

Bilan 2024



Cévennes
d'Ardèche

Sommaire

- INDICATEURS CLÉS ET ORGANISATION
- TRANSFORMER, DÉVELOPPER ET STRUCTURER L'OFFRE
- RENFORCER LA NOTORIÉTÉ
- FIDÉLISER





INDICATEURS CLÉS ET ORGANISATION



LA DESTINATION

en quelques chiffres clés

- 1 060 établissements marchands
- (56% d'hôtellerie de plein air) représentant 16 800 lits
- 5 719 résidences secondaires représentant 25 000 lits
- 2 878 000 nuitées en 2023
- Entre 73 et 90 millions d'€ de consommation touristique



LA SPL CÉVENNES D'ARDÈCHE

MISSIONS DEPUIS 2017

- Accueil et information
- Promotion et communication
- Observation
- Commercialisation
- Ingénierie
- Animation

➔ **OBJECTIF** : développement touristique durable

APRÈS LE PROGRAMME RECREATER (2019-2022)

➔ les Communautés des communes lui confient en 2023 la coordination de la **stratégie Pleine Nature**.

- 2 bureaux d'informations permanents : Les Vans et Joyeuse
- 1 espace de découverte : Castanea
- Classement en catégorie 2 pour 5 ans
- Marque Qualité Tourisme jusqu'en 2026

GESTION DE 3 PÔLES

OFFICE DE
TOURISME

CASTANEA

COORDINATEUR DE LA
STRATÉGIE PLEINE NATURE
SUR LE TERRITOIRE

LES INDICATEURS CLÉS 2024

FRÉQUENTATION

= 47 655 visiteurs ▼ -2%

- BIT Joyeuse 18 141 ▼ -11%
- BIT Les Vans 29 514 ↗ + 4%
- Bornes 8 950 connexions ↗ +94%

SITE WEB

- 255 000 utilisateurs ↗ +10%
- 630 240 de pages vues ↗ +7%
- 1 510 600 évènements ↗ +92%
- 257 570 en référencement naturel

PARTENARIAT

CA 2024 = 58 600 € ↗ +4%

387 partenaires ↗ + 14 %

RÉSEAUX SOCIAUX

- Facebook 9 800 followers ↗ +5% - 1M° d'impressions
- Instagram 3250 followers ↗ +12%

BOUTIQUE & BILLETTERIE

= CA DE 56 325 € ▼ 4%

- Boutique CA = 20 405 € ▼ - 7%
- Billetterie CA = 35 920 € ▼ - 2%

67 % des touristes se renseignent sur internet
38 % passent dans un office de tourisme
28 % utilisent nos supports papier
Source : enquête clientèle ADT 2023



LES ACTIONS PHARES 2024

CRÉER DE LA VALEUR AJOUTÉE

CAPTER DE NOUVELLES CLIENTÈLES

CONFORTER LES CLIENTÈLES

➔ Pour réduire les coûts de conquête

ACCOMPAGNER AU CHANGEMENT

➔ S'engager autour d'une vision commune Recreator : charte

➔ Accompagner à l'expérimentation : plan vélo, plan de professionnalisation des acteurs APN, design offre canoé

➔ S'engager dans la RSE et diffuser

RENFORCER LA NOTORIÉTÉ

➔ Refonte du plan de communication pour le Pôle pleine nature (contenus, supports, stratégie digitale et Géotrek)

➔ Refonte du site internet

➔ Se structurer pour développer l'offre commerciale et accompagner les filières

FIDÉLISER

➔ Actualiser le schéma d'accueil

➔ Renforcer la qualité de l'accueil (Marque Qualité Tourisme) et la connaissance du territoire

➔ Déployer les outils d'accueil numérique

➔ Exploiter les données et travailler l'observation

ORGANISATION DE LA GOUVERNANCE

Une convention d'objectifs signée en 2023 visant à renforcer notre structure et à optimiser nos ressources financières en réaffectant nos missions et budgets autour des trois pôles stratégiques que sont l'office de tourisme, Castanea et le pilotage de la stratégie Pleine Nature.

DES RÉUNIONS MENSUELLES AVEC LES VICE-PRÉSIDENTS DES COMMUNAUTÉS DE COMMUNES

- 3 comités de suivi
- 4 conseils d'administration
- Conseil consultatif présent à tous les conseils d'administration
- La modification du règlement intérieur concernant les modalités de vote du Conseil consultatif permettant aux membres de ce dernier de retirer une résolution de l'ordre du jour à l'unanimité, d'une part, et d'émettre un avis consultatif à la majorité simple, d'autre part. Le Conseil consultatif est, conformément aux statuts, composé de 6 socio professionnels

COMITÉS TECHNIQUES

COMMISSION
COMMUNICATION

GROUPE QUALITÉ
DE DESTINATION

GROUPE DE TRAVAIL
ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

GROUPE DE
TRAVAIL VÉLO

ORGANISATION DE LA GOUVERNANCE

PILOTAGE PARTAGÉ

IMPLICATION DE LA SPL DANS UN TRAVAIL COLLABORATIF AVEC LES PARTENAIRES

- Réunions de travail mensuelles de directeurs de l'ADT
- Stratégie digitale partagée de l'ADT (COFIL et participation actives aux ateliers GRC, bootcamp, site web)
- Via Ardèche : COTECH communication du Comité d'itinéraire
- Vignobles et Découvertes
- Villages de caractère®
- Participation aux réunions d'équipe mensuelle de la CDC du Pays Beaume-Drobie et annuelle pour la Communauté de communes du Pays des Vans en Cévennes
- Évaluation méthodologique, technique et financière suite à la sollicitation de l'office de tourisme de Val de Ligne pour étudier un projet de rapprochement

COMMUNICATION INTERNE

POUR LES COLLECTIVITÉS

- Partage de la photothèque
- Élaboration de contenus pour les sites web
- Élaboration de contenus pour les bulletins d'info et supports divers

POUR LES SOCIO-PROS

- **PAGE FACEBOOK** : arrêt délibéré des publications au regard du peu d'interactions. Déport vers LinkedIn en cours
- **NEWSLETTER PRO** : intensification du rythme (107 newsletters en 2024 comprenant les agendas), avec un taux d'ouverture moyen de 54%, traduisant l'intérêt porté aux contenus diffusés.
- **EDUCTOUR "Olive & Vin"** (octobre 2024) : organisation d'une journée découverte autour du sentier de l'olivier (Chassagnes) et du domaine des Garidelles (Banne). Participation limitée à 17 personnes pour garantir la qualité des échanges. Retour très positif des participants, tant sur le fond que sur la forme.
➔ créer du lien, favoriser les synergies et découvrir l'offre autrement.
- **ACCOMPAGNEMENT** : Veille, conseil et expertise en matière de positionnement, de communication, de mise en marché et d'outils de vente en ligne.
- **SOUTIEN LORS D'ÉVÉNEMENTS** : Vente de billets au comptoir ou réservation en ligne ainsi qu'un soutien à la communication des événements pour les associations et partenaires.

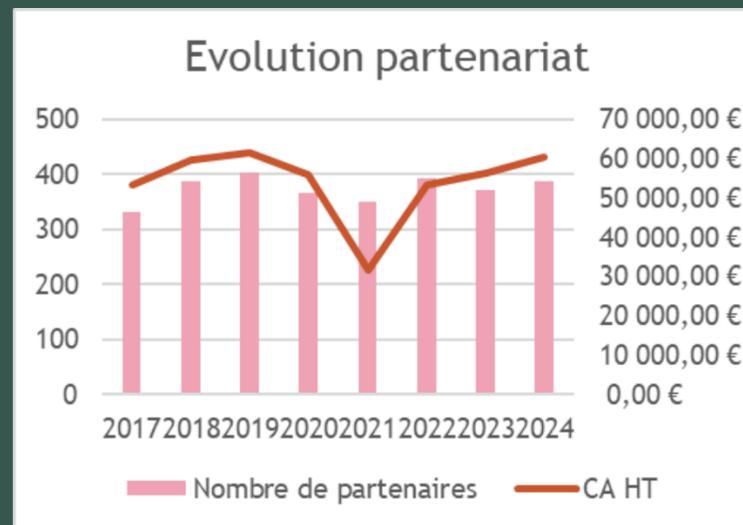


PARTENARIAT

” Après trois années de ralentissement des campagnes de partenariat depuis la pandémie de 2019, l'année 2024 voit le nombre de partenariats repartir nettement à la hausse. La définition d'une politique touristique et d'un cap clair pour l'office de tourisme a permis d'appuyer les efforts déployés pour mobiliser les professionnels, conscients du travail fait pour la promouvoir la destination et l'accompagnement à la professionnalisation. Une nouvelle organisation et un coordinateur accueil recruté l'automne dernier, en charge des partenariats, ont impulsé une nouvelle dynamique au sein de l'équipe, facilitée par l'amélioration des outils de suivi et de relances. ”

NOUVEAU

Nouvel outil professionnel de gestion des campagnes et une grille tarifaire repensée en 2023 et consolidé en 2024.



➔ **Chiffre d'affaires en hausse** de 3,8 % en 2024, avec un montant atteignant 58 600 € HT (contre 56 500 € en 2023).

➔ **Nombre de partenaires en progression**, passant de 372 en 2023 à 389 en 2024.



SOIRÉE PARTENAIRES SAINT-PAUL-LE-JEUNE

- 12 exposants "Culture et patrimoine"
- 14 producteurs offrant une dégustation
- Environ 90 participants
- 8 interventions en plénière
- Un taux de satisfaction de 4.8/5





**TRANSFORMER, DÉVELOPPER
ET STRUCTURER L'OFFRE**



UNE STRATÉGIE DE PÔLE PLEINE NATURE



DÉVELOPPER UNE OFFRE DE SPORTS ET LOISIRS DE NATURE INTÉGRÉE ET DURABLE EN CÉVENNES D'ARDÈCHE

Les Cévennes d'Ardèche se positionnent comme un territoire d'excellence pour les sports et loisirs de nature, grâce à leur environnement préservé, leur richesse culturelle, et leur patrimoine naturel unique. Depuis 2022, notre territoire a été reconnu à travers plusieurs dispositifs stratégiques régionaux et nationaux, amorçant une transformation en profondeur de son offre. Depuis le 1er janvier 2024, nous sommes désormais Pôle Pleine Nature du Massif Central. Les soutiens financiers de la Région, dans le cadre du Territoire Région Pleine Nature (TRPN), de l'Etat à travers Destination France et l'Agence Nationale de Cohésion des Territoires (ANCT) ont permis de mettre en œuvre un plan d'actions ambitieux.

VERS UNE FILIÈRE D'EXCELLENCE PLEINE NATURE

En 2022, les communautés de communes du Pays Beaume Drobie et des Vans en Cévennes et la SPL Cévennes d'Ardèche se sont dotées d'une stratégie pleine nature en 7 axes transversaux, qui a pour ambition de s'appuyer et développer l'offre sports et loisirs de nature en proposant des activités de qualité aux habitants et inviter à vivre ici autrement comme touristes pour quelques jours ou comme résidents pour toujours, dans un environnement naturel préservé. Et ainsi, contribuer tous ensemble à cultiver l'équilibre social, économique et environnemental des Cévennes d'Ardèche, à renforcer son attractivité touristique et résidentielle, pour son développement harmonieux.

DES ACTIONS PRIORITAIRES

Notre territoire se distingue par sa richesse en activités de pleine nature. Dans cette dynamique, les communautés de communes ont fait le choix de mobiliser des univers de pratique afin de structurer des actions concrètes et mesurées. Dès 2023, deux univers ont été identifiés comme prioritaires et ont été mis au travail : l'univers vélo (VTT, gravel, cyclo) et l'univers aquatique. Ces premiers chantiers, qui se sont poursuivis en 2024, illustrent une volonté affirmée de co-construire des projets ambitieux, en phase avec les spécificités locales et les attentes des usagers.

”

La méthodologie adoptée pour le développement des sports et loisirs de nature dans les Cévennes d'Ardèche repose sur un système structuré en cinq étapes interdépendantes. Ce système s'appuie sur trois entrées complémentaires : sportive (récréative), éducative et touristique, pour répondre de manière globale et cohérente aux besoins du territoire et de ses habitants.

”

UN SYSTEME DANS LEQUEL CHACUN EST ACTEUR

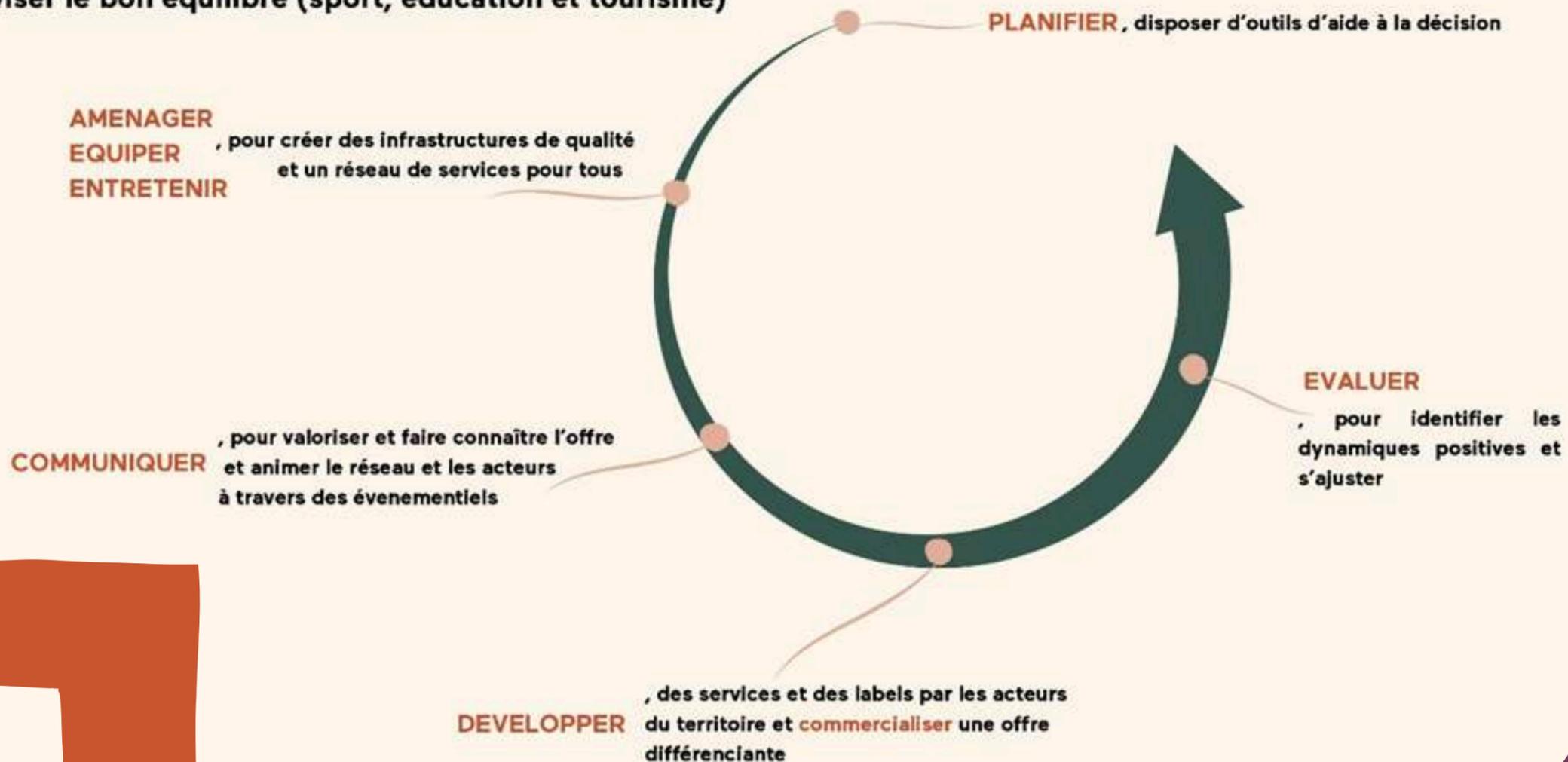
GOUVERNANCE

- 1 COPIL financeur
- Présentations en bureau élargi et conseil communautaire
- Comités techniques
- Contribution et participation au réseau TRPN (Lyon) et PPN (Clermont Ferrand) pour le partage de bonnes pratiques et d'interconnaissance

TERRITOIRE RÉGION PLEINE NATURE

Accompagnement technique au montage de projets et demandes de subventions des communes, Communautés de communes et partenaires externes: 8 dossiers déposés en 2024 – 412 K€ de dépenses TRPN – 104 K€ de subventions Région ((2024 : 8 dossiers sur 12 TRPN déposés par notre territoire à l'échelle de l'Ardèche)

Filière d'excellence Pleine Nature
viser le bon équilibre (sport, éducation et tourisme)



L'UNIVERS DES PRATIQUES VÉLO

Accompagné par AMC7, le territoire, à travers une prestation d'accompagnement au diagnostic global de l'existant et aux préconisations pour le développement de l'offre vélo des Cévennes d'Ardèche, portée par la SPL Cévennes d'Ardèche, s'est doté d'un ensemble de propositions de circuits VTT, Gravel et cyclo ainsi que de 3 itinérances.

Fin 2024, le balisage des circuits VTT, porté par les communautés de communes a débuté. La construction de notre Espace vélo territorial c'est aussi des aires de services (sanitaires, aire de pique-nique, borne d'auto-réparation pour les vélos, arceaux...), qui vont se développer sur près de 80% des communes des Cévennes d'Ardèche en 2025 (grâce à l'accompagnement de la chargée de projet PPN).



LES FUTURS CIRCUITS

- **VTT** 43 boucles au départ de 8 communes idéalement réparties sur le territoire entre plaine, piémont et montagne, 3 descentes enduro et 1 itinérance de 4 jours
- **GRAVEL** 16 boucles et 1 itinérance de 4 jours
- **CYCLO** 20 boucles et 1 itinérance de 3 jours



Ce nouveau réseau de parcours VTT a été conçu pour répondre à tous les profils de pratiquants, du débutant à l'expert. Chaque itinéraire a été classé selon une grille de niveaux allant du vert (facile) au noir (très difficile), en prenant en compte trois critères principaux : le dénivelé, la distance et la nature du revêtement.

Cette hiérarchisation, proposée par la Fédération française de cyclisme, permet à chacun de choisir un parcours adapté à son niveau, garantissant à la fois sécurité, plaisir et progression.

ENQUÊTE POIDS DE LA FILIÈRE

Le pôle ressource national des sports de nature (PNRSN), qui dépend du Ministère des Sports, est une structure reconnue pour son expertise dans l'accompagnement des acteurs de la filière SLN. Il offre des ressources documentaires, des conseils en matière de sécurité, de gestion des espaces naturels, ainsi que des formations et des appuis techniques. L'appel à projets conduit dans le cadre des programmes Massif central en 2015 et 2016, a permis de sélectionner 17 pôles de nature avec la volonté de mettre en œuvre des stratégies de développement dédiées aux sports et loisirs de nature. Le PRNSN avait alors été mandaté pour assurer le suivi et l'animation de ces pôles.

A l'automne 2022, le PRNSN, le commissariat de Massif et le GIP Massif central ont lancé une enquête afin de mieux connaître l'activité générée par la filière sports et loisirs de nature sur les 17 PPN du Massif central, pouvoir suivre l'évolution de l'offre et observer l'impact de la politique de développement du Massif central par les sports de nature initiée depuis 2015.

En 2024, le PNRSN a donné son accord pour nous mettre à disposition le questionnement de cette enquête ainsi que l'outil dédié et faire les retouches nécessaires pour adapter l'enquête à notre territoire. A la mi-septembre l'enquête auprès des structures de la filière des Cévennes d'Ardèche a été diffusée à plus de 120 structures. Le taux de sondage, à hauteur de 37%, permet de faire une analyse déterminante de la filière en Cévennes d'Ardèche.



ENQUÊTE POIDS DE LA FILIÈRE

LES 5 PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

L'analyse de cette enquête quantitative croisée à l'enquête qualitative du printemps permet d'affirmer que les Cévennes d'Ardèche :

1 SONT UN TERRITOIRE DE MULTIACTIVITÉ QUI TÉMOIGNE D'UNE FORTE DYNAMIQUE DE L'OFFRE

2 LA GRANDE DIVERSITÉ JURIDIQUE DES ENTREPRISES TÉMOIGNE D'UNE VIVACITÉ ÉCONOMIQUE ET D'UNE PROFESSIONNALISATION DE LA FILIÈRE

3 L'ANCIENNETÉ DES PERSONNELS RÉTRIBUÉS INDIQUE UNE CERTAINE STABILITÉ ET QUALITÉ DU VIVIER

4 LES GROSSES STRUCTURES SERVENT D'INCUBATEUR ET DE GÉNÉRATEUR D'ACTIVITÉS

5 LES ENTREPRISES ET ENTREPRENEURS SONT SOLIDEMENT IMPLANTÉS SUR LE TERRITOIRE

En résumé, les enquêtes démontrent que La filière Sports et Loisirs en Nature en Cévennes d'Ardèche est bien implantée, mature et dynamique, avec un fort engagement en matière de coopération.

Toutefois, elle doit faire face à de nouveaux enjeux à la hauteur de notre capacité à agir ensemble : Comment prendre en compte les évolutions climatiques ? Comment mieux rendre compte de la stratégie engagée et la faire savoir ? Comment répondre collectivement à ces enjeux ?



ENQUÊTE POIDS DE LA FILIÈRE PLEINE NATURE

PROFESSIONNALISER POUR MIEUX PARTAGER: LES MÉTIERS TOURISTIQUES EN TRANSITION

L'accompagnement de la professionnalisation de la filière est un axe qui a été considéré collectivement comme majeur. Un travail a été engagé avec la filière pleine nature.

Il s'agira de formaliser dans un premier temps les termes communicants les valeurs qui nous distinguent, un travail issu de RECREATER, à travers l'élaboration d'un manifeste, ou toute autre forme que nous pourrions envisager ensemble, afin de fixer le cadre de ce qui pourrait donner lieu à de nouvelles façon de communiquer, mais nous l'espérons aussi, à de nouveaux produits.

TRANSFORMER, DÉVELOPPER ET STRUCTURER L'OFFRE TOURISTIQUE



PRODUCTION DE CONTENUS, QUALIFICATION ET VALORISATION DE L'OFFRE

- Production de contenus pour les boucles vélo équipées par le Département de l'Ardèche
- Mobilisation des professionnels au départ d'une liaison du GRP Haute vallée de la Cèze en partenariat avec le Département du Gard
- Mise à jour d'un livret de promotion de l'itinérance GRP Tour du Tanargue en partenariat avec l'office de tourisme de Val de Ligne
- Conseil à l'écriture de contenu et à la communication pour les partenaires de l'office de tourisme (Apidae, site internet, éditorialisation...) et accentuation des services proposés
- Réimpression du cartoguide de randonnée et de nouvelles fiches topo de randonnée

AGRITOURISME

- Animation et élargissement « De la rando à l'assiette » : 4 villages, 4 randos, 4 bistros : extension à Malbosc en 2024, communication, relais d'information, vente topo et fiche rando
- Participation au lancement du projet de la Route de la Châtaigne
- Suivi au travail de Vignobles et Découvertes
- Collecte des Menus Castagnades et communication dédiée
- Participation au travail de création du circuit oeno-vélo sur la plaine de Berrias

MISE EN MARCHÉ

- Accompagnement à la commercialisation via le déploiement de l'outil Addock ou Open Résa auprès de 45 partenaires : aide à la tarification, au paramétrage, à la distribution
- 385 offres en réservations sur la place de marché
- 40 activités et billetteries commercialisées
- Développement des espaces dédiés au dépôt vente d'une gamme d'artisanat d'art (100 références)
- 200 références à la boutique



RENFORCER LA NOTORIÉTÉ

QUELQUES CHIFFRES

- 255 000 utilisateurs (+10%)
- 630 240 pages vues (+7%)
- 1 510 600 évènements (clics, scrowl..)

RUBRIQUES LES PLUS VISITÉES

- Tous les évènements (+250%)
- Vos circuits à pied (+15%)
- Vos circuits VTT (+10%)
- Le Bois de Païolive (+5%)

PROVENANCE DES VISITEURS

- France
- Belgique
- Allemagne
- Suisse

- Auvergne-Rhône-Alpes
- Île-de-France
- Occitanie
- Nouvelle-Aquitaine
- Bretagne



UN SITE DE DESTINATION À FORTE AUTORITÉ

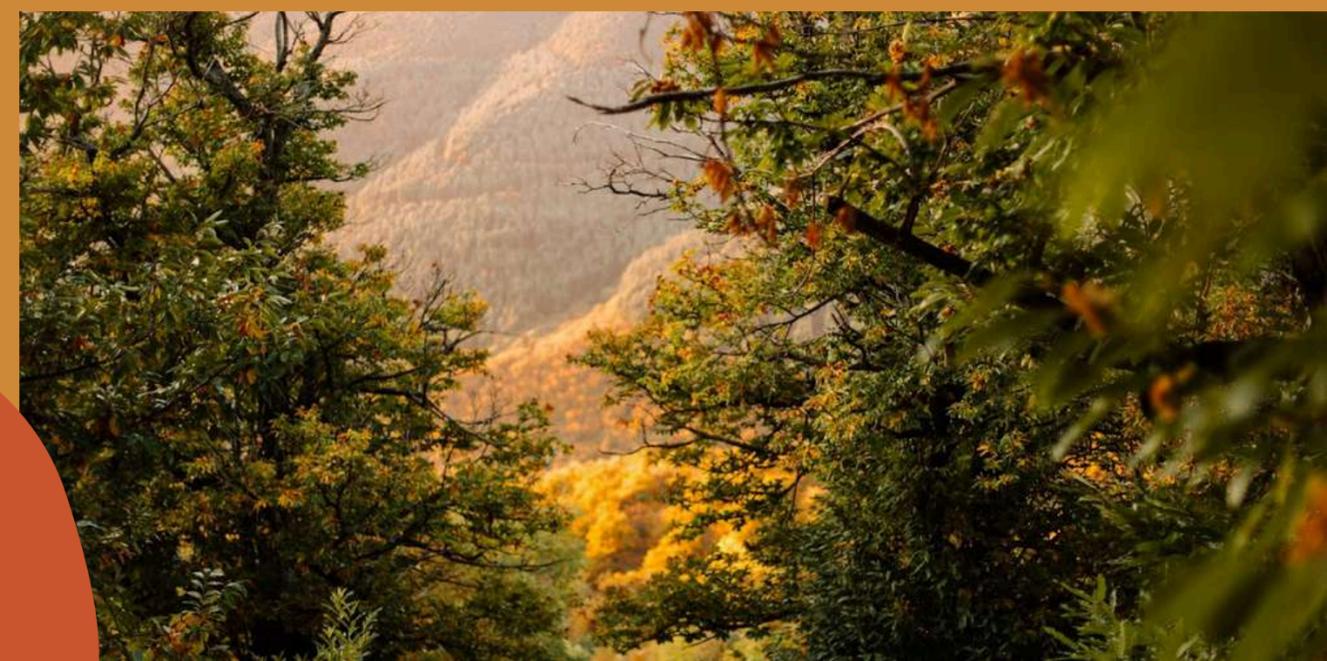
UN SITE AYANT UNE FORTE AUTORITÉ PERMET

- D'obtenir un meilleur classement dans les résultats de recherche
- De générer du trafic organique
- De valoriser l'offre des partenaires
- D'inspirer confiance aux utilisateurs

ÊTRE RÉFÉRENCÉ SUR UN SITE D'OFFICE DE TOURISME

Améliore la visibilité, le trafic, et le référencement local grâce à des backlinks de qualité, renforçant crédibilité, autorité et confiance auprès des visiteurs.

L'Intelligence artificielle vient bousculer les habitudes des visiteurs : moteur de recherche VS agrégateur de contenu. Il est important de soigner son contenu !



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

Accompagnement sur
le référencement avec
une agence spécialisée

Au service de la
commercialisation
et des projets

GÉOTREK, LE PORTAIL RANDO

La nouvelle version de Géotrek a été mise en ligne en juin 2023. La mise en place de la "homepage" permet d'améliorer le référencement web, mais aussi l'expérience utilisateur.

Le travail d'alimentation et de mise à jour des circuits de randonnées se poursuit en collaboration avec les communautés de communes du Pays des Vans en Cévennes et du Pays Beaume Drobie pour les tracés GPX.

Les internautes arrivent sur le portail via le site web en majorité (62%), mais on observe une augmentation de l'acquisition par la recherche organique (18%) et les réseaux sociaux (17%).

GÉOTREK, EN CHIFFRES

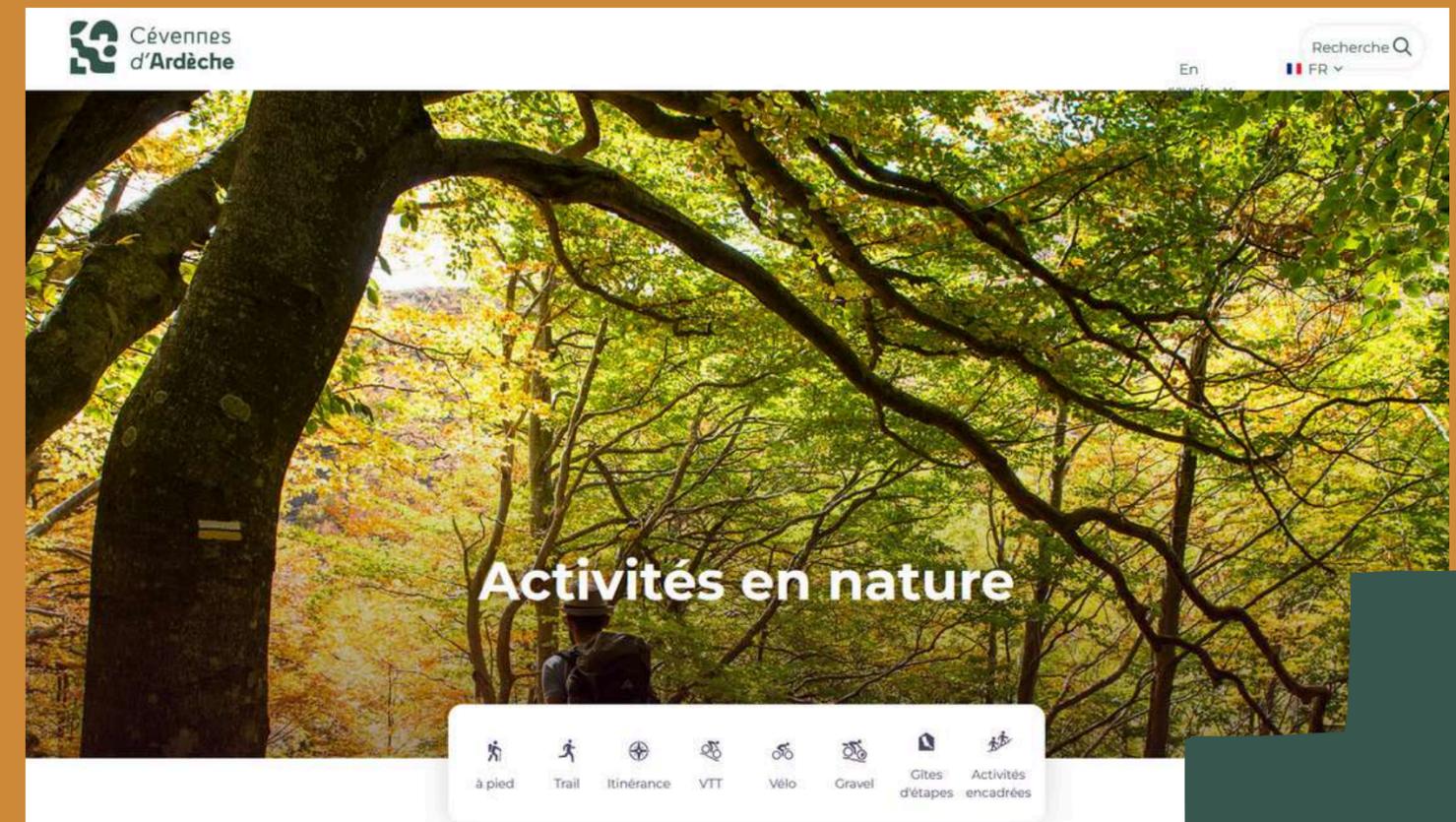
- 13 448 utilisateurs (+45%)
- 56 465 pages vues
- 63% des consultations sont faites sur smartphone

TOP 5 DES FICHES LES PLUS CONSULTÉES

1. Le sentier botanique - Beaumont
2. La grotte du Renard - Casteljau
3. Peyre - Thines
4. Chaos de Montselgues
5. Les Flaüts - Ribes

MOBILITÉ

La consultation sur smartphone est devenue la norme tant avant, pendant qu'après séjour, la consultation avec les mobiles représente 75%. Avec une hausse (83%) en juillet et août car le nombre de visiteurs augmentent fortement et les visiteurs sont en mobilité permanente.



LES OUTILS NUMÉRIQUES

Des bornes au service des publics qui ne poussent pas la porte des BIT.



2 TABLES TACTILES

- Joyeuse & Les Vans
- Promotion des randonnées sur le territoire via Géotrek (trail, VTT, pédestre, gravel)
- Aide aux conseillers en séjour à l'accueil (filtres possibles, 3D, communes, niveaux...) - Très appréciées des conseillers
- Aide à la décision pour les visiteurs
- Autonomie pour certains visiteurs
- Permet de faire patienter les visiteurs en cas d'affluence

4 BORNES SUR LE TERRITOIRE

- Joyeuse : 533 affichages +4% (A voir à faire/Où manger/Envie de bouger/)
- Les Vans : 460 affichages +19% (Envie de bouger/Où manger/A voir à faire)
- Saint-Paul-le-Jeune : 2 790 affichages +80% (Où manger/Que faire à la journée/Agenda)
- Rosières : 808 affichages -25% (Envie de bouger/A voir à faire/Où manger)

Stratégiquement situées aux entrées Nord et Sud du territoire et devant les bureau d'information, elles pallient l'absence de point d'information



Une constante évolution de la visibilité de la destination Cévennes d'Ardèche sur les réseaux sociaux. Une communauté de 12 000 followers sur FB et Instagram. Différents formats sont postés : reels, stories, publications sur fil d'actualité, vidéos...

LES RÉSEAUX SOCIAUX



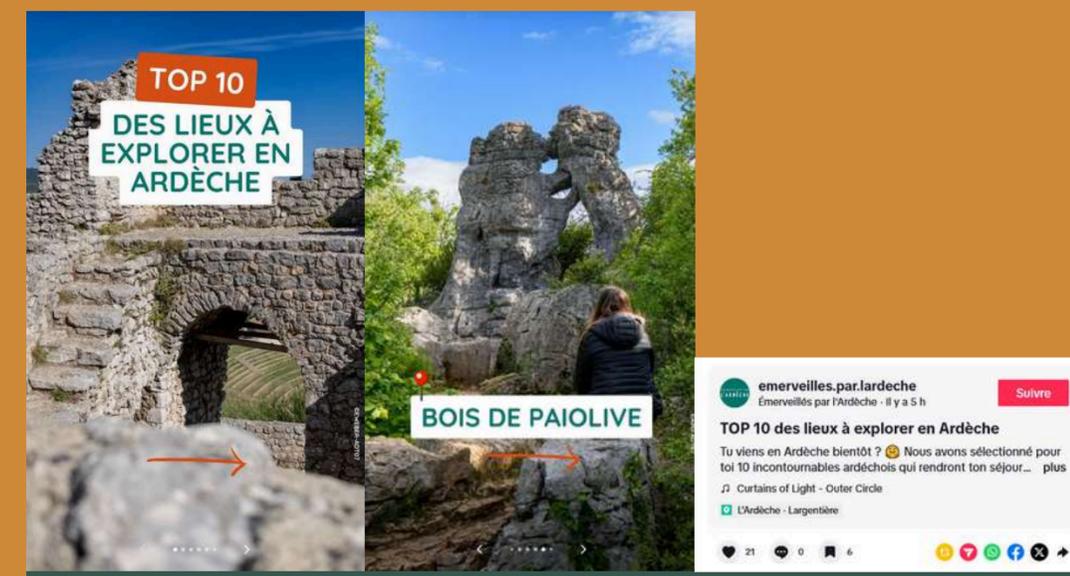
FACEBOOK

- + 659 followers (7,2%)
- 81 publications
- 288 303 comptes touchés (couverture)
- 11 858 interactions avec le contenu
- 7 353 clics sur un lien
- 12 169 visites de la page



INSTAGRAM

- + 392 followers (13,7%)
- 75 publications
- 34 944 comptes touchés (couverture)
- 5 719 interactions avec le contenu
- 153 clics sur un lien (agenda majoritairement)
- 2 016 visites de la page



NOUVEAU : TIKTOK

- Compte commun dans le cadre de la stratégie digitale partagée avec l'ADT.
- Intégration en juin dans le groupe création de contenu, 5 publications pour Cévennes d'Ardèche pour près de 8 000 vues des TikTok au total

COMMUNICATION PRINT

Les éditions : une offre enrichie et ciblée

En 2024, la stratégie éditoriale a été marquée par la consolidation des supports existants et l'introduction de nouvelles publications visant à mieux cibler nos publics. Les éditions ont combiné lisibilité, esthétique et utilité pratique, tout en renforçant la cohérence visuelle de la destination.

4 journaux thématiques

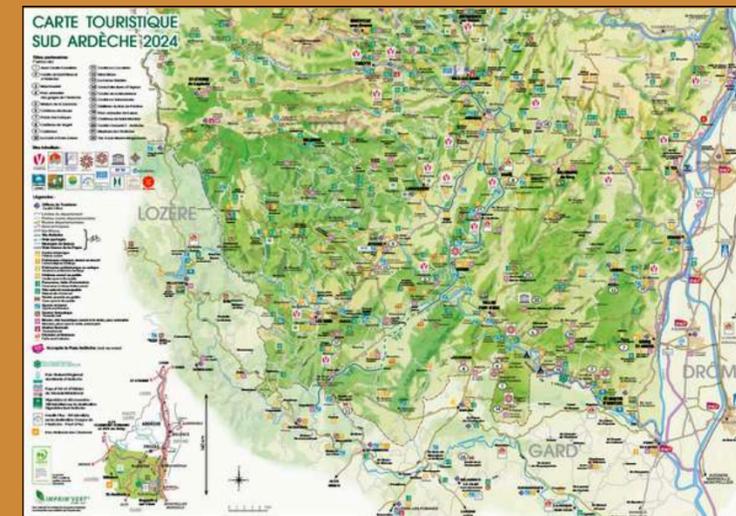
10 000 exemplaires pour chaque n°

➔ **Nouvelle création** valorisant les initiatives durables locales.



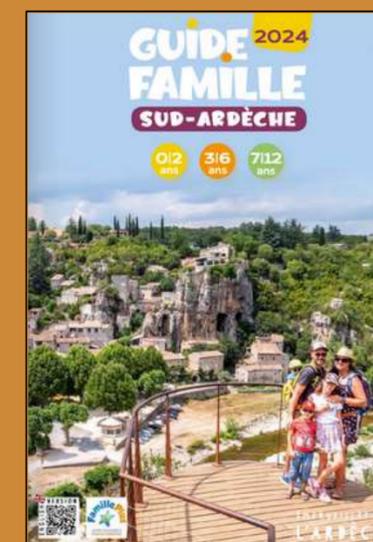
Carte touristique du Sud Ardèche

20 000 exemplaires pour notre Office de Tourisme.



Guide famille

4 000 exemplaires



Guide pratique "L'indispensable"

8 000 exemplaires diffusés (vs 10 000 en 2023)

➔ **Nouvelle version** anglaise (200 ex.) pour mieux accueillir les visiteurs internationaux.



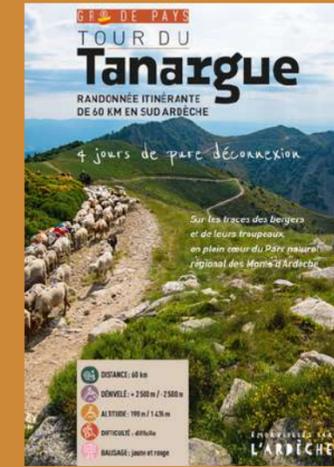
Guides hébergements

1 100 exemplaires au total



Guide GRP® Tour du Tanargue

800 exemplaires
 ➔ **Nouveauté** pour promouvoir ce séjour itinérant phare.



Livret "accueil vélo"

➔ **Nouveauté**
 Répond à une demande croissante sur le vélo (accueil et services dédiés de qualité).



Guide du partenariat

➔ Repensé et réalisé en interne, avec intégration des missions de chaque salarié de la SPL.



Flyer "De la rando à l'assiette"

2 000 exemplaires
 ➔ **Nouveau** Bistrot de Pays® à Malbosc



Agenda

4 éditions bimensuelles
 3 600 exemplaires au total
 ➔ Intégration de la **commercialisation d'encarts**.



Toujours disponibles Cartoguides, topoguides, circuits thématiques (dolmens, vélo, trail...), supports spécifiques (Villages de caractère, Bistrot de Pays, circuits dolmens...), ...

PACT Cévennes

BLOG

PODCAST



bobine



Les Cévennes, grandeur nature

→ Objectif :
Valoriser un tourisme responsable et positif à travers les activités.

PACT CÉVENNES : CRÉATION DE CONTENUS

Cibles

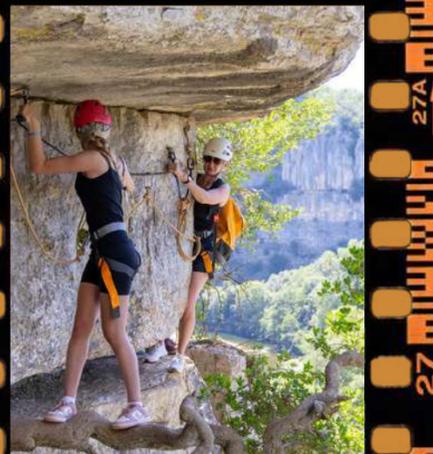
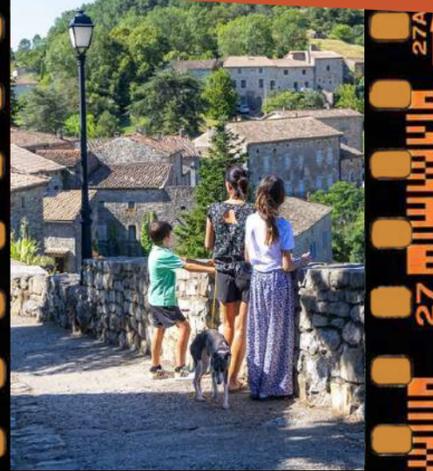
- Famille
- Jeune couple
- Couple séniors

Activités proposées

- Randonnée Corniche Païolive
- Via Corda Cirque Endieu
- Visite guidée de Thines
- VTT dans les vignes
- Randoland à Banne
- Castagnades à St André Lachamp
- Festival La Groumpferie Payzac

Lieux emblématiques

- Le bois de Païolive
- Les Gorges du Chassezac
- Village de Thines
- Village de Banne
- Plateau de Montselgues
- Saint André Lachamp et Payzac



DES CAMPAGNES PRESSE



Hors-série “Balades” du Dauphiné Libéré

→ 6 itinéraires de randonnées

Elle Magazine

→ Bistrot de Pays®

Magazine

“Émerveillés par l’Ardèche”

→ Séjour 100% Nature

Passar Wanderle, Kampeertoeris et Kampeer Kampioen

→ richesses locales, (le Sentier des Lauzes et la culture de la châtaigne, les villages cévenols et les produits locaux.)

DES CAMPAGNES DIGITALES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Cévennes d'Ardèche
Sponsorisé

Profitez d'une parenthèse de détente dans nos campings "nature", aux emplacements spacieux et ombragés en Cévennes ...Voir plus

Besoin de déconnexi... En savoir plus

Vous, ... 8 commentaires 22 partages

J'aime Commenter Partager

- Campagne digitale, du 19 juin au 3 juillet, avec l'objectif de faire découvrir les vacances en camping dans les Cévennes d'Ardèche.
- Diffusion sur les réseaux sociaux, Facebook majoritairement à l'échelle régionale.
- Cible : familles et jeunes séniors.
- Renvoi sur une page du site internet dédiée à cette campagne.
- Campagne réalisée avec votre participation (photos notamment).

- **Couverture : 311 386 comptes touchés**
- **6 956 clics sur un lien**
- **CTR : 1,46%**
- **Coût par clic : 0,14€ (budget global de 1000€)**

LINKING : PARTENARIAT DE LIEN

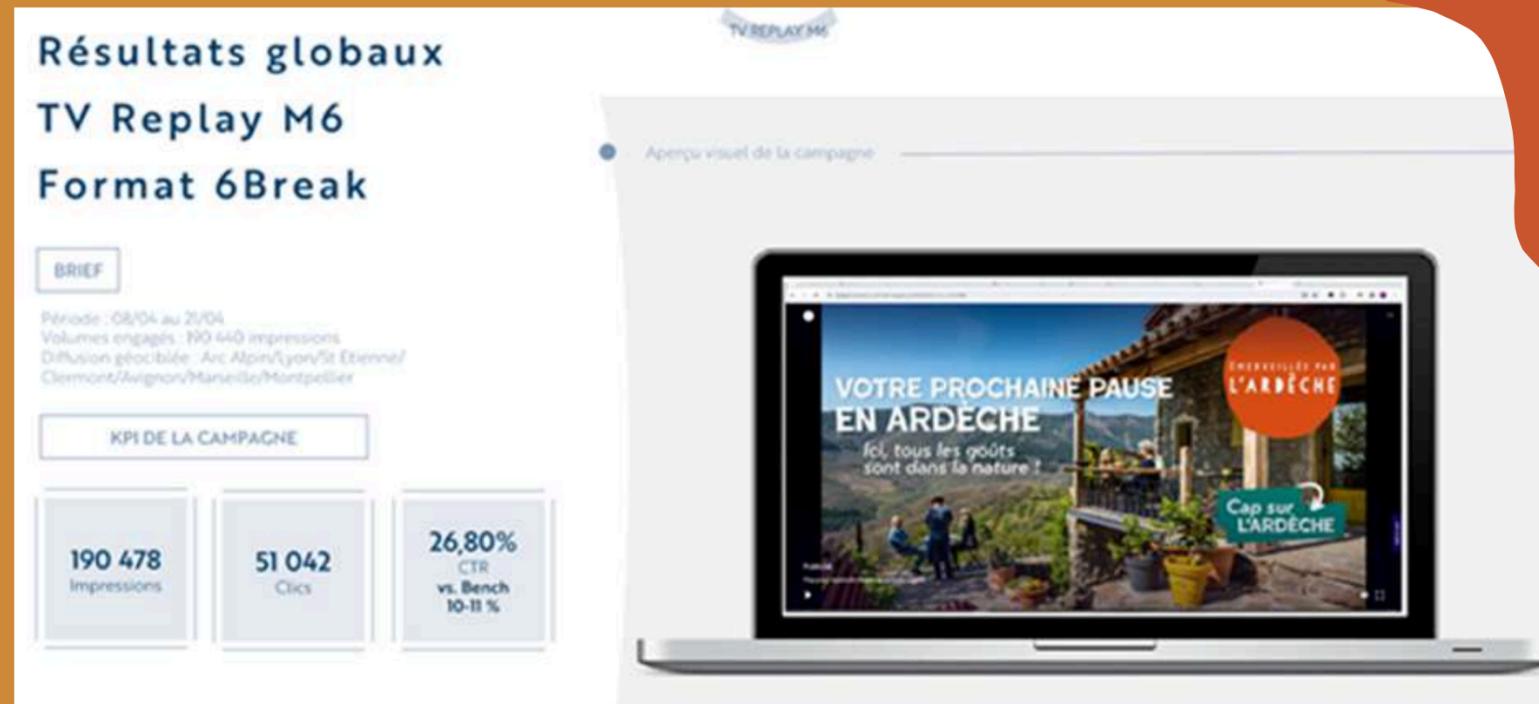


<input checked="" type="checkbox"/> Total clicks	<input checked="" type="checkbox"/> Total impressions
17.4K	365K

➔ **Objectif :**
Améliorer le référencement du site web en bénéficiant du trafic du site de comparateur.

DES CAMPAGNES DIGITALES AVEC L'ADT "WEEKEND NATURE"

Display

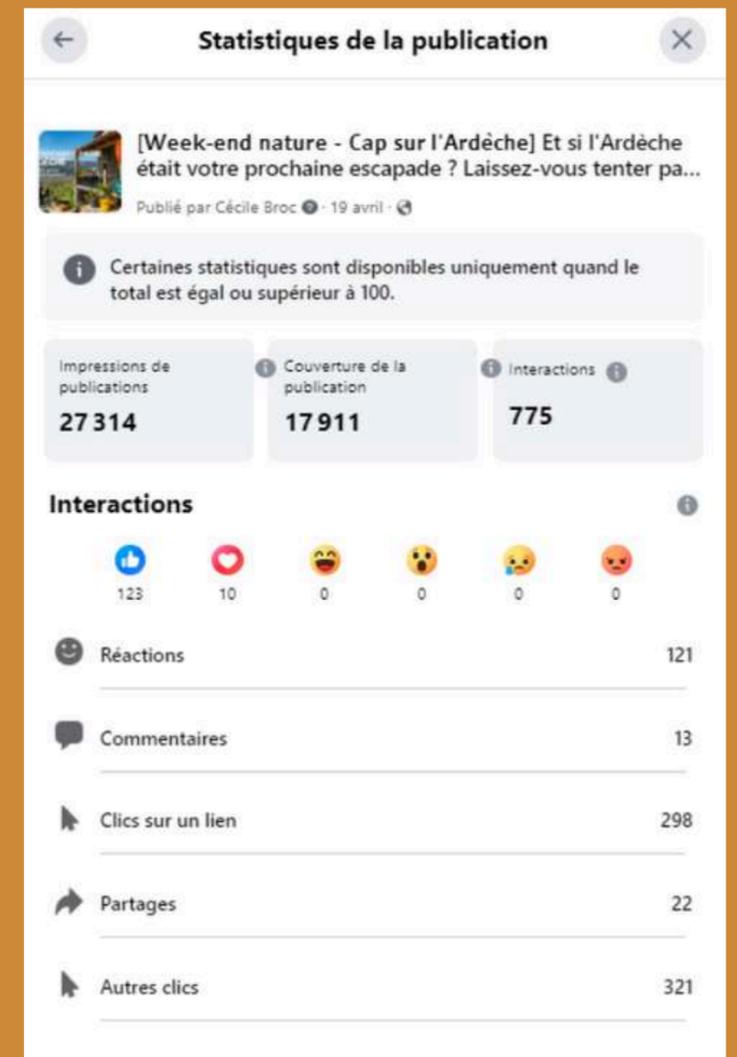


Google ads

Plus de 50K clics ont été obtenus. La campagne se positionne dans le top 5 en termes de performances parmi toutes celles mises en place (+ d'une centaine à date depuis janvier).

Meta

Une campagne publicitaire Meta sur début juillet axée sur le bien-être et la nature = 310 000 personnes touchées, générant près de 7 000 clics vers la landing page.



DES CAMPAGNES DIGITALES AVEC L'ADT "WEEKEND NATURE"



- Plusieurs **offres nature** pour des séjours immersifs en **Cévennes d'Ardèche** au printemps et à l'automne.
- Plus de **28 000 contacts** avec un **taux d'ouverture de 56%** et **3500 clics**.

Taux de clics relevé ici de près de 13% (12.79% exactement). Contre des moyennes relevées entre 7 et 8% pour des campagnes « performantes et satisfaisantes ».



- Une **campagne ADS** a très bien performé = +80% d'impressions (1 300 000 au total) par rapport au printemps.
- Une portée élargie en touchant un **public multiple** et en renforçant la visibilité.

ACTIONS DE PROMOTION



Salon du randonneur de Lyon en mars

480 exposants pour 12 500 visiteurs

Stand partagé avec le PNR des Monts d'Ardèche et d'autres destinations ardéchoises.

Très bon accueil de la part des visiteurs en recherche de courts séjours. Le tour du Tanargue en 4 jours correspond parfaitement à leurs attentes.

Une clientèle plutôt mature (40 ans et +) d'individuels et groupes. L'offre "De la rando à l'assiette" a séduit les visiteurs friands de produits combinés « prêts à l'emploi » (facilité de consommation, l'idée est déjà construite, pas besoin de faire des recherches).

Rencontres du Tourisme au Pouzin



Le Cévenol : 5 Jours De Trek Dans Les Vallées Oubliées Des Cévennes D'Ardèche

CARNETS DERANDO 5

10K 2

Photos

Différents reportages avec des photographes professionnels

- Reportage photos sur la randonnée et l'itinérance GR® de Pays Tour du Tanargue sur 2 jours pendant l'été 2024 avec Raphaël Pellet
- Reportage photos en collaboration avec le PACT Cévennes avec Benoît Colomb : 1 reportage en été et 1 reportage à l'automne
- Reportage photos sur la thématique du vélo en collaboration avec AMC7, avec Raphaël Pellet à l'automne : vélo en famille, vélo et patrimoine/village, Transcévenole, gravel
- Reportage photos internes : visites guidées proposées à la billetterie cet été (villages de Banne et Naves, Château des Lèbres, Commanderie de Jalès, Terre et Humanisme, Ferme Théâtre), d'évènements et lieux (Musée des Vans, marchés nocturnes, Polinno, Bois Tordu, Eductour, les visites terrains de pro)

CRÉATIONS DE CONTENUS

Edito

Projet mené avec David Genestal (Carnet de rando) sur l'itinérance Le Cévenol : réalisation de l'itinérance en septembre, production de photos, d'un article de blog détaillé sur son expérience publié sur son blog et rédaction d'un article plus condensé pour notre site internet.

Vidéo

Réalisation d'une vidéo sur l'itinérance GR® de Pays Tour du Tanargue avec Anthony Fumaz. Livraison de vidéos au format long 4k et plusieurs versions courtes adaptées pour une diffusion sur les réseaux sociaux.

Photothèque partagée

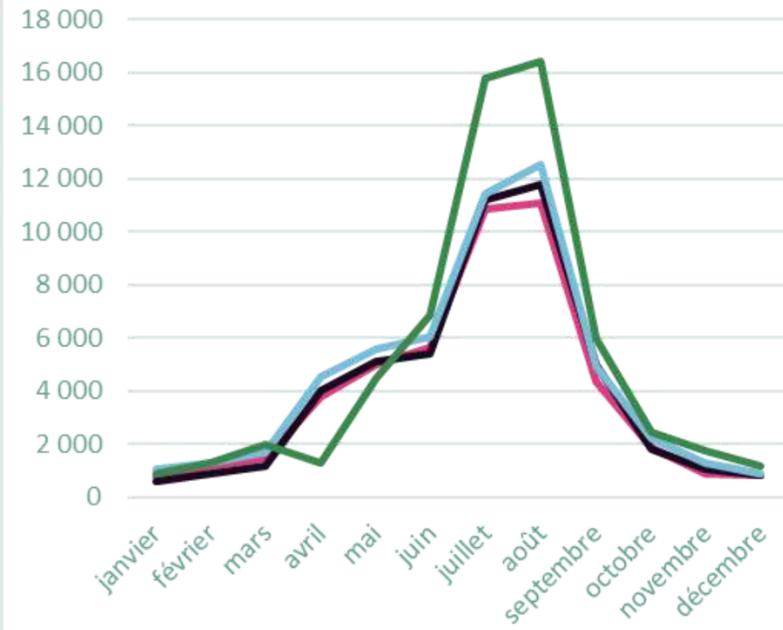
6 demandes d'accès à la photothèque partagée depuis juillet
Nouvel album de photothèque partagée pour 2025.



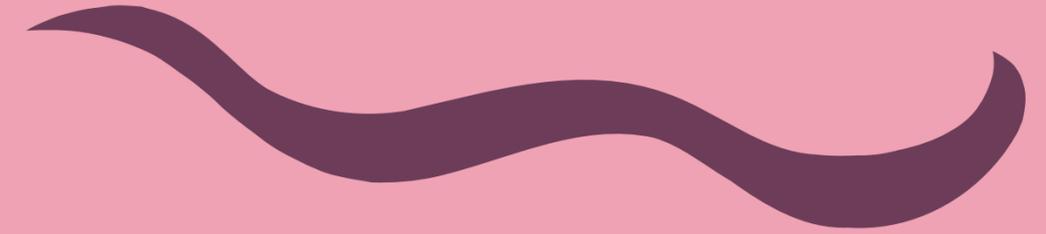
FIDÉLISER



Evolution mensuelle 2021 - 2024



ORGANISATION DE L'ACCUEIL

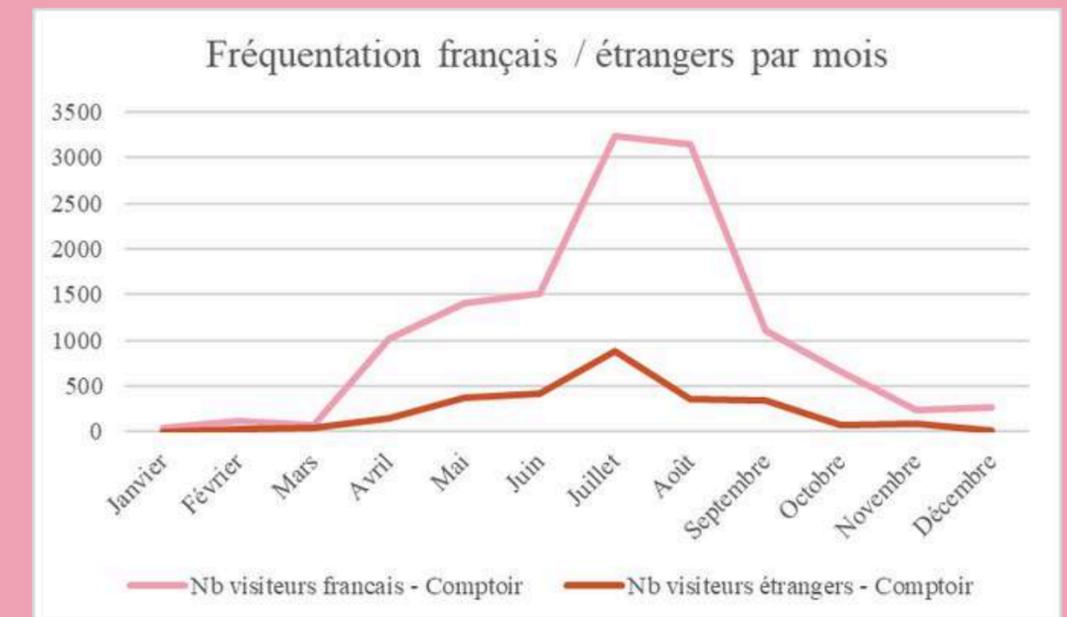


Conformément aux volumes de fréquentation sur la destination, la fréquentation à l'office reste stable en 2024 par rapport à 2023, malgré un sentiment de baisse de personnes renseignées.

Le développement de l'utilisation des outils du web (augmentation de la fréquentation de notre site internet), les tournées de documentation et les conditions météorologiques en août peuvent contribuer à cette tendance à la baisse de la fréquentation touristique tant à Joyeuse qu'aux Vans.

CHIFFRES CLÉS 2024

- 44 655 visiteurs (-2%)
- Dont 16 000 par du conseil personnalisé
- 86% de clientèle française à l'office
- Information disponible 24/24 et 7j/7 avec les bornes numériques
- Fermeture des bureaux en janvier



CHIFFRES CLÉS 2024

- **Mai / juin**

10 600 visiteurs ➡ stable

- **Juillet / août**

22 000 visiteurs ▼ (23 000 en 2023)

▼ Fréquentation en baisse à Joyeuse
(9 000 VS 10 400)

➤ Hausse aux Vans
(13 100 VS 12600)

- **Septembre**

4 340 visiteurs ▼ (5 000 en 2023)

- **Octobre**

1 900 visiteurs ➤ (1 800 en 2023)

- **Novembre**

900 visiteurs ▼ (1 000 en 2023)

À L'OFFICE



40 activités et billetteries commercialisées
385 offres en réservations sur la place de marché
200 références à la boutique

16% d'étrangers

- 50% Belge
- 16% NEE
- 14% ALL

Demandes en hausse

- Circuits vélo cyclo et VTT
- Recharge de véhicule
- Itinérance pédestre / vélo
- Mobilité douce durant le séjour (navettes) / ne pas prendre la voiture

Demandes récurrentes

- Sites de baignades
- Randonnées et/ou balade au bord de l'eau et au départ des villages
- Canoé
- Marchés
- Villages
- Restaurants à Joyeuse...

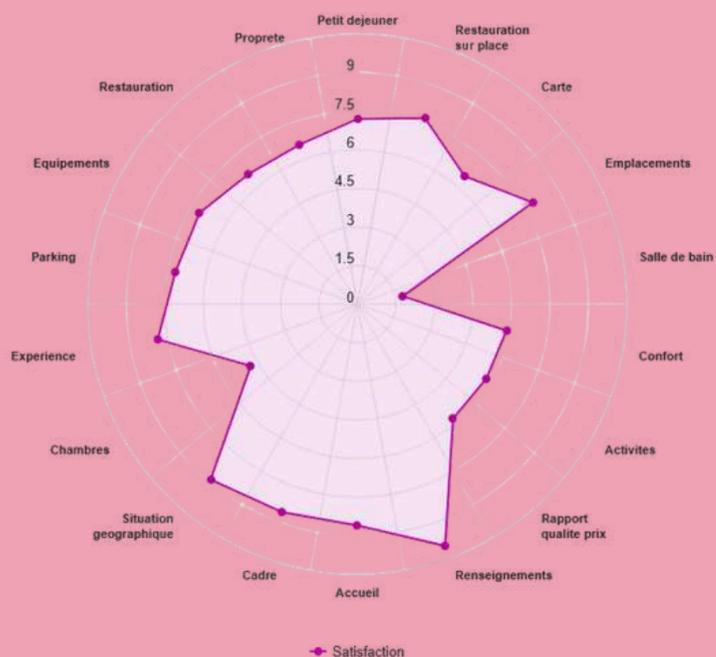
SUIVI DE L'OUTIL DE MESURE DE LA SATISFACTION CLIENT DE LA DESTINATION - FAIRQUEST



- 6 618 avis collectés
- 134 établissements surveillés



Un taux de promoteurs du territoire toujours très bon.



Des occurrences négatives identifiées essentiellement sur :

- Les salles de bain
- Les chambres
- Le rapport qualité / prix

SATISFACTION CLIENT

REMARQUES

- Remarques récurrentes autour du balisage et l'entretien sur les sentiers de randonnée
- Remarque sur de l'eau suspecte qui serait déversée dans le Chassezac
- Surfréquentation de canoés sur le Chassezac
- Insatisfaction de la caution et des frais de ménage de certains hébergements
- Présence d'un SDF devant le BIT des Vans qui aurait un comportement désagréable avec les visiteurs
- Manque de bornes pour les voitures électriques

AVIS CLIENTS À L'OFFICE DE TOURISME



De nombreux avis positifs recueillis en 2024 qui mettent en avant le bel accueil et les conseils avisés qui sont délivrés

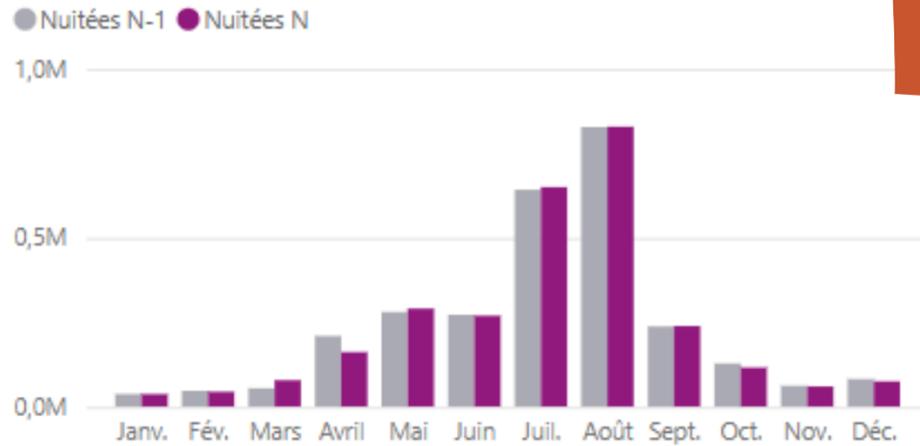
Pas d'avis négatif en 2024

RÉCLAMATIONS

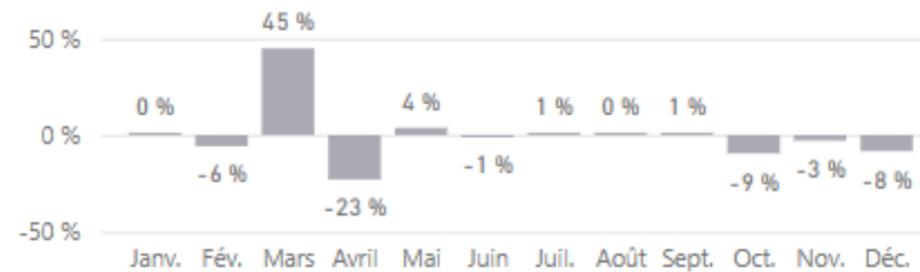
Mécontentement d'un professionnel qui ne remonte pas sur le site internet et n'apparaît pas sur les éditions malgré son adhésion au partenariat

LA FRÉQUENTATION 2024 EN CÉVENNES D'ARDÈCHE

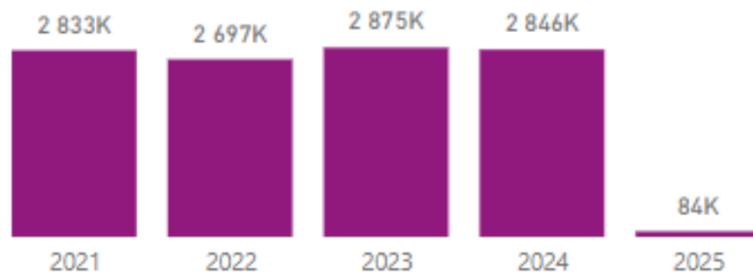
Nuitées touristiques par mois



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



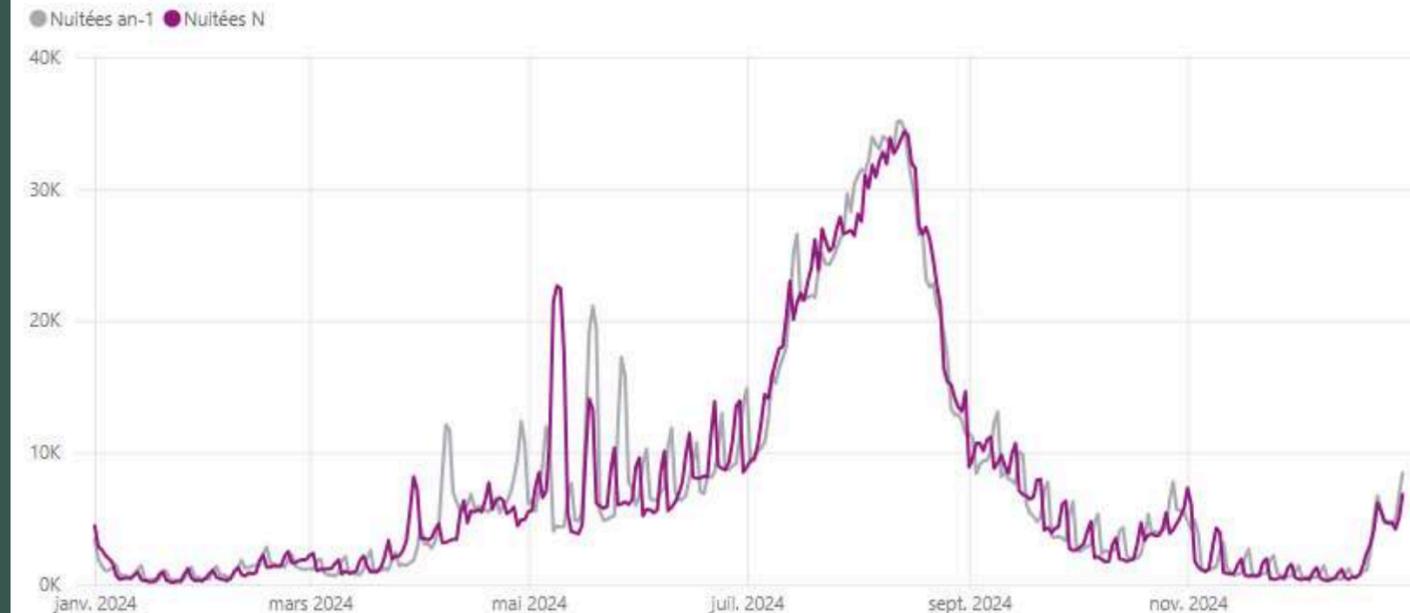
Nuitées par année selon les filtres sélectionnés



A RETENIR

- Le calendrier explique une évolution positive des nuitées en mars (+45%), en mai (+4%) et négative en avril (-23%).
- Une quasi stabilité est notée entre juin et septembre.
- Une baisse des nuitées est constatée sur le dernier semestre.
- Les touristes étrangers ont été plus importants en 2024 avec une hausse de 4,2%.

Nuitées touristiques par jour



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

2 846K
(-29K -1%) ⓘ

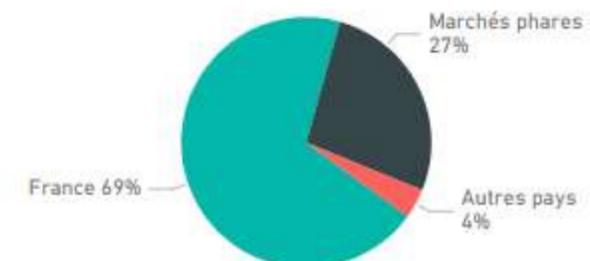
Touristes français

1 974K
(-64K -3%)

Touristes étrangers

872K
(+35K +4%)

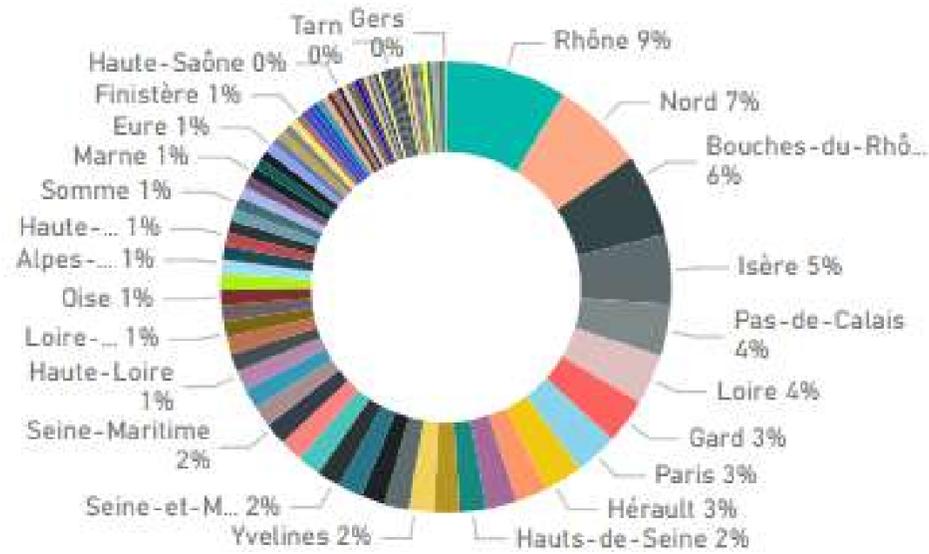
Répartition des nuitées par origine sur la période sélectionnée



Estimation des nuitées touristiques Top 15 des départements français

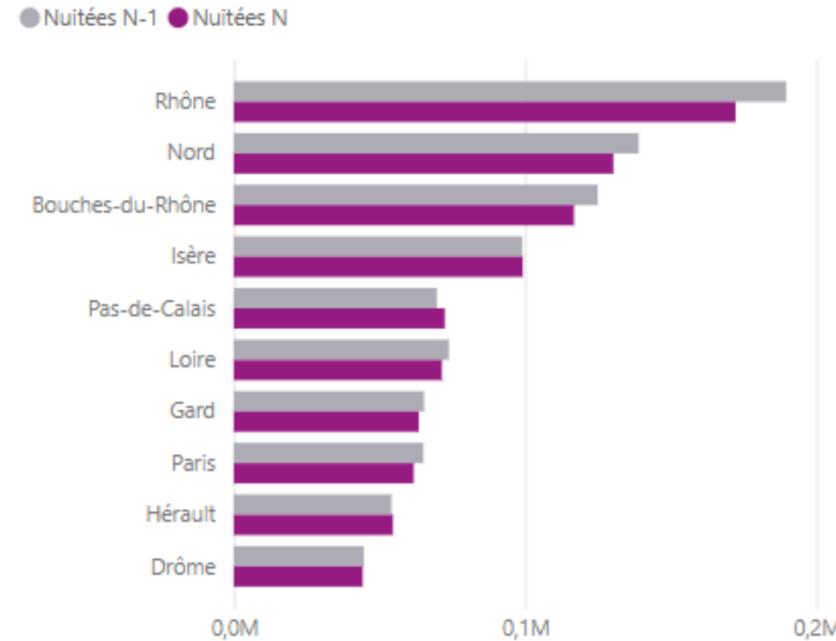
Flux Vision Tourisme - Orange Business / Ardèche Tourisme

% nuitées par département - année N



FRÉQUENTATION

Nuitées par département d'origine

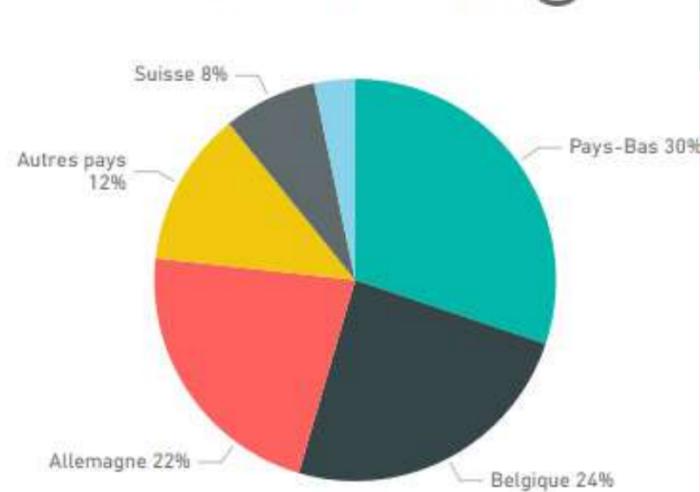


➔ Une clientèle de proximité toujours très présente, toute saison confondue (Rhône, Bouches du Rhône, Isère, Loire).

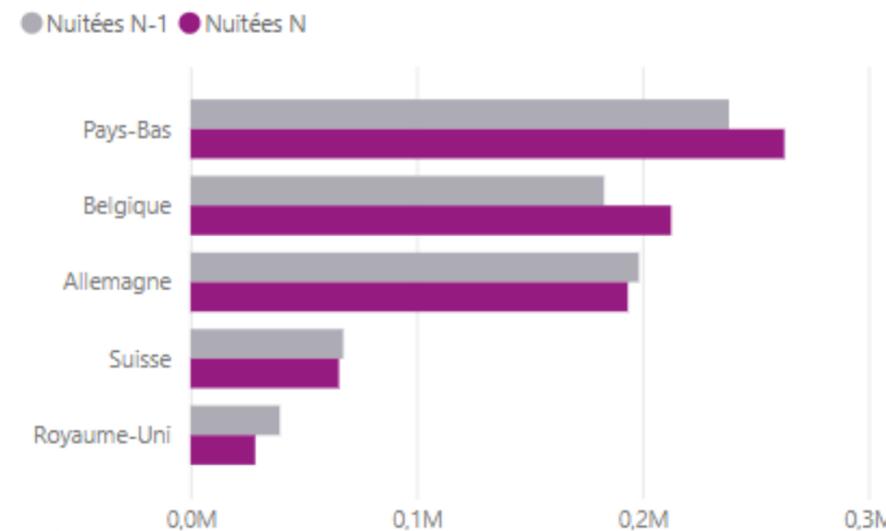
Estimation des nuitées touristiques Origine par pays étrangers

Flux Vision Tourisme - Orange Business / Ardèche Tourisme

% nuitées par pays - année N A lire



Nuitées des 5 marchés phares de l'Ardèche



➔ Une progression des clientèles néerlandaises et belges.

➔ Une stabilité des clientèles allemandes et suisses.



LES ENSEIGNEMENTS



➤ Hausse des étrangers (+ 9 % Cévennes, + 6 % Ardèche)

➤ Succès et performance des plates-formes locatives

➤ 14% en juillet ➤ 12% en août









➤ 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

 **Grande hétérogénéité**

 **Clientèle volatile**

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



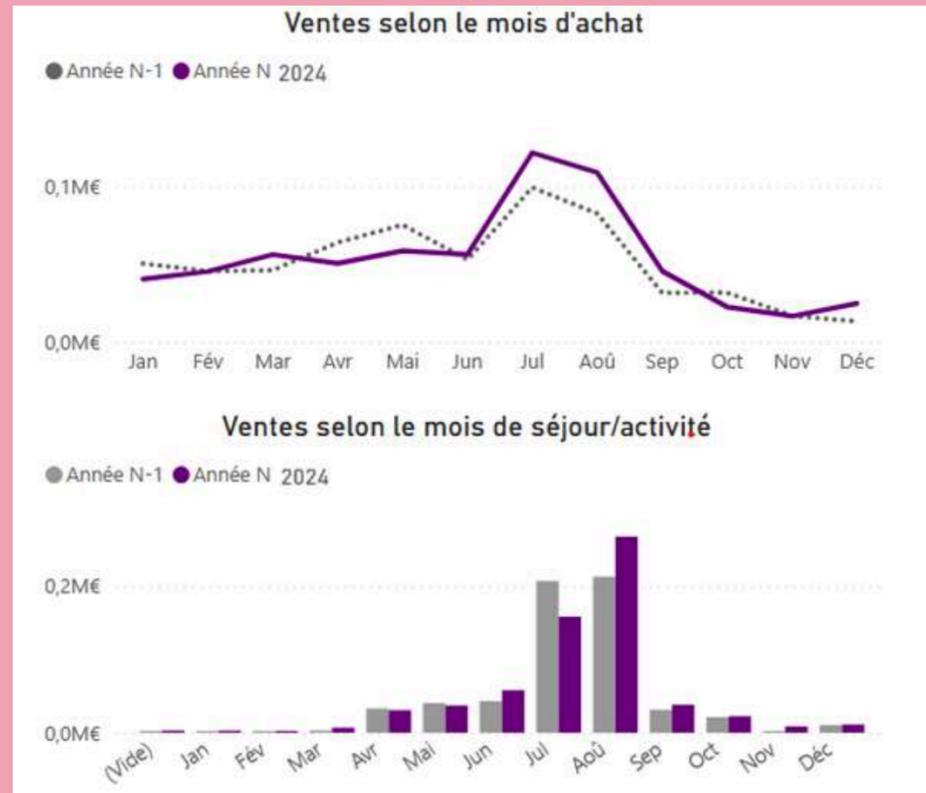
PLACE DE MARCHÉ



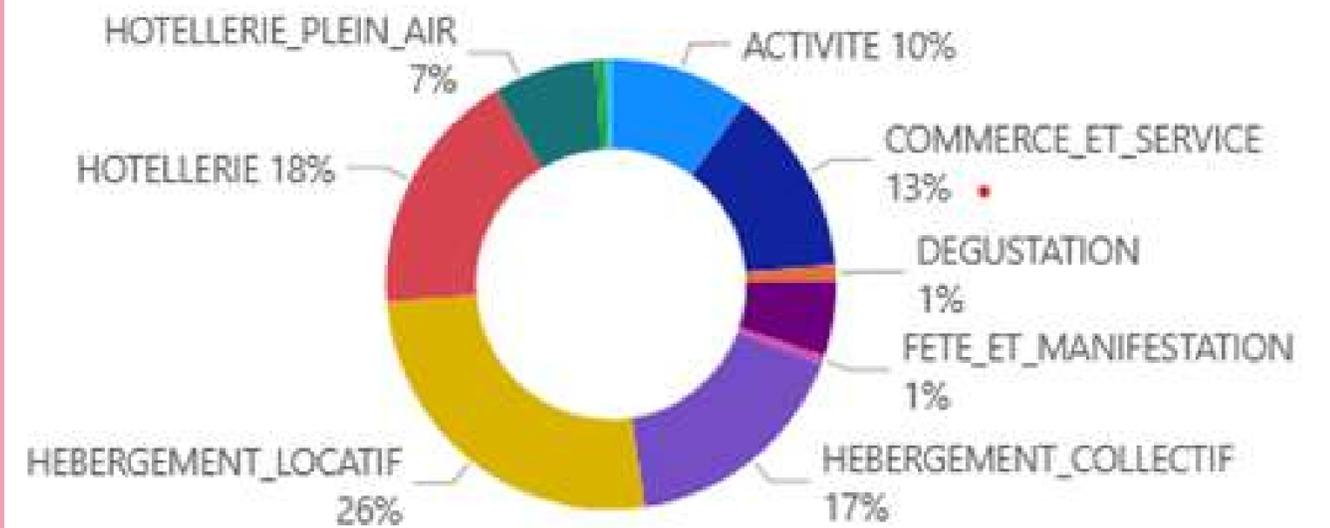
SUR NOTRE SITE

QUELQUES CHIFFRES

- +6% de ventes en 2024
- 96% des ventes sont réalisées sur le site du professionnel
- 4% sur le site de l'ADT et de l'OT
- 385 professionnels en résa sur Open et Addock



Ventes par type d'objet



VOLUME D'AFFAIRES

646 759€

+6% vs 2023

nombre TRANSACTIONS

4 035

+28% vs 2023

TOP DES PRODUITS LES PLUS VENDUS

1. Fiches Païolive
2. Disques bleus de stationnement
3. Cartes postales
4. Topo des Cévennes d'Ardèche
5. Tubes Castanea

VITRINE DU TERRITOIRE

En 2024, un réaménagement des bureaux d'information touristique a été entrepris afin d'améliorer l'expérience des visiteurs et de mettre en valeur les produits locaux :

- **À JOYEUSE** : INSTALLATION DE QUATRE NOUVEAUX MEUBLES DE PRÉSENTATION ET DE RANGEMENT POUR OPTIMISER L'AGENCEMENT DE L'ESPACE.

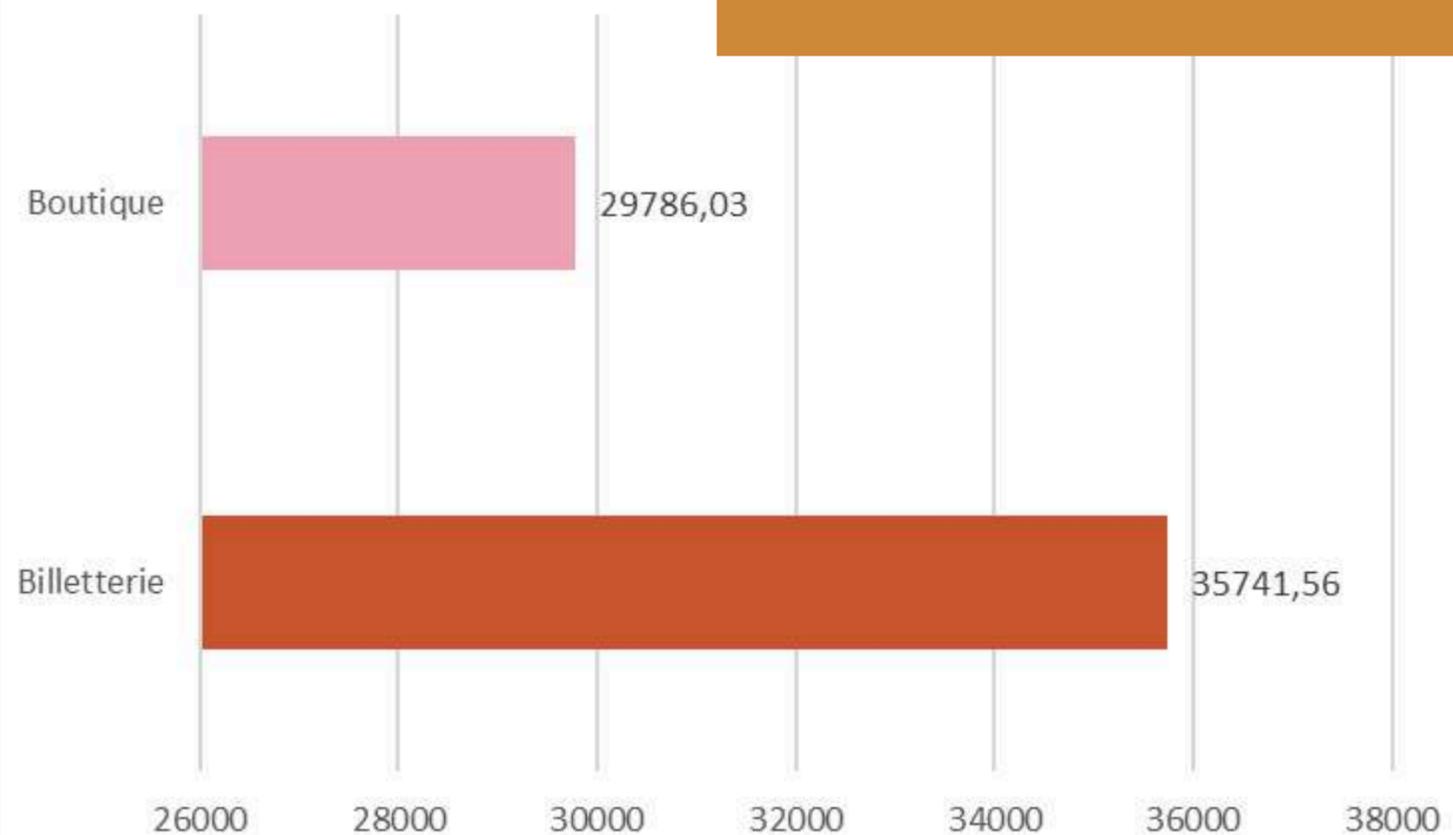
- **AUX VANS** : AJOUT DE NOUVEAUX PRÉSENTOIRS POUR LES BROCHURES AINSI QUE DE DEUX SUPPORTS DÉDIÉS AUX PRODUITS D'ARTISANAT D'ART, RENFORÇANT AINSI LEUR VISIBILITÉ.

**Panier moyen de 14,36 €
(13,39€ en 2023)**

Une attention particulière a été portée à l'organisation de l'espace : les articles d'artisanat ont été avancés à l'entrée pour capter l'attention dès l'accueil, tandis que les supports de documentation touristique ont été repositionnés vers le fond de l'espace.

Par ailleurs, l'offre de produits locaux s'est enrichie, avec l'introduction d'une dizaine de nouvelles références, incluant bières, miels, articles en dépôt-vente, vins et crème de châtaigne.

BOUTIQUE



TOP 5 BILLETTERIES CULTURELLES ET SPORTIVES LES PLUS VENDUES

1. Banquet républicain
2. Chauvet
3. Permis pêche
Beaume-Drobie
4. Tennis les Vans
5. Tennis Joyeuse



Maintien de l'offre proposée et ajout de nouvelles sorties : balades accompagnées avec Ardèche Randonnées ("Le petit Trappeur Cévenol", "Entre Gargantua vautours et bruyères",...). Animation de la programmation à l'aide des tableaux craie disposés devant les bureaux d'information.

BILLETTERIE

En 2024, un total de 20 billetteries a été proposé au comptoir, couvrant divers domaines :

4 BILLETTERIES SPORTIVES

- Tennis
- Pêche

4 BILLETTERIES PATRIMOINE NATUREL ET SITES TOURISTIQUES

- 3 pour les grottes
- 1 pass ALP

3 BILLETTERIES SORTIES NATURE

- Dolmens sous les étoiles
- Le Petit Trappeur
- Entre Gargantua vautours et bruyères.

4 VISITES GUIDÉES

- Village de Banne
- Village de Naves
- Jardins agroécologiques
- Village de Joyeuse

5 FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS CULTURELS

- Joyeuse Escalé
- Banquet Républicain
- Aluna Festival
- Labeaume en Musiques
- Les Mardis du Théâtre

Cette diversité d'offres a permis de répondre aux attentes d'un large public et de valoriser les atouts du territoire. Dans une démarche de valorisation des Cévennes d'Ardèche, une attention particulière est portée au développement de l'offre d'activités de pleine nature et de commercialisation, afin de diversifier les expériences proposées et représenter l'identité du territoire.



ORGANISATION INTERNE ET MOYENS GÉNÉRAUX

RESSOURCES HUMAINES

- Des entretiens annuels positifs
- Départ d'un salarié du pôle communication
- Réorganisation du pôle communication avec des montées en compétences en interne de deux salariés et le recrutement d'une chargée de marketing digital
- Recrutement d'un conseil en séjour référent billetterie et boutique
- Départ d'un conseiller en séjour qui a été remplacé
- Montée en compétence d'un salarié en tant que « formateur » permettant de former efficacement les nouveaux entrants dont notamment les saisonniers
- Accueil et formation de 6 saisonniers (5 à l'office et 1 à Castanea)
- Réunions mensuelles du CSE
- Mise à jour annuelle du Document d'Evaluation des Risques Professionnels (DUERP)
- Animation d'un plan de formation : 342h de formation sur l'année et 96h de visites terrain

LOCAUX ET MATÉRIELS

- Négociation des contrats téléphoniques permettant une baisse conséquente des coûts
- Acquisition de matériels informatiques
- Utilisation de l'IA
- Acculturation d'un nouvel outil de gestion de projet (Notion)

SUPPORTS

- Nouveau commissaire aux comptes
- L'Office de tourisme a été maintenu dans son classement en catégorie II
- La marque Qualité est maintenue jusqu'en 2026 date à partir de laquelle elle disparaîtra au profit du label Destination d'Excellence. Ce label intègre de nouveaux critères liés à l'accessibilité, la gestion des flux, la communication responsable, les aspects sociaux et sociétaux, la sobriété énergétique, les achats locaux et durables. L'audit complet devient facultatif, le renouvellement sera basé sur un audit mystère qui se fera en 2026.

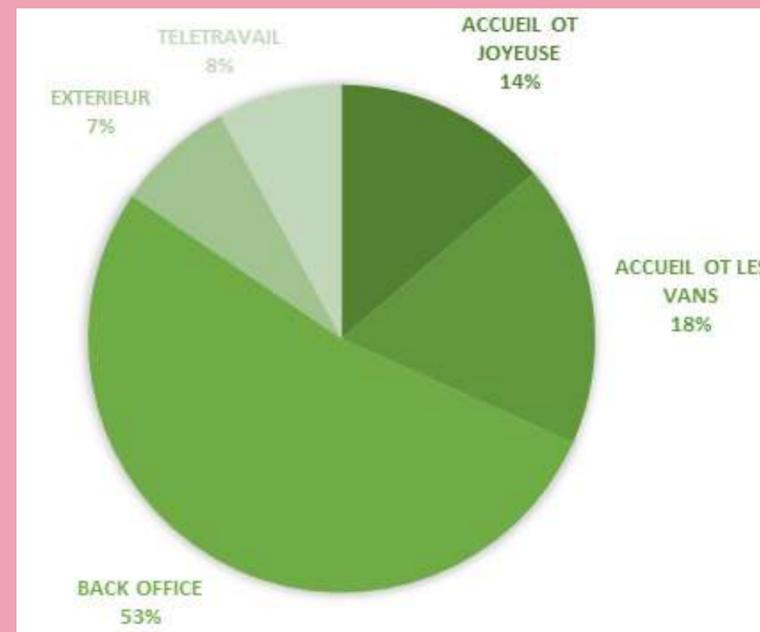


OBSERVATION

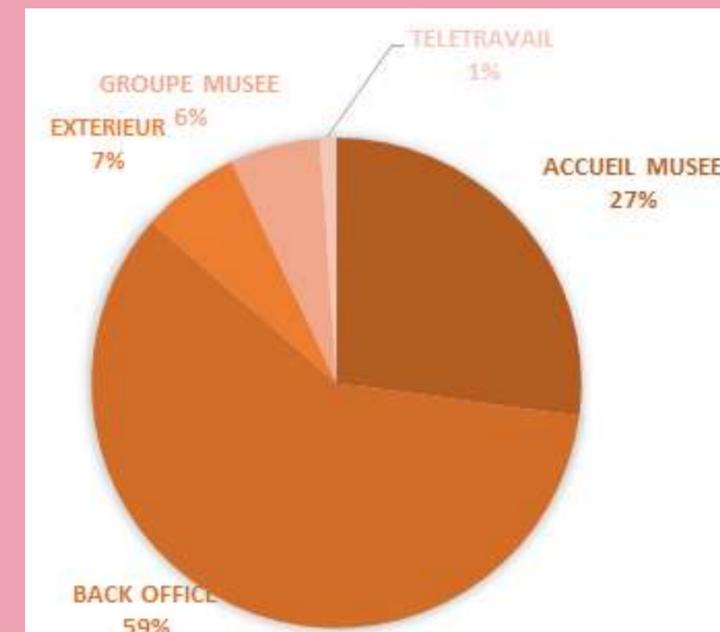
- Exploitation des outils Visit Data (données INSEE, Flux Vision, Apidae, Open)
- Exploitation de l'enquête clientèle 2023

HEURES PAR POSTE DE TRAVAIL

OFFICE DE TOURISME



CASTANEA





Bilan 2024

— S P A C —
C A S T A N E A

Découverte de la châtaigne
d'Ardèche



A retenir

- 🌰 CA HT : 140 987€ dont 132 420€ € (boutique & billetterie grand public) + 8 567€ (facturation public groupes adultes ou scolaires) 11 636 visiteurs
- 🌰 Des publics groupes et individuels qui se renouvellent et se rajeunissent
- 🌰 Succès de la visite pédagogique “Qui es-tu Madame Châtaigne? à destination des Maternelles - CP
- 🌰 Le site et sa boutique = véritable vitrine du territoire des Cévennes d’Ardèche, du travail des castanéculteurs et de toute la filière châtaigne en Ardèche.



Fréquentation : Une année record !



🍂 11 636 visiteurs en 2024 : + 12% (= la meilleure année depuis 2017)

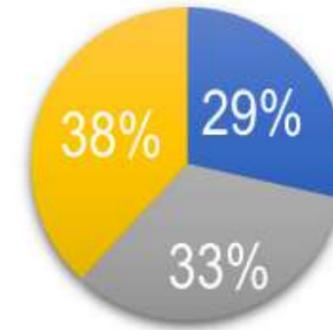
🍂 9692 individuels : + 15 % (8395 en 2023)

🍂 1944 visiteurs venus en groupe (59 groupes reçus) : - 6% (2059 en 2023)

🍂 Le nombre de groupes (environ 60) accueillis sur l'année reste stable depuis au moins 2022 mais le nombre de participants est en baisse régulière.

🍂 La moitié des groupes choisit la visite commentée accompagnée d'une dégustation, une tendance stable également.

Fréquentation par saison



■ Avril à juin ■ Juillet et août ■ Septembre à novembre

- Répartition d'environ 1/3 des visiteurs sur le printemps, l'été et l'automne
- Juillet et août = 33% des visiteurs
- Les groupes de seniors nombreux en automne, la castagnade de Joyeuse (1500 entrées gratuites cette année), les vacances de Toussaint...et la thématique du musée fortement liée à l'automne expliquent la belle fréquentation de Castanea sur le dernier trimestre de la saison

Fréquentation



Origine des visiteurs

- 🍪 88 % de la clientèle est française
- 🍪 12 % étrangère essentiellement Européenne (TOP 3 Belgique, Allemagne et Pays Bas)

Top 3 des déclencheurs de visite

- 🍪 Internet 22%
- 🍪 Dépliant 16 %
- 🍪 Office de Tourisme / Hébergeur 13%

Le top 3 des régions de France

- 🍪 Auvergne Rhône Alpes 30%
- 🍪 PACA 12%
- 🍪 Ile de France 10%

L'accueil jeune public

🍅 Visite pédagogique à destination des maternelles-CP

6 écoles accueillies suite à la promotion de la visite "Mais qui es-tu Mme Châtaigne ?" = 221 enfants

Création d'un document promotionnel pour communiquer sur cette nouvelle médiation

🍅 Visite ludique à destination de centres de loisirs

Une trentaine d'enfants en centre de loisirs accueillis (livret d'enquête pour découvrir l'invité mystère)



L'accueil jeune public

Visite ludique à destination d'élèves

Plus d'une trentaine d'élèves en MFR sont venus également visiter Castanea à l'aide d'un livret d'enquête

Intégration du réseau Passerelles patrimoine en 2025

Présentation de notre offre actuelle et à venir, de notre mode de fonctionnement, leur lieu d'hébergement. A l'issue de cette rencontre, Passerelles patrimoine nous a indiqué nous intégrer dans leur réseau de partenaires éducatifs du territoire. La charte qualité Patrimoines et jeune public en Ardèche va être signée en fin d'année.



Les animations



nouveautés 2024



Mise en place d'une tarification pour les animations

- un supplément d'1 € par billet d'entrée pour la dégustation animée et la visite sensorielle famille.
- pas de retours négatifs mais baisse significative du nombre de participants aux dégustations animées

Développement de la fréquence de la Visite sensorielle

- doublée en juillet et août
- proposée également pendant les petites vacances scolaires



Visite sensorielle famille

- une fois par semaine sur les petites vacances scolaires (de printemps et automne)
- le lundi et le vendredi à 10h30 du 8/07 au 23/08.

Visite avec une approche ludique et autour des 5 sens - jauge des participants fixée à 20-25 personnes

Réservation avec paiement en ligne avec la solution ADDOCK ou par téléphone

🍂 BILAN : 21 visites sensorielles pour 362 participants soit 17 participants en moyenne par visite

Les animations

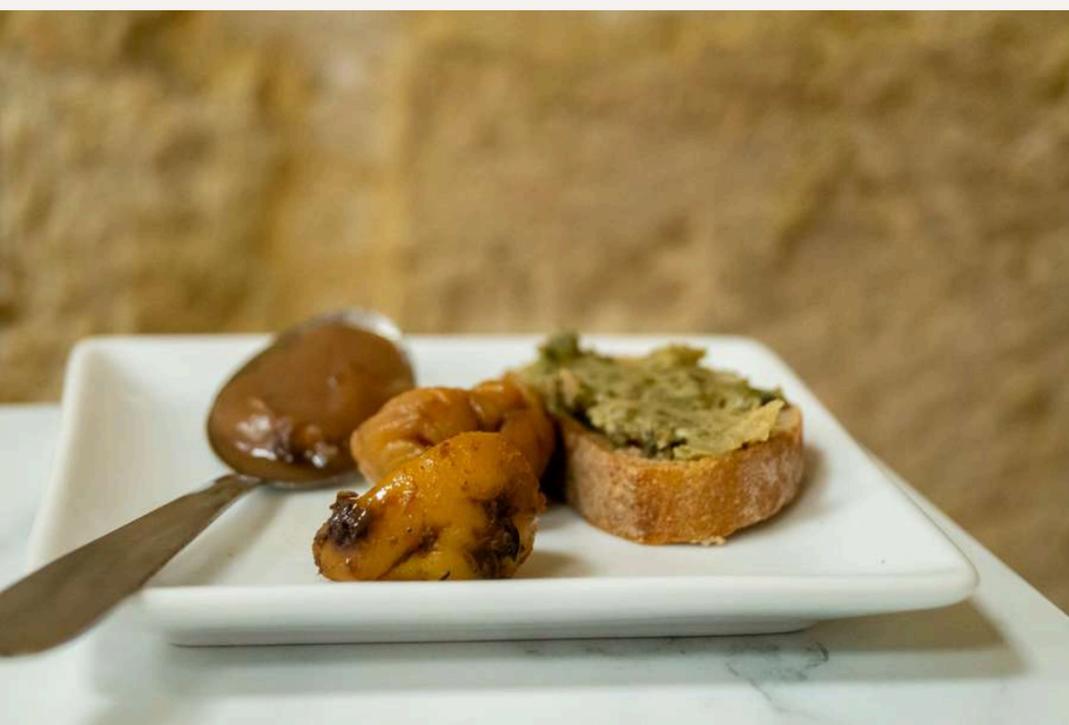
BILAN des dégustations animées

🌰 34 dégustations

🌰 625 personnes (= environ 18 participants par animation)

Mais baisse sensible de 40% de fréquentation (due à la majoration de 1€ ?)

Dégustation animée	2024	2023	2022
	Majoration 1 € Nb participant s	dégustation gratuite Nb participants	dégustation gratuite Nb participants
Dégustation animée vacances printemps	50	127	73
Dégustation animée Mai-juin	67	131	
Dégustation animée été	400	518	474
Dégustation animée Automne	59	95	
Dégustation animée vac. Scolaires Automne	49	149	70
	625	1020	617



Les animations

Dégustations animées

- 🍪 1 ou 2 fois par semaine toute la saison
- 🍪 Servie individuellement
- 🍪 Réservation obligatoire avec paiement en ligne ADDOCK ou par téléphone
- 🍪 Appréciee des clients, découverte des produits locaux, temps de partage avec l'animatrice
- 🍪 Véritable déclencheur de visite
- 🍪 En 2024 le partenariat avec les producteurs a permis de faire baisser le coût de 60% des achats dégustation





Les animations

Rencontre avec un producteur

🌿 Animation peu fréquentée ; pourtant même visibilité que les autres animations...

Succès d'estime, rencontre qualitative, beaucoup d'échange, de contenu aussi...Très bon complément à la visite du musée

🌿 5 rencontres : 83 participants. Le taux de participation le plus élevé étant pour la Nuit des Musées (entrée gratuite)

Visite commentée

🌟 Visite commentée pour le public individuel

🌟 Peu de fréquentation mais satisfaction +++ des visiteurs

🌟 11 visites proposés : 101 participants

Rencontre avec un producteur	2024	2023
Rencontre avec un producteur- mai-juin	15	17
Rencontre avec un producteur - sept-oct	23	8
	38	24

Visite commentée	2024	2023
Visite commentée - mai-juin	64	66
Visite commentée - sept-oct	37	39
	101	105

Les animations



Soirée à Castanea

☀️ Soirée ludique et gourmande : des jeux, des challenges, une partie médiation commentée

☀️ Petite fréquentation mais d'excellents retours des participants : originalité du concept, rend la visite d'un musée plus accessible

☀️ 1 visite en soirée le 8 août : 10 participants
>>>> ne sera pas reconduite en 2025
>>>> adaptation en une nouvelle formule "Public groupes" (type visite insolite -originale)

Les animations

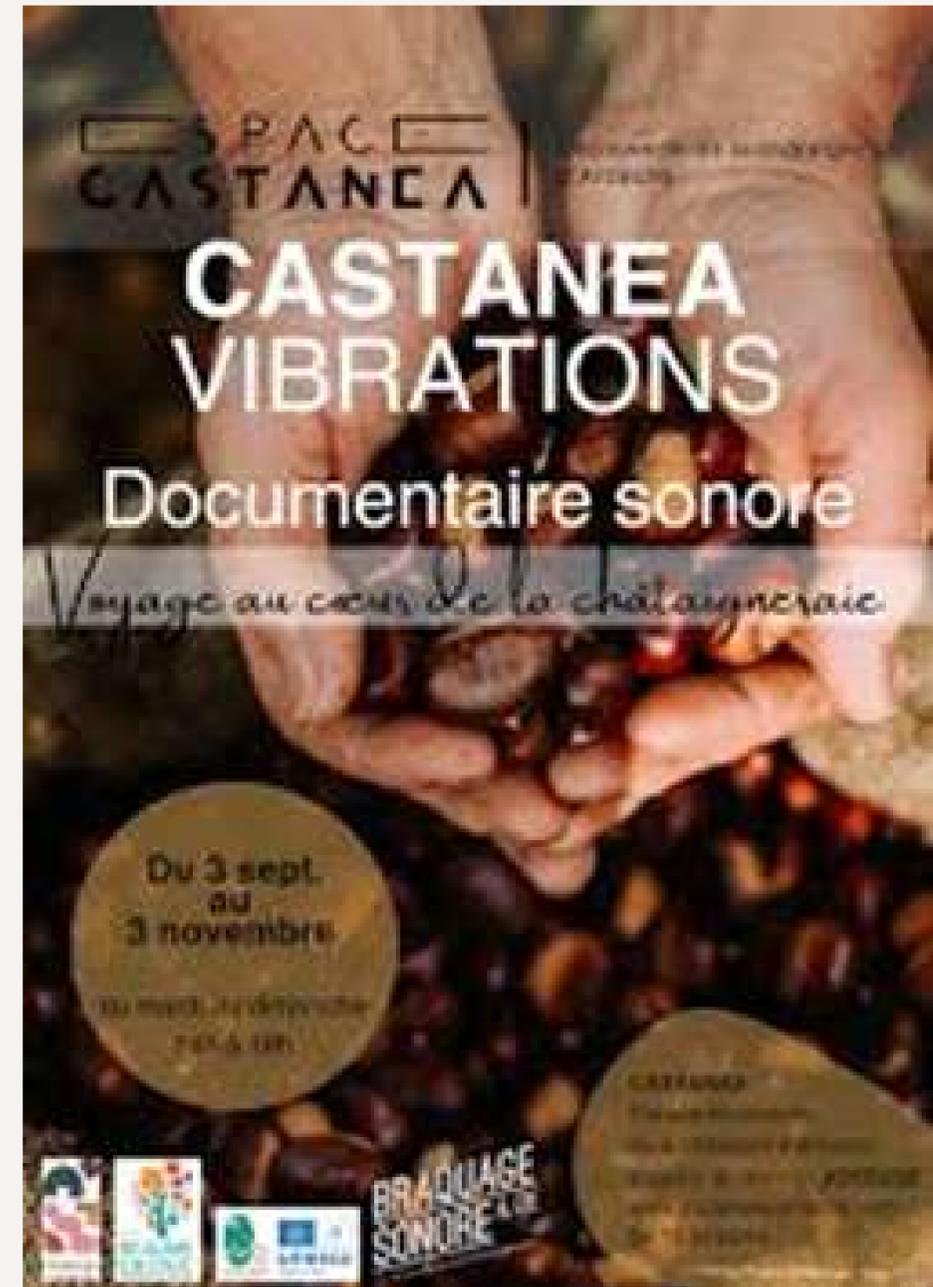
Documentaire sonore “Castanea Vibrations”

🎧 Prêt du Parc Naturel Régional des Monts d'Ardèche. Expo sonore 20 minutes d'écoute. Fil rouge des castagnades 2023.

🎧 Sans supplément sur le principe d'une expo temporaire “sonore”

🎧 Médiation complémentaire à l'expo permanente hors haute saison

>>>> mise en place de matériel perenne et d'un cartel explicatif sur la démarche en 2025



Les animations



Soirée gourmande & ludique au Château de Vogüé

🏰 2 soirées : 31 juillet avec 23 participants et 14 août avec 12 participants = 35 personnes

🏰 Soirée ludique : apéro à la châtaigne du salé au sucré entrecoupé de jeux, quizz etc...autour de l'univers de la châtaigne suivi de l'animation du château jeux de cartes de l'époque du Marquis de Vogüé etc...

🏰 Soirée « privilège ». Dans le cadre exceptionnel du jardin suspendu du château, au soleil couchant : retours très +++ des participants

🏰 Tarif 15€/pers (le château nous reverse 50% des entrées)

Les actions de promotion



Signalétique extérieure

Pose d'une bâche dans le rond-point à Joyeuse.

Renouvellement des bâches / panneaux extérieurs

Presse - médias

Communiqués réguliers : 1 x mois environ en saison Le Dauphiné Libéré, La Tribune, Hebdo...

- ✓ Lancement de saison
- ✓ Programmation des animations
- ✓ Evénement...



Exposition dans le cadre des Journées Européennes du Patrimoine, Castanea.

Pour les Journées Européennes du Patrimoine, Castanea... très beau bâtiment du XVIIe siècle... eumentaire sonore: un jeu entre les narrations et les sons...



Ma Bastide

- ✓ Rédactionnel de 2 pages offert dans l'édition estivale + web
- ✓ 1 encart payant sur l'agenda



Les actions de promotion

Réécriture d'un dossier de presse grand public
en cours de finalisation

Accueil journalistes et ou influenceurs

Tout au long de l'année à portée locale, nationale et internationale autour de la thématique châtaigne, gastronomie et Castagnades.

En 2024 via le service communication de l'ADT :

- ✓ Rustica - Parution Automne 2024
- ✓ Sites web : Lyon.CityCrunch ou encore SoGood





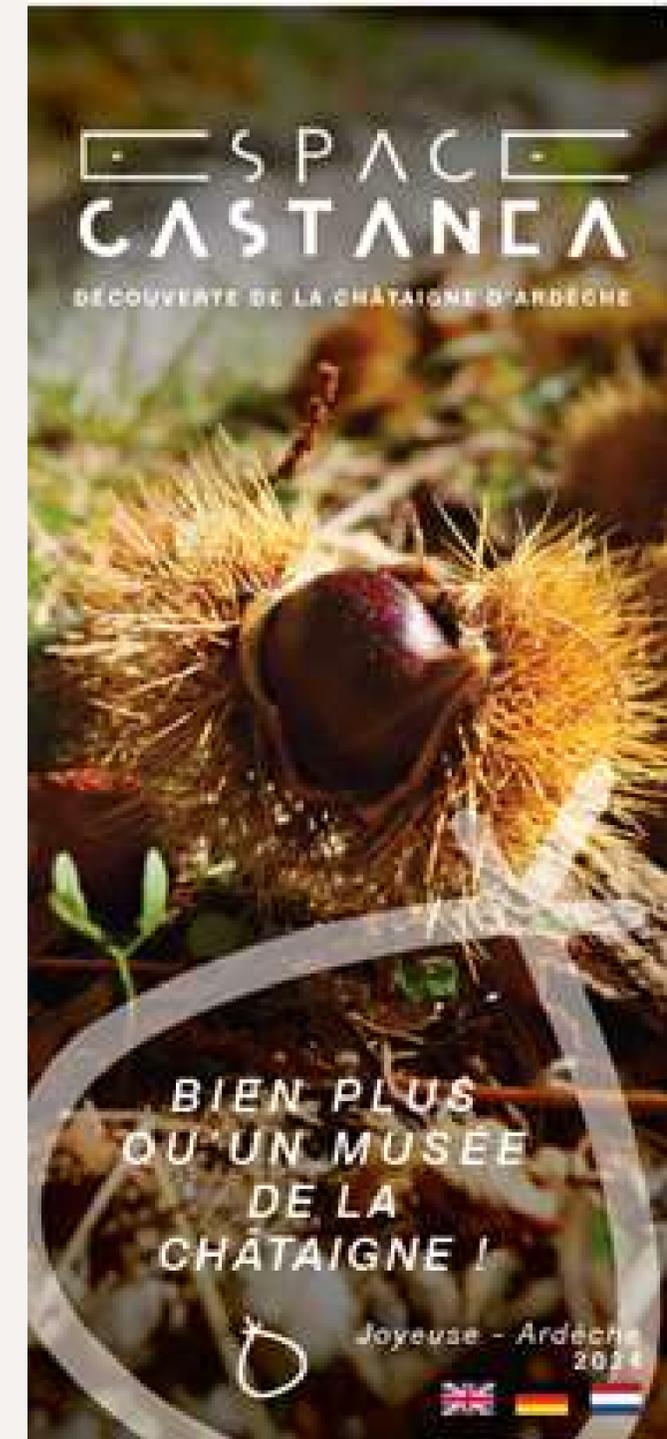
Les actions de promotion

Dépliant

Création Lisa Haab et impression Fombon
40 000 dépliantes

- ✓ Tournées de distribution mutualisée (de Thueyts aux Gorges de l'Ardèche)
- ✓ Forum des rencontres du tourisme Destination Ardèche
- ✓ Bourse aux dépliantes à St Remeze
- ✓ Salon de la gastronomie à Valence
- ✓ Salons via Ardèche Loisirs Patrimoine (Marché Autrement Lyon...)
- ✓ Offices de tourisme
- ✓ Mairies Pays Beaume Drobie (via le conseil communautaire)
- ✓ Lors des différentes rencontres, réunions à Castanea ou via l'OT
- ✓ Commerces et artisans de proximité
- ✓ A l'accueil de Castanea toute la saison

Un lot d'entrées gratuites à offrir est remis avec les dépliantes distribués



Focus

🌰 Rencontres du Tourisme au Pouzin

Vendredi après-midi destiné aux partenaires touristiques (hébergeurs...) affluence modérée. Samedi : familles, mais surtout beaucoup de seniors..

🌰 Bourse aux dépliants à Grotte Madeleine

Echange environ 1000 dépliants entre sites touristiques ardéchois et hébergeurs essentiellement secteur Gorges Ardèche

🌰 Valence en gastronomie

Stand partagé avec l'ADT au Salon gastronomique de Valence. Quelques produits vendus mais les visiteurs du stand cherchaient plutôt à avoir des infos sur la fabrication des produits.



Les actions de promotion

● Encarts – Editions

Encarts dans les supports de communication touristique ou à destination des locaux à l'échelle des Cévennes d'Ardèche.

- ✓ Supports de l'office de tourisme Cévennes d'Ardèche : Indispensable, agenda des festivités, plans de ville...
- ✓ Bulletins municipaux de Joyeuse et de la CDC Pays Beaume Drobie
- ✓ supports de communication touristique à l'échelle départementale
- ✓ Carte Ardèche Loisirs et Patrimoine : 280 000 exemplaires et seule carte diffusée par l'ADT sur toutes les actions de promotion, visibilité majeure.



- ✓ Carte Sud Ardèche : 100 000 exemplaires - diffusion dans les OT et hébergeurs
- ✓ Guide Famille réalisé par les offices de tourisme du sud Ardèche
- ✓ Guide du Parc Naturel régional des Monts d'Ardèche et le Pass'Parc
- ✓ Guide Miam Miam + Étapes Savoureuses : réseau goûtez l'Ardèche

Les actions de promotion

Création en interne de 5 affiches pour la programmation des animations

Vacances printemps, Avant saison, Été, Automne et Vacances Toussaint
Diffusion

- ✓ Réseaux sociaux Castanea
- ✓ dans les OT (print, encart dans les éditions, newsletter etc..)
- ✓ Emailing hébergeurs ardèche
- ✓ Affichage extérieur castanea (vitrine infos pratiques)

Partenariat avec les offices de tourisme d'Ardèche

Dépliant à disposition dans leurs bureaux d'accueil, présence sur les éditions et le site web

- ✓ Pont d'Arc Gorges de l' Ardèche
- ✓ Val de Ligne
- ✓ Pays d'Aubenas Vals Antraigues
- ✓ OT Ardèche Sources et Volcans
- ✓ OT Berg et Coiron - Nouveauté 2024

Encarts dans les supports de communication touristique à échelle nationale (print & web)

- ✓ Guide du Routard Drôme Ardèche
- ✓ Le Petit Futé Ardèche « Recommandé en 2024 »
- ✓ Guide partenaires Gîtes de France,
- ✓ Guide vert Michelin ...



Le digital



Site web : castanea-ardeche.com

- ✓ Mise à jour hebdomadaire réalisée en interne
 - horaires, page actualités, zoom, sur les animations, visite de châtaigneraie -sentier à Laboule...
 - intégration de tous les widgets pour la réservation en ligne des animations et de la billetterie

Réseaux sociaux

Facebook

- 925 amis (contre 838 en 2023) et 791 followers
- ✓ Moderniser l'image de Castanea – toucher un public qui ne vient pas spontanément au musée
- ✓ Posts essentiellement sur l'annonce des événements, des animations..., sur la boutique mais aussi sur le filière châtaigne (métier, récolte..)

Instagram

- ✓ 824 followers (690 followers en 2023)
- ✓ Contenus : communication autour des animations, la boutique, la filière châtaigne....
- ✓ bien suivi par les professionnels du tourisme (campings, gites...)



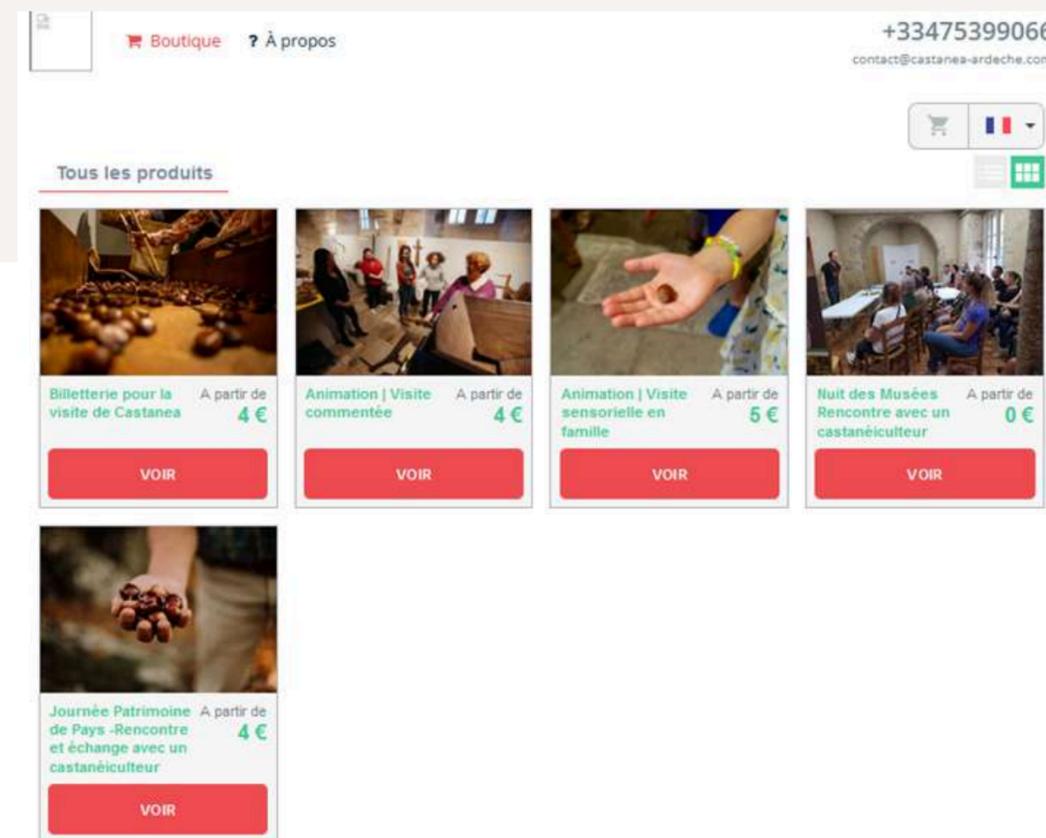
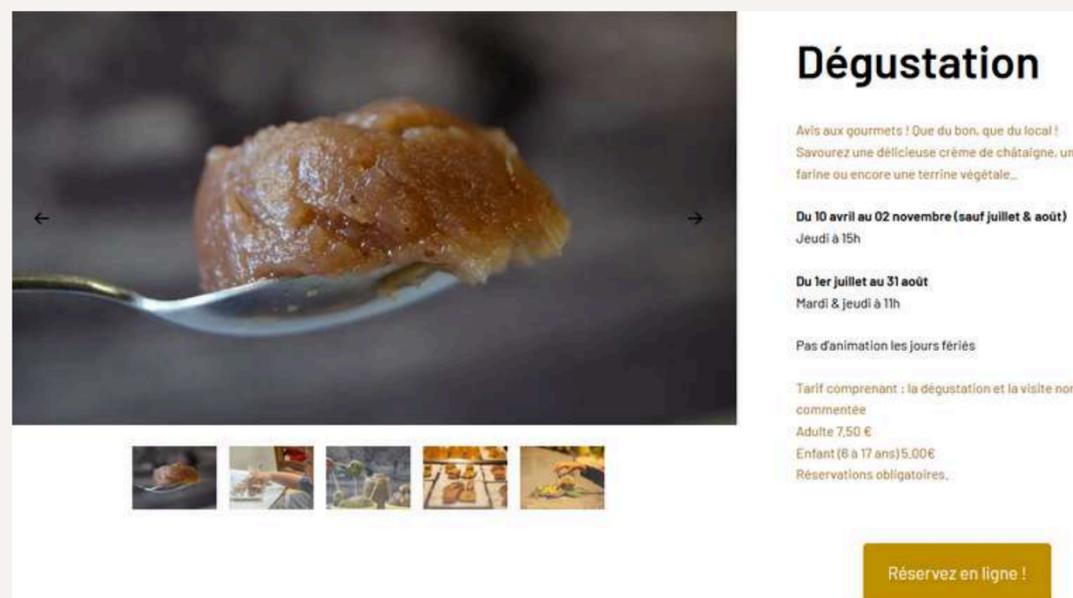
Le digital



Billetterie en ligne via la solution ADDOCK

- ✓ une page dédiée à la résa en ligne depuis le site web de Castanea, accessible aussi depuis Google Billets : <https://castanea.addock.co>
- ✓ des widgets pour chaque billet ou animation liée à la fiche Apidae et visible sur le site de Castanea ou sur les sites web partenaires : Cévennes d'Ardèche, ADT Ardèche, Pont d'arc Gorges de l'Ardèche...
- ✓ Plus de 4000€ de recettes en 2024 soit une progression de 170% des ventes annuelles (1521€ généré en 2023)

- Image d'un site vivant, moderne
- Visibilité numérique augmentée
- Parcours client facilité



La boutique

La boutique 100 % châtaigne

Une 40aine de fournisseurs - plus de 200 références
5 nouvelles références en 2024

- ✓ Savon ménager (Au Bois Tordu à Sainte-Marguerite Lafigère)
- ✓ Un jeu Road Trip en Ardèche (SAS Shakos à Aubenas)
- ✓ Un livre jeunesse "Châtaigne et marron (d'Ella éditions à Leves 28)
- ✓ Un livre "Remarquables, des arbres, des femmes et des hommes en Ardèche" (Septéditions à Vals-les-Bains)
- ✓ Un livre "Petit traité gourmand de la châtaigne" Edition équinoxe

Un lien étroit avec les producteurs

Réunion de bilan annuel autour de la boutique, des animations et de notre collaboration.

Partenariat pour la dégustation de leurs produits.



Chiffres d'affaires boutique (sans billetterie).

	CA Boutique HT
2024	91 965 €
2023	74 998 €
2022	73 210 €
2021	60 216 €
2020	46 164 €
2019	68 271 €

La boutique



Panier moyen est stable

Pour les achats Boutique (hors billetterie) :
21.12€ TTC (19.56 € en 2023)

Nombre moyen de produits par panier : 3.24
(3.26 en 2023)

Taux de transformation de 39,30%

(= pourcentage de visiteurs qui ont effectué un achat à la boutique)

4573 paniers au total / 11 636 visiteurs
= très bon taux, une boutique qui plaît et correspond aux attentes des clients.

1 000 personnes ont franchi la porte uniquement pour la boutique.

Produits phares de 2024

Le TOP 5 des produits le plus vendus en 2024

Désignation	Quantité
1. Crème de châtaigne nature 350 g	985
2. Tube crème châtaigne Castanea	665
3. Flan à la farine de châtaigne	587
4. Crème éclat confit châtaigne 240 g	564
5. Confiture de châtaigne à la vanille	454

La boutique

Tube spécial Castanea (offert avec les entrées payantes)
TOP des meilleures ventes avec 665 + 342 (revendeurs) soit 1007 tubes vendus sur l'année

Les points revendeurs

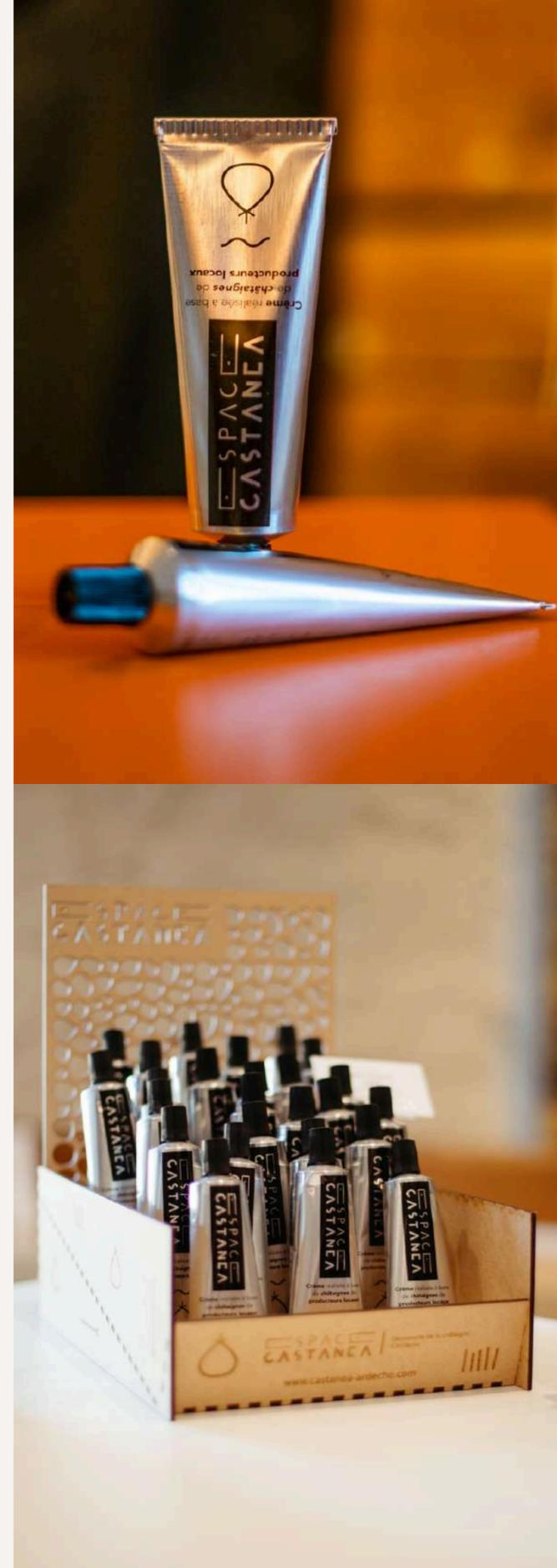
- OT Cévennes d'Ardèche Joyeuse et des Vans
- OT Gorges de l'Ardèche Pont Arc et Aubenas Vals Antraigues
- Auberges/ Bistrots de Pays La cueille à Ribes et l'Auberge de Planzolles,
- par un producteur Emmanuel Champ sur son stand lors des marchés

Offerts dans le cadre de partenariat avec les trails de Beaume Drobie
96 tubes offerts au trail des Dolmen - 96 au trail Beaume-Drobie sur Valgorge

Récolte 2024

560 kg de châtaignes fraîches collectées en octobre et congelées chez les Etablissements Sabaton pour remplir 8500 tubes en 2025

Le packaging du tube Castanea va être retourné à 360° pour éviter les coulures de crèmes. Les tubes seront désormais présentés le bouchon en bas. La fabrication de ces nouveaux tubes prévue en 2025



Satisfaction client

Fairguest

FairGuest organise, et diffuse les avis des visiteurs, l'outil en ligne observe plus de 20 plateformes d'avis dans le monde.



Réponse à tous les commentaires en ligne. Essentiellement sur la fiche de Google (environ 60 avis postés en 2024) et à la marge Tripadvisor (2 avis postés)



Questionnaire de satisfaction

Un questionnaire satisfaction version « papier » à disposition des publics.

- 83 questionnaires
- ✓ pour 97% des visiteurs, la visite a correspondu à leurs attentes
- ✓ 96 % des visiteurs sont satisfaits ou très satisfaits du tube offert
- ✓ 96% des visiteurs sont satisfaits ou très satisfaits de la boutique
- ✓ Points en demi-teinte, déjà identifiés :
 - o 24% des visiteurs jugent que stationnement n'est pas satisfaisant.
 - o « remarques » : chaleur dans les salles, non accessibilité du site ...

Satisfaction client



Les retours clientèle « en direct » à l'accueil

- Des retours très positifs concernant :
 - ✓ Tube Castanea offert
 - ✓ Livrets de jeux pour les enfants très appréciés par les familles, leurs traductions en 3 langues
 - ✓ Dégustations animées
 - ✓ Visite sensorielle pour les enfants
 - ✓ Architecture du bâtiment,
 - ✓ Muséographie, lecture accessible au plus grand nombre
- Les retours plus négatifs concernent chaque année les mêmes problématiques qui bien souvent ne nous incombent pas
 - o Mauvaise signalétique du site et stationnement dans le village
 - o Chaleur dans les salles en période de canicule : la durée de visite est pour certains écourtée.
 - o Accessibilité/ place réservée dans le village



Partenariats



Impression au Fablab de

- présentoirs pour tubes de crème de châtaigne,
- présentoir pour le livret souvenirs de visite
- un pot à crayon,
- un petit présentoir à carte postale,...

Eductour des partenaires hébergeurs 14 mars 2024 matinée = une vingtaine d'hébergeurs en visite guidée avec dégustation et présentation de nos animations.

Stand à la **Soirée partenaires de la SPL Cévennes** d'Ardèche

