL et CYCLO
- Aire de services vélo

FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CYCLISME

Label FFC = gage de qualité, de visibilité et de pérénité

ACCUEIL VÉLO

Espace VTT =

34 boucles et 3 spéciales,

soit 700 km de circuits tout niveau

1 itinérance de 4 jours,

soit 179 km au coeur des Cévennes d'Ardèche

Aire de services vélo dans les communes

Une aire de services est un lieu propice à une halte dans un cadre agréable et comprend **4 équipements obligatoires: Table de pique nique, point d'eau, toilette et stationnement vélo.**

27 communes des Cévennes d'Ardèche ont souhaité s'équiper

Mise en place: été 2005

Vers le label FFC pour les 3 pratiques: VTT, GRAVEL et CYCLO

Pourquoi s'engager dans ce label ?

- gage de **qualité**
- être accompagné (méthodologie)
- intégration d'un **réseau** national (près de 200 sites labellisés)
- être reconnu par les pratiquants et avoir de la **visibilité**
- bénéficier de la **communication** nationale
- collaborer avec un **club local**

Bienvenue dans un territoire d’exception !

Qui est promu grâce à une petite équipe d’exception !

Merci de votre écoute !
Et continuons d’imaginer le monde de demain…