

BILAN

2023



Cévennes
d'Ardèche

SPL Cévennes d'Ardèche
17 Place Ollier - 07140 Les Vans
www.cevennes-ardeche.com - www.castanea-ardeche.com
+33 (0)4 75 37 24 48 - +33 (0)4 75 39 90 66



2023 : A L'ASSAUT DE NOUVEAUX DÉFIS !

“Portée par des tendances sociétales lourdes, l'émergence de nouvelles attentes dans le tourisme est aujourd'hui une évidence. Le tourisme durable et responsable est au cœur de nos préoccupations. La prise de conscience écologique se généralise, en particulier parmi les jeunes générations, qui expriment un désir croissant de voyager de manière plus consciente.

S'éloigner des zones d'affluence pour se tourner vers de grands espaces naturels hors des sentiers battus se confirme tout autant que le besoin de se ressourcer et se relaxer.

Face à ces mutations, nous avons su nous adapter et renforcer nos actions. Notre engagement constant envers l'excellence opérationnelle et l'innovation dans le domaine du tourisme et de l'accueil est plus fort que jamais. Chaque volet de nos missions reflète notre volonté de répondre aux besoins changeants de notre marché, à renforcer nos relations avec nos parties prenantes et à maintenir une offre de qualité pour nos visiteurs.

Dès 2022, nous nous sommes engagés dans une stratégie de changement marquée par la fin du programme Recreator. Deux projets phares sont arrivés à maturité en 2023. Ils offrent une réelle opportunité pour les Cévennes d'Ardèche de se démarquer et le cap pour les années à venir.

LE PROGRAMME PACT CÉVENNES vise à renforcer l'image et la notoriété de notre destination, à travers un positionnement engageant et différenciant. L'attractivité des « Cévennes d'Ardèche » est de ce fait boostée par une nouvelle stratégie marketing et des actions élargies, en phase avec les aspirations actuelles des visiteurs en recherche de voyages porteurs de sens, du « consommer local » et des destinations « nature » ... Notre destination est aujourd'hui connue et reconnue grâce à l'association de ses deux noms marques Ardèche et Cévennes, tous deux vecteurs de valeurs fortes et nous permettant de multiplier les prises de parole.

LA STRATÉGIE PÔLE PLEINE NATURE

L'élaboration d'une stratégie pleine nature nous a permis d'être lauréat de l'appel à projet Massif Central et d'intégrer le réseau national des 18 Pôles Pleine Nature, faisant ainsi des Cévennes d'Ardèche un territoire reconnu pour ses activités de pleine nature. Toute l'équipe de la SPL s'est alors mobilisée pour donner du sens et orienter la stratégie globale de l'office de tourisme, en ajuster les priorités pour les années à venir afin de faire des Cévennes d'Ardèche un territoire exemplaire du tourisme durable par les activités en nature.

2023 : A L'ASSAUT DE NOUVEAUX DÉFIS !

La signature d'une nouvelle convention d'objectifs triennale avec les Communautés de communes a consolidé nos actions et optimisé 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.

Être proactifs en proposant de nouvelles expériences innovantes et en accompagnant différents projets, comme le développement du vélo par exemple, reflète notre volonté d'offrir une offre diversifiée et attrayante pour nos visiteurs. Le travail de professionnalisation, de promotion, de production de contenus et de qualification de l'offre nourrit la qualité de l'accueil et la connaissance du territoire qui sont traditionnellement restées le cœur de l'activité de l'office de tourisme, au service des professionnels de la destination.

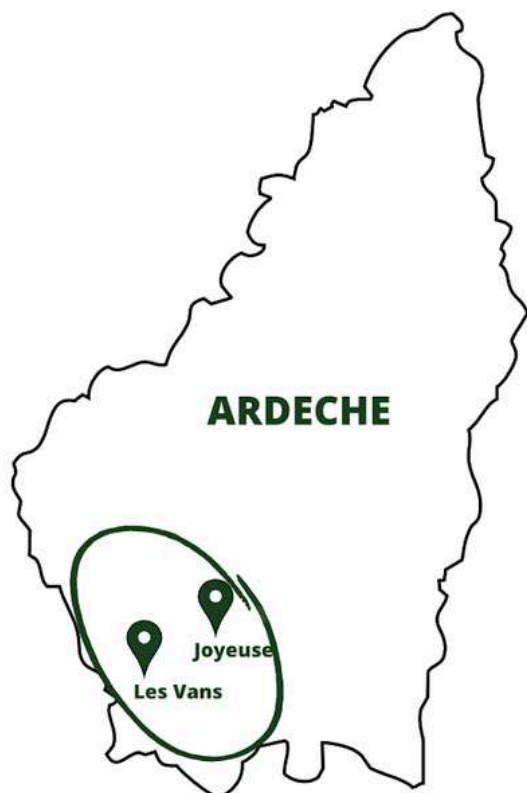
Être proactifs c'est aussi savoir agir face à des situations en tension comme nous l'avons fait en 2023 avec la mise en place d'un groupe de travail dédié à l'adaptation de nos messages en raison des évolutions liées au changement climatique.

C'est alors une multiplicité de points de contact qui a accompagné les visiteurs, primo arrivants ou fidèles, les habitants venus pour une excursion ou un séjour en Cévennes d'Ardèche. Et avec 2,3 millions de journées d'excursions et 2,8 millions de nuitées, 2023 fut une belle année !

2023 marque ainsi un tournant pour les Cévennes d'Ardèche, une année où nous avons consolidé notre positionnement et ouvert de nouvelles perspectives. Nous sommes fiers de contribuer à l'émergence d'un tourisme plus durable et responsable, et nous sommes impatients de relever les défis à venir."



PRÉSENTATION



LA DESTINATION CÉVENNES D'ARDÈCHE

Chiffres clés 2022 :

- 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

Depuis 2017, la SPL Cévennes d'Ardèche a plusieurs missions : l'accueil et l'information, la promotion et la communication, l'observation, la commercialisation et l'ingénierie et l'animation dans un objectif de développement touristique durable.

Après le programme Recreator (2019-2022) les Communautés des communes lui confient en 2023 la coordination de la stratégie Pleine Nature.

Ainsi, Cévennes d'Ardèche gère 3 pôles : celui de l'office de tourisme, celui de Castanea, l'espace découverte de la châtaigne d'Ardèche, et a un rôle de coordinateur de la stratégie pleine nature sur le territoire.

- 2 bureaux d'informations permanents :
Les Vans et Joyeuse
- 1 espace de découverte : Castanea
- classement en catégorie 2
- Marque Qualité Tourisme

BILAN 2023



ACCOMPAGNER AU CHANGEMENT

TRANSFORMER LA CHAÎNE
DE CRÉATION DE VALEUR ET
DÉVELOPPER UN RÉEL
ACCOMPAGNEMENT AU
CHANGEMENT POUR PASSER
D'UN TOURISME SUBI À UN
TOURISME CHOISI

COMMUNICATION INTERNE

COMMUNICATION 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

COMMUNICATION POUR LES SOCIOPROFESSIONNELS

- Page Facebook : 60 posts (relai de l'agenda, webinaires destinés aux pros, actualité de l'office et de la presse du territoire...) - 232 followers - 711 visites - 9520 couvertures
- Newsletter pro : 1 par trimestre

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'ÉVÈNEMENTS

Vente de billets au comptoir ou réservation en ligne ainsi qu'un soutien à la communication des événements pour les associations et partenaires

COMMISSION COMMUNICATION "EXTRAORDINAIRE"

pour traiter de l'environnement et des risques de l'impact climatique sur nos stratégies de communication et d'accueil touristique. Comment réagir en situation de crise, quels messages diffuser en amont, comment déconstruire les mythes et les "fake news" (notamment sur l'eau)... ? Travail sur la chaîne de communication et les éléments de langage pour l'accueil et le digital.

MISE EN LIGNE ET ACTUALISATION DE PAGES WEB

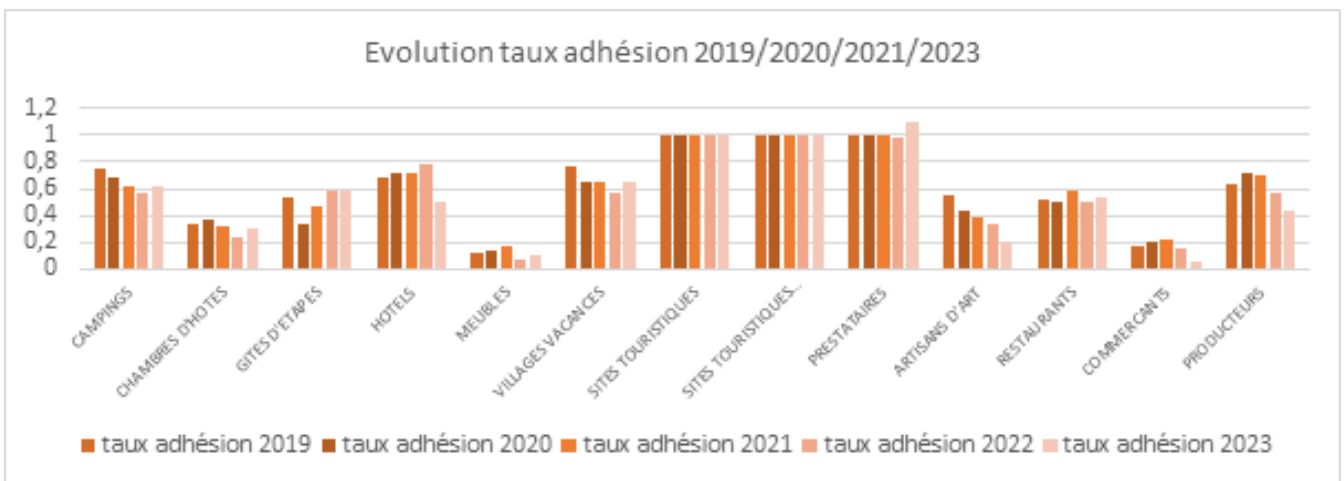
Création de nouvelles pages suite à cette commission communication pour sensibiliser à la richesse mais aussi la fragilité des milieux naturels, diffuser les bonnes pratiques et déconstruire quelques idées reçues, notamment sur les cyanobactéries.





LE GUIDE DU PARTENARIAT 2023

- Un nouvel outil professionnel de gestion des campagnes et une grille tarifaire repensée
- Le chiffre d'affaires enregistre une hausse de 6% en 2023, avec un montant atteignant 56 500 € HT (contre 53 200 € en 2022).
- Le nombre de partenaires affiche un recul, passant de 393 en 2022 à 372 en 2023, soit une baisse de 5%. La frilosité de certains professionnels en raison de la hausse de prix de l'énergie et du contexte géopolitique est venue impacter nos résultats.
- Les packs numériques atteignent enfin les 30% des partenaires alors que les enjeux liés à la vente en ligne sont majeurs.
- L'année 2023 ne retrouve toujours pas le niveau d'avant crise de 2019.



SOIRÉE PARTENAIRES À RIBES

- 22 exposants APN
- 13 producteurs offrant une dégustation
- Environ 80 participants
- 12 interventions en plénière
- Un taux de satisfaction de 4.9/5



ORGANISATION DE LA GOUVERNANCE

GOUVERNANCE

Accueil d'un administrateur suite à la nomination du nouveau vice-président tourisme à la Communauté de communes du Pays des Vans en Cévennes

Une gouvernance repensée : la SPL, coordinatrice de la stratégie pleine nature

Comités techniques :

- Commission communication – 2 réunions
- Groupe de travail « changement climatique » - 2 réunions
- Groupe de travail Activités de pleine nature – 1 réunion
- Groupe de travail Vélo – 2 réunions

Des réunions mensuelles avec les vice-présidents des Communautés de Communes :

- 3 comités de suivi
- 5 conseils d'administration
- Conseil consultatif présent à tous les conseils d'administration
- Une commission supra Pôle Pleine Nature

La signature d'une nouvelle convention d'objectifs 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.

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
- Evaluation méthodologique, technique et financière suite à la sollicitation de l'office de tourisme de Val de Ligne pour étudier un projet de rapprochement



TRANSFORMER, DÉVELOPPER ET STRUCTURER L'OFFRE

PÔLE PLEINE NATURE

- Obtention du label Pôle pleine nature fin 2023 qui marque la reconnaissance du territoire pour ses activités à pratiquer en nature.
- Définition du cadre opérationnel pour 2 volets identifiés comme prioritaires : l'univers vélo (étude menée en 2023) et l'accompagnement à la professionnalisation de la filière (étude lancée fin 2023).
- Préfiguration d'un accompagnement au design d'une offre canoé
- Ingénierie technique et financière (Feder, ADEME, Région)

TERRITOIRE RÉGION PLEINE NATURE

Accompagnement à la commercialisation par le Comité Régional du Tourisme (CRT) Auvergne Rhône Alpes

Identifiées comme territoire à faible notoriété, les Cévennes d'Ardèche ont été choisies pour bénéficier d'un accompagnement méthodologique par l'Agence Tipik et Allibert Trekking au montage d'un séjour inclus dans une gamme de séjours Pleine nature

- 1 séjour Zéro voiture construit
- 1 transfert de méthodologie
- la mobilisation des acteurs impliqués
- une action de communication sur la gamme portée par le CRT au côté de 6 autres destinations
- le séjour retenu par Allibert Trekking pour être commercialisé

Accompagnement technique au montage de projets et demandes de subventions des communes, Communautés de communes et partenaires externes (14 dossiers déposés en 2023 – 562 K€ de dépenses TRPN – 164 K€ de subventions Région)

GÉOTREK : COEUR DE PROMOTION DES RANDONNÉES

- Mise en place de la V3 de Géotrek
- Déploiement de widgets dédiés
- Alimentation des circuits et correction continue
- Traductions
- Activation de la passerelle avec Apidae

TRANSFORMER, DÉVELOPPER ET STRUCTURER L'OFFRE

PRODUCTION DE CONTENUS, QUALIFICATION ET VALORISATION DE L'OFFRE

- Production de contenus pour les boucles vélo équipées par le Département de l'Ardèche
- Identification et mobilisation des professionnels au départ d'une liaison du GRP Haute vallée de la Cèze en partenariat avec le Département du Gard
- Création 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...)
- Réimpression du cartoguide de randonnée et de nouvelles fiches topo de randonnée

AGRITOURISME

- Mise en place « De la rando à l'assiette » : 3 villages, 3 randos, 3 bistros (et 4 en 2024 !) : identification des prérequis, mobilisation des restaurateurs et mise en place d'un plan de communication
- Accompagnement à la communication du sentier au cœur de l'exploitation de Marrons Châtaignes à Laboule « Flânerie gourmande »
- Soutien au déploiement De fermes en fermes
- Contribution au travail de storytelling Vignobles et Découvertes
- Co-organisation de l'opération Vendangeurs d'un jour
- 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
- Commercialisation des prestations et billetteries de 37 partenaires
- Développement des espaces dédiés au dépôt vente d'une gamme d'artisanat d'art (70 références)



DE RECREATER À UNE STRATÉGIE PLEINE NATURE

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.



Fin 2022, fort d'une stratégie pleine nature en 7 axes, notre territoire a été lauréat de l'appel à manifestation d'intérêt **"Territoire Région Pleine nature"** de la Région Auvergne Rhône-Alpes et du dispositif "Déclinaison territoriale de Destination France", et désigné **Pôle Pleine Nature du Massif central**. L'enjeu est de faire passer les sports et loisirs en nature d'une dimension touristique, saisonnière, consommatrice à une **véritable filière intégrée**, génératrice de plus-value et de retombées locales, capable de **minimiser son empreinte environnementale**. L'association avec le patrimoine, la gastronomie, et la culture, est au cœur de cette transformation, pour révéler **l'identité et l'ADN des Cévennes d'Ardèche**.

2023, L'ENTRÉE EN PHASE OPÉRATIONNELLE

Les communautés de communes ont fait le choix de travailler par univers de pratiques afin de garantir le développement d'une offre valorisante, variée, complète, cohérente et durable et génératrice de retombées économiques. Il s'agit d'envisager ces univers de pratiques en prenant en compte 3 dimensions complémentaires : sport, éducation et tourisme.

UNIVERS DES PRATIQUES DU VÉLO

Conforté par le diagnostic des sports et loisirs en nature et une demande territoriale forte, un travail approfondi a débuté sur l'univers des pratiques du vélo (VTT, Gravel et cycloroute). Il s'agissait de proposer aux collectivités des outils d'aide à la décision en matière de circuits (boucles et itinérance pour chacune de pratiques) et d'équipements adaptés aux pratiquants.

Grâce à un accompagnement externe (Entreprise AMC7), les propositions ont été produites en prenant en compte les critères de la Fédération française de Cyclisme qui labellise des espaces VTT, Gravel et Cycloroute. Ce premier travail sera le socle pour envisager cet univers de manière transversale et globale (aménagement, communication, développement et évaluation).

- **VTT** : 47 fiches dont 4 itinérances et 3 enduros
- **GRAVEL** : 20 fiches dont 4 itinérances
- **CYCLO** : 24 fiches dont 4 itinérances
- Équipements adaptés aux pratiquants (type de mobiliers et d'équipements)



ZOOM SUR

LE PREMIER SÉMINAIRE DES PÔLES DE PLEINE NATURE ET TERRITOIRES AVENIR MONTAGNE DU MASSIF CENTRAL

Le Pôle pleine nature Cévennes d'Ardèche a eu le plaisir d'accueillir le 1er séminaire associant les territoires Massif central lauréats du Plan Avenir Montagnes Ingénierie et les territoires lauréats de l'appel à projets « pôles de nature » Massif central 2023, les 4, 5 et 6 décembre 2023 à Montselgues.

Ce séminaire s'inscrit dans la démarche souhaitée par le partenariat Massif central (Conseils Régionaux, Conseils Départementaux, Etat / ANCT) qui vise à mettre en réseau les bénéficiaires des différentes politiques mise en œuvre, en vue de favoriser des échanges, une co-formation, des actions partenariales. C'est le Pôle de Ressources National des Sports de Nature (PRNSN) qui a été chargé de l'organisation de ce séminaire.

Dix territoires du Massif Central ont été accueilli par une délégation d'élus des Cévennes d'Ardèche.



UN NOUVEAU PÔLE PLEINE NATURE, CONFORTÉ

Ces 1ères rencontres confortent le nouveau Pôle pleine nature des Cévennes d'Ardèche dans une déclinaison opérationnelle de ses orientations et de sa stratégie avec la construction de nouvelles collaborations et la consolidation de partenariats solides pour permettre d'œuvrer collectivement pour l'attractivité durable de nos territoires ruraux.



RENFORCER LA NOTORIÉTÉ

**RENFORCER LA NOTORIÉTÉ,
SE DÉMARQUER GRÂCE À
L’AFFIRMATION D’UN
TERRITOIRE PLURIACTIVITÉS
EN NATURE QUI CAPTE OU
S’ADAPTE AUX NOUVELLES
CLIENTÈLES**

REFONTE DE LA STRATÉGIE MARKETING ET DU POSITIONNEMENT

Sous-jacente depuis quelques années, portée par des tendances sociétales lourdes, l'émergence d'une nouvelle forme de tourisme est aujourd'hui une évidence. Bien loin d'un tourisme synonyme de consommation à tout va, les territoires repensent aujourd'hui leur stratégie touristique pour faire des vacances et des loisirs le levier d'une économie plus durable et créatrice de lien social.

OPPORTUNITÉ

Deux projets phares qui offrent une réelle opportunité pour la destination Cévennes d'Ardèche d'incarner le tourisme de demain.

LE PROGRAMME "PACT CÉVENNES"

RENFORCER L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ DE LA DESTINATION

Définition d'un positionnement touristique permettant à la destination Cévennes de se positionner durablement et d'émerger dans un environnement concurrentiel, de véhiculer une image en adéquation avec les nouvelles aspirations des clientèles.

Définition commune des composantes du positionnement du territoire des Cévennes, au regard de son identité, de ses singularités, mais aussi de l'image que souhaite donner ses principaux acteurs.

LA STRATÉGIE PÔLE PLEINE NATURE

Une ambition affichée pour le territoire : Faire des Cévennes d'Ardèche un territoire exemplaire du tourisme durable par les activités de pleine nature.

Lauréat de l'appel à manifestation d'intérêt « Territoire Région Pleine nature » de la Région Auvergne Rhône-Alpes et du dispositif « Déclinaison territoriale de Destination France », et désigné Pôle Pleine Nature du Massif central



REFONTE DE LA STRATÉGIE MARKETING ET DU POSITIONNEMENT

UNE AMBITION LÉGITIME

- Au regard de la richesse naturelle exceptionnelle de notre destination et du développement de son offre touristique
- Cohérence de notre stratégie avec celles des schémas départementaux et régionaux afin de créer des synergies
- La volonté partagée de l'ensemble des acteurs de "ne pas faire plus mais toujours mieux" qui traduit un engagement fort et une maturité



Sur la base de ces fondements, nous avons acté la nécessité de travailler une nouvelle feuille de route marketing qui repose sur 3 axes principaux :

LE PORTRAIT IDENTITAIRE

Couleurs, matières, éléments sensibles, forces et faiblesses du territoire.

LE POSITIONNEMENT

Il définit la raison d'être de la destination, ce qu'elle a d'unique, de singulier, de spécifique. C'est un véritable fil rouge, garant de la cohérence de la communication de la destination à travers chacune de ses prises de parole.

Un nouveau positionnement à la croisée de deux tendances, celle d'un tourisme responsable et positif, créateur de lien social ou levier de développement durable et celle d'un tourisme transformationnel, qui propose des expériences synonyme d'apprentissage pour repenser sa relation au monde et aux autres dans un territoire apprenant.

LA STRATÉGIE MARKETING

Définition des cibles prioritaires, des axes stratégiques cohérents à mettre en œuvre et de la stratégie éditoriale qui en découle.

UNE CHARTE GRAPHIQUE REPENSAÉE

Dans la continuité de la refonte de notre stratégie marketing, nous avons entrepris un travail afin de repenser notre charte graphique, avec une livraison début 2024.

KEYWORDS :

**Humain, Écologie,
Partage, Futur,
Territoire, Ardèche**



BASE DE LA MARQUE

BASELINE



UN SITE WEB AVEC UNE FORTE AUTORITÉ

Le site web constitue le support indispensable de toute stratégie digitale. Un site web aujourd'hui, doit être informatif, inspirationnel et livrer de la donnée qualifiée à forte valeur ajoutée. Depuis 7 ans le site www.cevennes-ardeche.com a acquis une belle notoriété.

Cette notoriété est le résultat de plusieurs facteurs :

- Qualité du site web (force d'un domaine - domaine référent 56/100)
- Nombre de mots clés croissants depuis la mise en ligne du site web

Le site web Cévennes d'Ardèche s'est fait une place dans l'environnement digital ardéchois et doit tenir son rang de 3ème. Dans cet écosystème très concurrentiel, la course au référencement est activée. Le nouveau positionnement de notre destination, le nouveau projet autour du vélo et une forte implication des acteurs, permettra de rester compétitif.

Un nouveau projet web et une nouvelle stratégie marketing d'influence devrait permettre à notre destination de se révéler ! L'année 2024 présage de beaux projets digitaux.



QUELQUES CHIFFRES

- 223 300 utilisateurs (+20%)
- 587 488 pages vues (+17%)
- 787 000 événements (clics, scrowl...)

RUBRIQUES LES PLUS VISITÉES

- Tous les événements (+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

ACQUISITION

La part de recherche organique (référencement naturel) ne cesse de progresser (+16% par rapport à 2022). Une légitimité de l'information, des pages de contenus rédactionnels produites tout au long de l'année. Un site informationnel recensant de l'offre à destination de tous les publics (locaux, touristes) qui fait le job !

La part des réseaux sociaux quant à elle accuse encore une baisse mais moins significative que l'année dernière (-3% par rapport à 2022). Il faudra identifier des nouveaux objectifs dans le cadre d'une nouvelle stratégie de marketing d'influence et conquérir de nouvelles cibles voire réseaux sociaux !

ENGAGEMENT

La page « Tous les événements » enregistre une grosse hausse de fréquentation surtout en pleine saison. Un fort engouement pour les sorties.

Cette page représente 12% du trafic total du site web de Juin à fin août.

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.

TOP 10 DES MOTS CLÉS

1. Les Vans
2. Marché nocturne Joyeuse
3. Bois de Païolive - circuit vert
4. Bois de Païolive
5. Banne
6. Marche nocturne Joyeuse
7. Chassezac
8. Les Vans Ardèche
9. Office de tourisme Les Vans
10. Gorges du Chassezac

VENTE EN LIGNE

- 17 340€ de chiffre d'affaires sur le site de l'office de tourisme (constant par rapport à 2022)
- 163 paniers

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

LES OUTILS NUMÉRIQUES

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

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 bureaux d'information, elles pallient l'absence de point d'information

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

LES RÉSEAUX SOCIAUX

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...

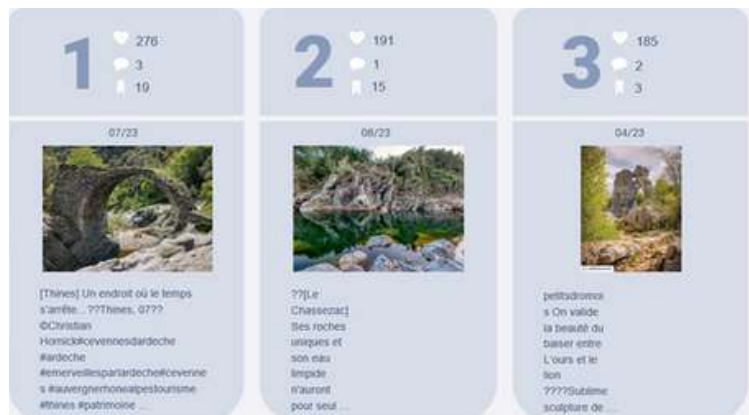


FACEBOOK

- 9 300 followers (+8%)
- 3 publicités sponsorisées pour 1 288 732 impressions et un coût par clic de 0.01 à 0.06€ :
- Une vidéo VTT (*public ciblé*)
- De la rando à l'assiette (*public ciblé*)
- On vous promet un printemps 100% culturel et festif

INSTAGRAM

- 3 000 followers (+18%)
- 79 200 impressions



LE BLOG

Le blog concentre des articles et récits produits par les membres de l'équipe en lien avec la stratégie marketing Cévennes d'Ardèche. Il met en avant des nouveautés, des expériences, des interviews sur les richesses de notre territoire.

- 12 articles
- 77 825 vues sur le blog
- 24 actualités

COMMUNICATION PRINT & PRESSE

LES ÉDITIONS

En 2023, pas de nouveau journal mais un guide pratique entièrement repensé. 72 pages pour découvrir les « Indispensables » des Cévennes d'Ardèche. Un document éditorialisé pour apporter de l'information séduisante et pratique avec un annuaire des partenaires et une carte de territoire.

Au total, 88 000 éditions ont été réalisées en 2023 par l'office de tourisme.



- **L'indispensable** : 10 000 exemplaires, un gros succès pour ce livret qui n'a cessé d'être salué par les visiteurs **NOUVEAU**
- **Agenda** : 5 800 exemplaires et un envoi hebdomadaire à plus de 900 personnes, refonte de l'agenda "été"
- **Carte Sud Ardèche** : 20 000 exemplaires et réalisation de la carte APS 2024 pour le compte des autres offices de tourisme partenaires
- **Guide des hébergements** : 1 500 exemplaires
- **Guide Famille** : 6 000 exemplaires
- **Cartoguide "Chemin & Dolmens"** : 2 300 exemplaires, avec un retour du sentier de Chandolas
- **Cartoguide Via Ardèche** : 2 000 exemplaires
- **Plans de villes** réédités pour 2 ans : 15 000 exemplaires pour la ville des Vans et 10 000 exemplaires pour la ville de Joyeuse
- **Dépliants "De la rando à l'assiette"** : 3 000 exemplaires **NOUVEAU**
- **Carto rando** : 12 000 exemplaires

Et toujours : Randoland, les journaux, topos et Tour du Tanargue édités les années précédentes. Et aussi les cartes Ardèche Loisirs et Patrimoine, les Bistrot de Pays, les Villages de Caractères, les voies douces de l'Ardèche et toute la documentation de nos partenaires (sites, prestataires d'activités, association).

COMMUNICATION PRINT & PRESSE



ACTIONS DE PROMOTIONS

- **Lancement de “De la rando à l’assiette”** : ou allier une activité de pleine nature comme la randonnée et un moment de convivialité dans un Bistrot de pays pour déguster un repas concocté avec des produits locaux. Mise en place d’un partenariat avec Fréquence 7 et un article dans l’Hebdo de l’Ardèche pour une couverture radio et presse. Créations de différents supports de communication (dépliants, affiches, pages sur le site internet, encarts sur les plans de villes, etc.) et de kits de communication pour les Bistrots de pays (présentoir en bois pour la vente de fiches et topos). Communication lors du Salon du randonneur.
- **PACT Cévennes** : Pour cette première année de travail en commun plusieurs travaux ont été lancés ou menés à bien. Tout d’abord une étude d’image et de notoriété de la destination Cévennes a été lancée. Sur cette base nous avons défini le positionnement de la destination et validé ensemble les messages qu’il était important de véhiculer collectivement au travers de nos actions de communication.
Le territoire Cévennes d’Ardèche a été intégré à la page Cévennes sur le site du Comité Régional du Tourisme d’Occitanie. Enfin une grosse campagne photographique a été mise en place et sera poursuivie en 2024. La fin d’année s’est concentrée sur la définition du plan d’actions partagé pour 2024 et 2025.
- **Salon du randonneur de Lyon** en mars : 430 exposants pour 14 000 visiteurs
Un stand partagé avec le PNR, la Montagne et Privas. 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).
- **Participation aux Rencontres du Tourisme au Pouzin**

COMMUNICATION PRINT & PRESSE

CRÉATIONS DE CONTENUS

- **Réalisation d'une vidéo "VTT"** afin de valoriser la pratique encadrée et la richesse de notre territoire de pratique. [Lien vers la vidéo](#)
Première étape d'une politique ambitieuse de déploiement du label Accueil vélo et la création d'une offre variée autour de la pratique du cycle en Cévennes d'Ardèche pour atteindre la labellisation FFC.
- **Constitution d'un nouveau fond iconographique professionnel** avec l'acquisition d'une quarantaine de photos auprès de trois prestataires différents, sur les thématiques suivantes : VTT, Faune/flore, divers.
- **Rédaction de 2 pépites pour le magazine Emergeillés par l'Ardèche** sur le pont Mégalithique de Lablachère et la Via Ardèche (le plus long tunnel cycliste de France à Saint-Paul-le-Jeune).

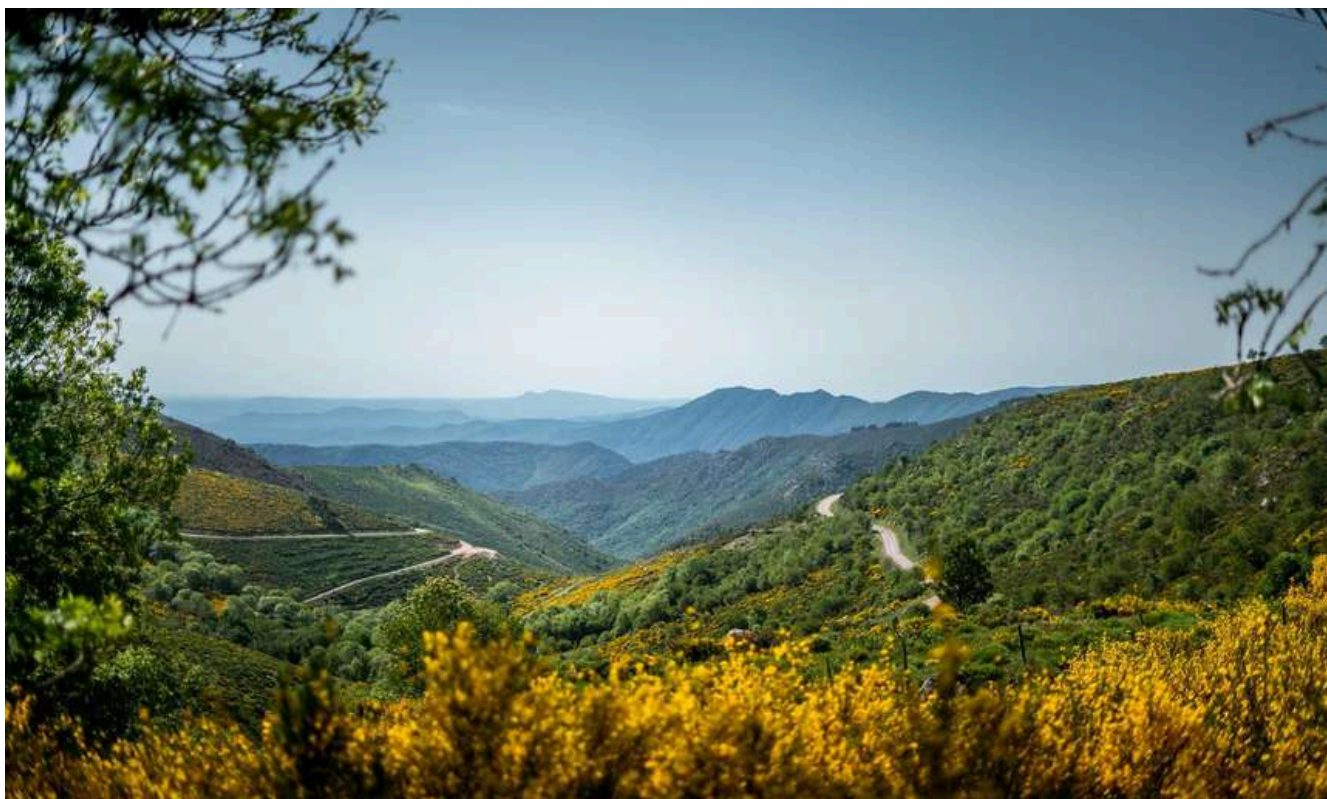
REVUES DE PRESSE

La création de divers contenus, supports et partenariats avec les territoires cévenols et Ardéchois nous ont permis une couverture presse diversifiée comme par exemple :

- Magazine Balades
- Camping-car Magazine (281 000 lecteurs)
- Le Figaro Magazine
- Article de l'influenceuse Sarahtatouille dans les cuisines
- Little week-ends
- Les jeux de Maxi (268 000 lecteurs)
- Magazine Bike (allemand)
- Hors-série de La tribune « Secrets de nos terroirs », cahier spécial Cévennes d'Ardèche

Et aussi,

- Un article dans le magazine Avantage, dont la journaliste a été reçu en octobre dernier, devrait paraître au printemps 2024 (1 000 000 de lecteurs).
- La bloggeuse belge Emmanuelle Hubert et Kevin Berger ont été accueillis pendant les fêtes de fin d'année. Leur article sera publié début 2024 sur leur blog www.augoutdemma.be.



FIDÉLISER

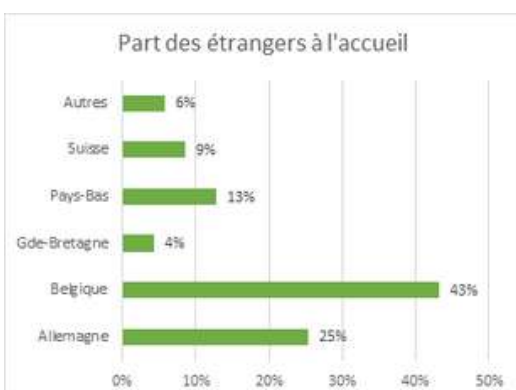
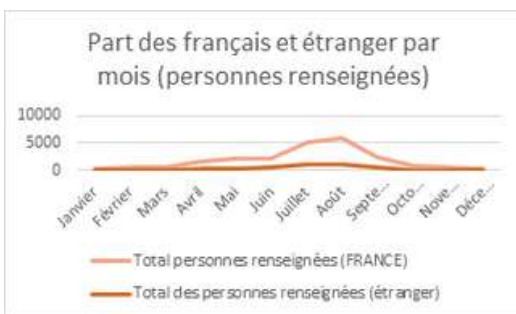
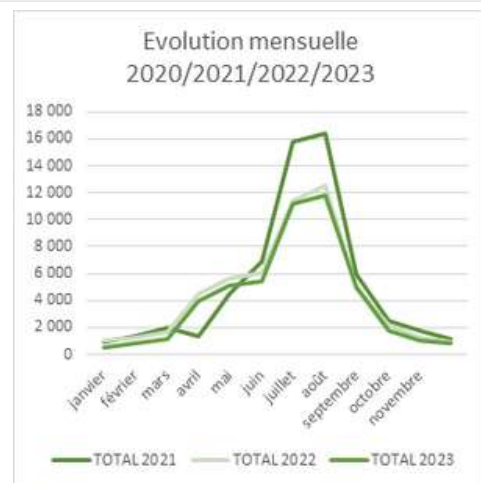
**FAVORISER L'IMMERSION
SUR LA DESTINATION POUR
CONFORTER LES CLIENTÈLES
ET L'OFFRE EXISTANTE,
FIDÉLISER**



ORGANISATION DE L'ACCUEIL

Contrairement aux volumes de fréquentation sur la destination, la fréquentation diminue globalement à l'office de tourisme en 2023 par rapport à 2022.

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 2023

- 48 815 visiteurs (-9%)
- Dont 26 000 par du conseil personnalisé
- 85% de clientèle française à l'office

- Information disponible 24/24 et 7j/7 avec les bornes numériques
- Fermeture des bureaux en janvier



LES OUTILS D'ACCUEIL

- Optimisation de la gestion de documentation
- FAQ 10 questions les plus fréquentes
- Tournées de documentation au printemps
- Développement de la boutique et mobilier
- Traduction Apidae via l'IA
- Mutualisation du guide des associations avec la CDC du Pays Beaume-Drobie

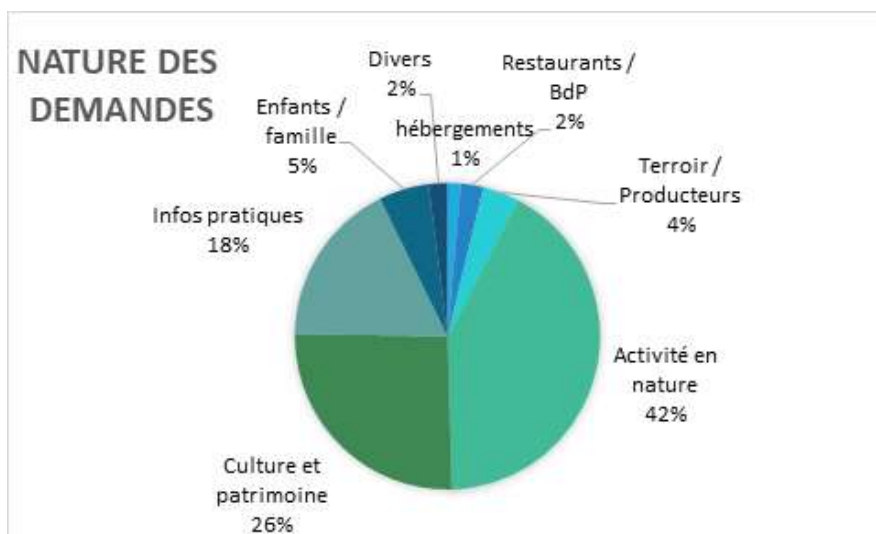
ZOOM APIDAE

Optimisation de la collecte via une plateforme dédiée Hotentic

- 4 450 fiches traitées, dont 300 fiches créées en 2023
- 1 000 fiches mises à jour
- 270 fiches traduites
- Plus de 7 000 consultations à l'accueil

Les demandes à l'accueil de l'office de tourisme montrent une diversité d'intérêts parmi les visiteurs, avec un fort intérêt pour les activités en nature, la gastronomie locale, la culture et le patrimoine.

Les hébergements représentent une part relativement faible des demandes au comptoir, les touristes ayant déjà réservé leur hébergement avant leur arrivée ou ils utilisent d'autres canaux pour trouver des hébergements.





LA SATISFACTION CLIENT

Suivi de l'outil de mesure de la satisfaction client de la destination Fairquest :

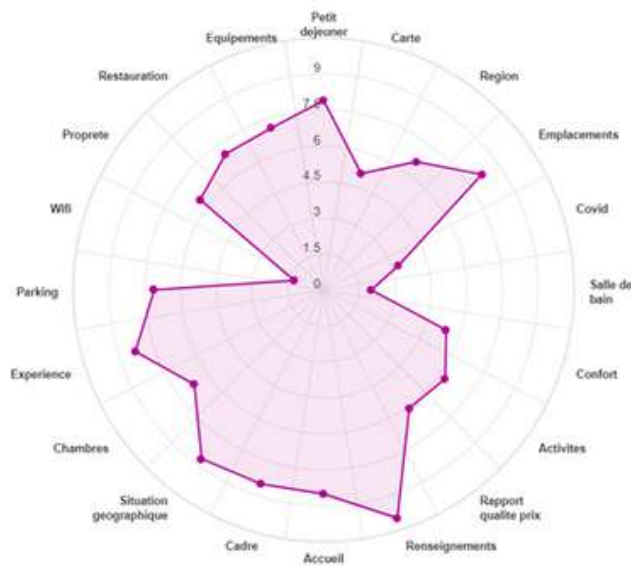
- 45 666 avis collectés
- 134 établissements surveillés

Une note moyenne excellente !



Un taux de promoteurs de la destination très bon.

SATISFACTION PAR THÉMATIQUE



Des occurrences négatives identifiées essentiellement sur :

- le wifi
- le niveau de confort
- le rapport qualité / prix

LA SATISFACTION CLIENT

LES AVIS CLIENTS À L'OFFICE DE TOURISME



Accueil très agréable, professionnel. Nous sommes repartis avec un programme bien rempli pour 10 jours. N'hésitez pas à leur rendre visite



Pas d'avis négatif en 2023, une suggestion d'éteindre les lumières avant 23h !

LES RÉCLAMATIONS ET REMARQUES

Aucune réclamation en 2023

Les remarques récurrentes :

- Rumeur sur les rivières, le niveau d'eau et les cyanobactéries
- Problèmes de balisage et d'entretien sur les sentiers de randonnée
- Manque de circuits vélo
- Attaque de chiens sur les sentiers
- Des interrogations sur l'accueil de certains hébergeurs
- Propreté des toilettes publiques

PARTICIPATION À L'ENQUÊTE CLIENTÈLE DE L'ADT



LA FRÉQUENTATION 2023 EN CÉVENNES D'ARDÈCHE



A RETENIR

- Un premier trimestre frileux mais une reprise progressive au mois d'avril et mai (+11% et + 18%), le calendrier étant favorable.
- Une baisse constatée en juin compensée par une stabilité positive en juillet et un rebond notable en août (augmentation de 12,14 % par rapport à août de l'année précédente).
- Une arrière-saison positive avec des augmentations significatives en septembre (+25%) et en octobre (+21%).
- Une évolution répartie entre les clientèles françaises (+6%) et les clientèles étrangères (+8%)



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

2 878K
(+178K +7%) ⓘ

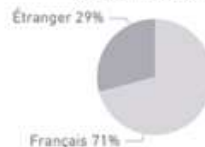
Touristes français

2 040K
(+120K +6%)

Touristes étrangers

838K
(+59K +8%)

Répartition des nuitées par origine sur la période sélectionnée



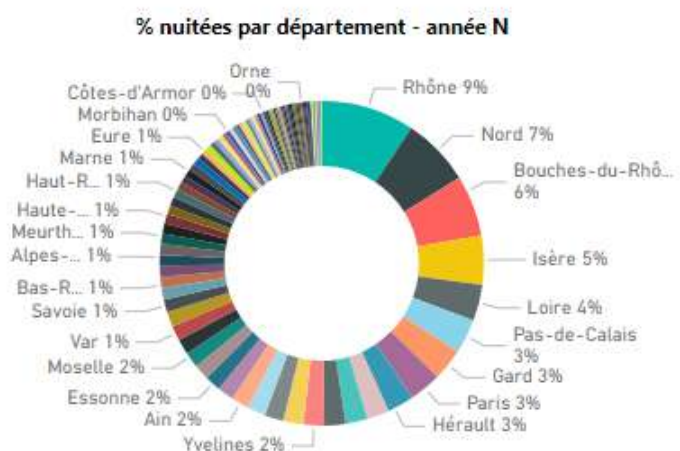
Voir le détail par origine

Départements Régions Pays

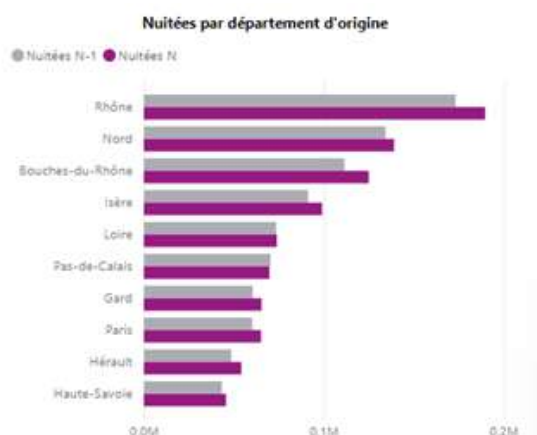
LA FRÉQUENTATION 2023 EN CÉVENNES D'ARDÈCHE

Estimation des nuitées touristiques Top 15 des départements français

Flux Vision Tourisme - Orange Business / Ardèche Tourisme



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

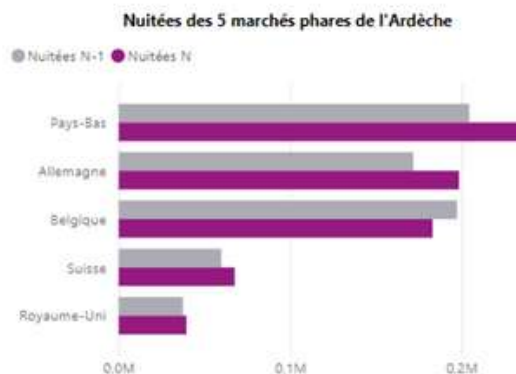


Estimation des nuitées touristiques Origine par pays étrangers

Flux Vision Tourisme - Orange Business / Ardèche Tourisme



Une progression des clientèles néerlandaises et allemandes mais un recul des belges



LA PLACE DE MARCHÉ

- + 8% de vente en 2023
- Des réservations de dernières minutes sur les mois de juillet, août, septembre et octobre en nette progression

- 385 professionnels en résa sur Open et Addock
- 93% des ventes sur le site du professionnel
- 7 % sur le site de l'ADT et de l'OT

SUR NOTRE SITE

- 232 ventes réalisées (+18%)
- 29 prestataires différents
- 57 % d'activités
- 43 % d'hébergements

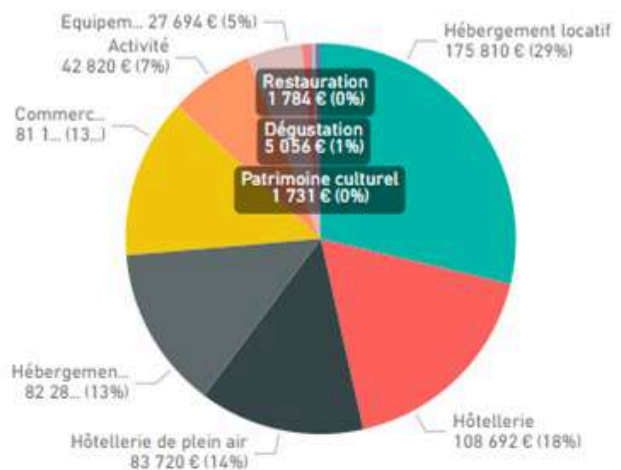
Volume d'affaires sur la période

611 787 €

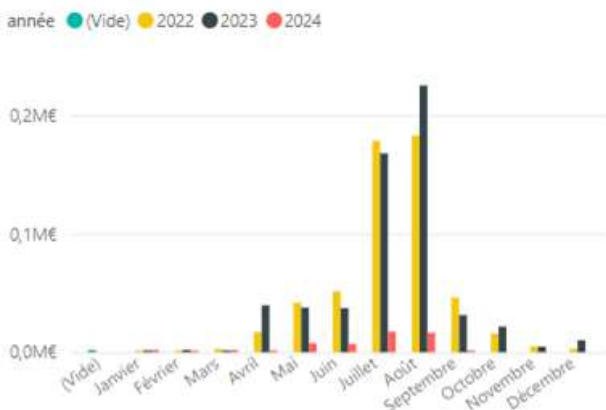
Nombre de ventes sur la période

3 167

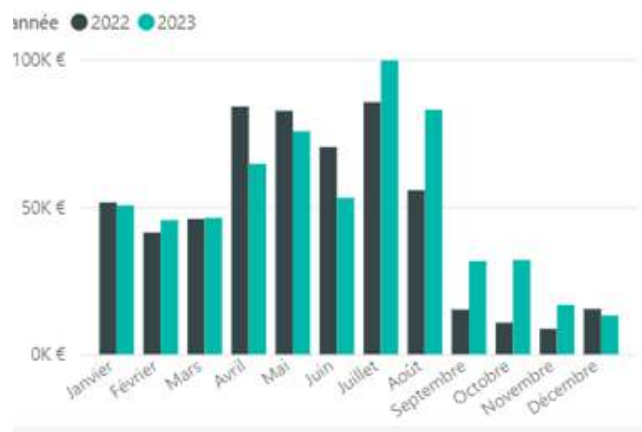
Ventes par type objet



Ventes selon le mois de début du séjour/de l'activité



Ventes selon le mois de vente





BOUTIQUE ET BILLETTERIE

VITRINE DU TERRITOIRE

L'espace boutique évolue continuellement pour valoriser au mieux les produits du terroir ou de l'artisanat d'art.

Chaque année la gamme des produits se diversifie au gré des installations de nouveaux artisans et producteurs, ou d'opportunité de nouveaux produits.

Des offres cadeaux animent la boutique.

Les efforts sont déployés pour développer les ventes de billetterie d'événementiels et d'activités.

Panier moyen de 13,89 € (contre 15,55 € en 2022).

TOP DES PRODUITS LES PLUS VENDUS

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



TOP DES BILLETTERIES CULTURELLES ET SPORTIVES LES PLUS VENDUES

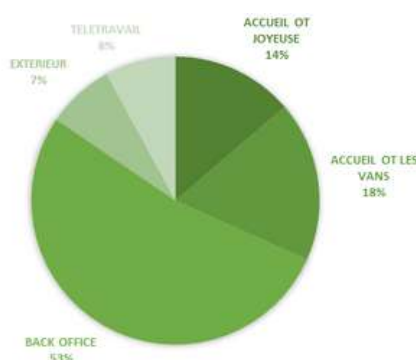
- | | |
|----------------------------------|-----------------------|
| 1. Chauvet | 4. Spectacle équestre |
| 2. Banquet républicain | 5. Tennis les Vans |
| 3. Permis pêche
Beaume-Drobie | |

ORGANISATION INTERNE ET MOYENS GÉNÉRAUX

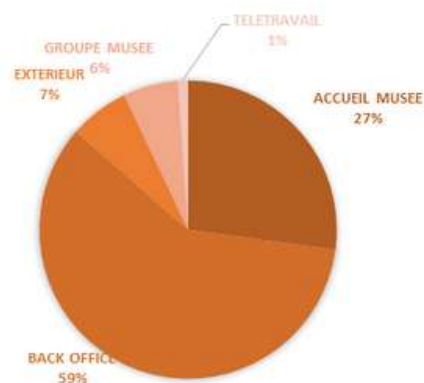
RESSOURCES HUMAINES

- Des questions et un suivi RH toujours importants et complexes en 2023
- Départ d'un salarié du pôle accueil en janvier
- Fin de la mise à disposition d'un agent en septembre
- Recrutement d'un conseiller en séjour en avril
- Recrutement d'un coordinateur accueil en octobre (après refonte de la fiche de poste et 2 publications d'offres non concluantes)
- Audit RH avec réorganisation du pôle accueil et communication, mise en place d'un plan d'actions
- Animation du plan de formation : 358h de formation sur l'année et 125h de visites terrain
- Accueil et formation de 6 saisonniers (5 à l'office et 1 à Castanea) – élaboration d'un programme de formation plus complet
- Mise à jour annuelle et plan d'action du Document Unique d'Evaluation des Risques Professionnels (DUERP)
- Mise en place du Conseil Social et Economique (CSE)
- Elaboration d'une note de fonctionnement interne

HEURES PAR POSTE DE TRAVAIL - OT



HEURES PAR POSTE DE TRAVAIL - CASTANEA



LOCAUX ET MATÉRIELS

- Acquisition de matériels informatiques
- Mise en place d'un nouveau serveur
- Appropriation de l'iA (canva, production de contenus...)

SUPPORTS

- Préparation à la réaffectation du budget 2024 en 3 pôles
- Changement de Commissaire aux comptes
- Elaboration du dossier de classement
- Enquête de la Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes à l'échelle des offices de tourisme du sud Ardèche

OBSERVATION

- Exploitation des outils Visit Data (données INSEE, Flux Vision, Apidae, Open),
- Participation au dispositif national PILOT (ADN Tourisme)



CASTANEA

ESPACE DÉCOUVERTE DE LA
CHÂTAIGNE D'ARDÈCHE



UNE BELLE SAISON !

- **Ouverture au grand public du 04 avril au 05 novembre**
De nouveaux horaires en juillet/août : ouverture 7 jours sur 7
- **Une chaleur à nouveau pesante cette année**
Des conditions de travail compliquée pour l'équipe, des visiteurs qui écourtent leur visite et le temps passé en boutique, une demande récurrente envers la climatisation du site

- **10 454 visiteurs en 2023**
- **CA HT total : 113 950€** (107 059€ en boutique/billetterie et 6 891€ en groupes)
- **Satisfaction clients en hausse**
- **Lien renforcé avec le public famille** : 3 livrets de jeu entièrement repensés, une visite famille sensorielle
- **Développement de l'offre à destination des scolaires**

FRÉQUENTATION

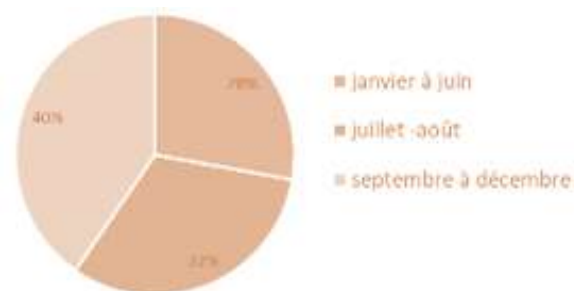
10 454 visiteurs en 2023 au total, soit +9% par rapport à 2022 (9 605 visiteurs)

- 8 395 individuels : + 12 % par rapport à 2022 (7 486)
- 2059 visiteurs venus en groupe : - 3% (2119 en 2022) – Même nombre de groupes accueillis sur l'année (environ 60) en 2022 et 2023 mais le nombre de participants était en baisse en 2023

La visite guidée avec dégustation représente près de la moitié des réservations pour les groupes.

DES VISITEURS TOUT AU LONG DE L'ANNÉE

- Belle augmentation de près de 50 % sur le printemps (avril à juin) : 2765 visiteurs en 2023 contre 1845 visiteurs en 2022
- Juillet et août représente toujours plus de 30% du nombre de visiteurs en 2 mois seulement.
- Les groupes de seniors nombreux en automne, les Castagnades de Joyeuse, 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 l'année.



- **88 % de la clientèle est française**
- **12% de la clientèle est étrangère, européenne en majorité**

TOP 3 DES RÉGIONS DE FRANCE :

1. Auvergne - Rhône - Alpes (32%)
2. PACA (12%)
3. Grand Est et Occitanie (9%)

TOP 3 DES DÉCLENCHEURS DE VISITES :

1. Internet (18%)
2. Office de tourisme (16%)
3. Hébergeurs (15%)

L'ACCUEIL JEUNE PUBLIC

VISITE PÉDAGOGIQUE POUR LES MATERNELLES

- Conception, à partir d'une trame de visite donnée, des supports pour la visite "*Qui es-tu Madame Châtaigne ?*" Outils de médiation (grands visuels, panneau des saisons interactif..., sac à toucher).
- Création de l'illustration d'une histoire adaptée pour les tout-petits qui se raconte en kamishibai. Réalisation de 9 planches en couleurs.
- Test en septembre avec une classe de moyenne section/CP : des retours très positifs.
- Création d'un dépliant promotionnel pour cette visite à destination des enseignants, en décembre.

ÉCRITURE DU TROISIÈME LIVRET DE VISITE JEUNE PUBLIC À DESTINATION DES FAMILLES

- Début janvier : test par les enfants du centre de loisirs Les Farfadets des 2 nouveaux livrets de visite de Castanea, réalisés en 2022, pour les enfants de 6 à 9 ans et de 10 à 12 ans.
- Création du même livret de visite pour les 13 ans et plus. Avec également des illustrations et une mise en page graphique réalisée par une graphiste.
- Des livrets de jeux enfin à la hauteur de certains musées

ACCUEIL SCOLAIRES

- Accueil d'une classe de lycéens agricoles, début avril : visite en autonomie avec le 3ème livret : de bons retours
- Accueil, en juin, de l'école de Coucouron, une quarantaine d'élèves du CP au CM2 en visite active dans l'exposition de Castanea
- Septembre : test de la visite "*Qui est tu Mme Châtaigne ?*" avec des maternelles-Cp de l'école de Rosières
- Décembre : visite "*Qui est tu Mme Châtaigne ?*" avec des élèves de St-André-Lachamp (3 à 6 ans)



LES ANIMATIONS

VISITE SENSORIELLE FAMILLE

- 7 visites de 40 minutes le lundi matin du 10/07 au 21/08
- 123 visiteurs (18 visiteurs en moyenne par visite)
- Des refus suite à un nombre de places limitées (20-25 personnes maximum),
- Sera doublée pour l'été 2024 et proposée 1 fois par semaine pour les vacances scolaires



UNE SOIRÉE À CASTANEA

- Proposée une fois (le 20 juillet) en début de soirée à 18h30
- Peu de participants (7 inscrits, 5 participants)
- Mauvaise appellation ? Prix ? Horaire ? Période ?

DÉGUSTATIONS ANIMÉES

- 1 à 2 fois par semaine toute la saison
- Véritable déclencheur de visites, avec de bonnes répercussions sur le CA de la boutique (même si pour la première fois des familles n'ont pas effectué d'achats)
- 45 dégustations pour 1 020 personnes sur l'année



SOIRÉE GOURMANDE ET LUDIQUE AU CHÂTEAU DE VOGÜE

- 2 soirées (26 juillet et 9 août) avec 44 personnes
- Soirée ludique : apéro à la châtaigne du salé au sucré entrecoupé de jeux et quizz
- Un cadre exceptionnel

RENCONTRE AVEC UN PRODUCTEUR

- Animation peu fréquentée
- 6 rencontres : 65 participants



VISITE INSTANTANÉE

- Visite commentée pour le public individuel
- Peu de fréquentation mais très bonne satisfaction de la part des visiteurs
- 15 visites pour 105 participants

LES ACTIONS DE PROMOTION

DÉPLIANT

- 40 000 exemplaires
- Plus de 15 000 dépliants distribués lors de la tournée de distribution mutualisée avec le Mas Daudet et Rand Ardesca (auprès des hébergeurs, de Thueyts aux Gorges de l'Ardèche)
- 10 000 dépliants distribués aux rencontres du tourisme *Destination Ardèche*, en mars, au Pouzin
- 2 000 dépliants distribués lors de la bourse aux échanges à la grotte de la Madeleine
- Lots d'entrées gratuites offerts aux hébergeurs



SIGNALÉTIQUE EXTÉRIEURE

- Bâche promotionnelle installée dans le rond-point de Joyeuse à partir d'avril pour toute la saison.
- Déclencheur de visite pour les personnes de passage à Joyeuse
- Panneaux extérieurs sous la façade de Castanea ont été entièrement repris : "Totem valeurs du PNR", financés par le PNR Monts d'Ardèche



PRESSE LOCALE

- Parutions régulières dans le Dauphiné Libéré, La Tribune et le Guide Gratuit de l'été de La Tribune pour annoncer l'agenda à Castanea





Bien plus qu'un Musée de la Châtaigne !

En savoir plus

LE DIGITAL

SITE INTERNET

- Mise à jour hebdomadaire en pleine saison pour les horaires, les pages actualités, les zoom sur les animations, etc.

RÉSEAUX SOCIAUX

- Moderniser l'image de Castanea et toucher un nouveau public
- Annonce des évènements, programme des animations, boutique et filière de la châtaigne
- Facebook : 635 j'aime et 711 followers
- Instagram : 690 followers
- Publication régulière de "Story" sur Instagram

BILLETTERIE EN LIGNE VIA ADDOCK

- Dès avril, la billetterie et toutes les animations pour les visiteurs individuels ont été réservables en ligne via la solution ADDOCK en partenariat et avec l'aide de l'OT
- Création d'une page dédiée sur le site internet
- Création de widgets pour chaque billet ou animation
- Progression de 296% des ventes annuelles
- Visibilité numérique augmentée
- Facilite le parcours client



LA BOUTIQUE

- Une gamme élargie avec plus de 10 nouveaux produits, producteurs et créateurs
- Visite au salon professionnel Foud'Ardèche à Aubenas pour rencontrer fournisseurs, prestataires locaux et transformateurs ardéchois
- Un chiffre d'affaires HT de 74 998€ (contre 73 210€ en 2022) sans la partie billetterie
- Un panier moyen de 19.56€ TTC avec une moyenne de 3.26 produits
- 59.3% des visiteurs du musée effectue un achat dans notre boutique
- 1 300 personnes ne se sont rendus à Castanea que pour la boutique



FOCUS PRODUITS

TOP 5 DES PRODUITS LES PLUS VENDUS :

1. Crème de châtaigne nature (872)
2. Flan (616)
3. Tube crème de châtaigne Castanea (494)
4. Tube crème de châtaigne (par les revendeurs - 481)
5. Crème éclat confit de châtaigne (417)

TUBE CRÈME DE CHÂTAIGNE CASTANEA

- Offert avec une entrée payante
- Au total, 975 ventes sur l'année (Castanea et revendeurs)
- Offert en partenariat avec les trails Beaume-Drobie

LA SATISFACTION CLIENT

FAIRGUEST

- FairGuest observe, organise, et diffuse les avis des vacanciers, observe plus de 20 plateformes d'avis dans le monde.
- En 2023, Castanea a la note de 8.7/10, considéré comme *Très bon* par Fairguest.
- L'équipe de Castanea assure un suivi des avis tout au long de l'année, avec une réponse à tous les commentaires en ligne.



Sites d'avis

Avis récoltés sur les 12 derniers mois



QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION

Un questionnaire satisfaction version « papier » en libre-service, à remplir sur place par les visiteurs :

- 64 questionnaires, les retours sont très positifs : pour 98 % des visiteurs, la visite a correspondu à leurs attentes
- Points en demi-teinte, déjà identifiés :
 - 21% des visiteurs jugent que stationnement n'est pas satisfaisant.
 - Dans la rubrique « remarques » : chaleur dans les salles et non accessibilité du site



LES RETOURS CLIENTS EN DIRECT À L'ACCUEIL

- Des retours très positifs dans l'ensemble concernant le tube offert, les livrets de jeux, les dégustations animées, les visites sensorielles, l'architecture du bâtiment et la muséographie accessible au plus grand nombre...
- Les retours négatifs concernent la chaleur, le manque de stationnement, l'interdiction aux chiens, la signalétique dans le village...





DES PARTENARIATS

- Février 2023 : réception à Castanea du groupe du Laos labellisé Géopark et d'une délégation du PNR des Monts d'Ardèche pour une visite du musée et présentation de notre travail avec la filière, le rôle d'un musée pour les producteurs, le modèle de la boutique...
- Mars 2023 : invitation aux professionnels notamment hébergeurs du sud Ardèche pour une visite commentée gourmande offerte. 350 invitations - une 30 aine d'inscrits
Types de structure représentés : campings, villages de gîtes, hôtels, chambres d'hôtes, Ot...
De très bons retour, à renouveler en 2024
- Esat Cezarenque : différents échanges (1ere visite puis visite/échange et repas en juin)
- Juin 2023 : journée Marque Valeurs Parc sur Joyeuse et Planzolles
Accueil Café des 34 participants. Essentiellement des hébergeurs du nord et centre de l'Ardèche, de la Haute Loire, mais aussi 2 accompagnateurs de moyenne montagne puis visite guidée gourmande de Castanea et temps d'échanges.
- Accueil en novembre d'une réunion de la mutuelle Aesio (visite commentée + dégustation)

BILAN 2023



Cévennes d'Ardèche

Crédits photos : Mathieu Dupont, Patrick Kunbel, Simon Bugnon, Mélanie Brioude - OT Cévennes d'Ardèche, ADT, Raphaël Pellet, Séverine Baur, SPL Cévennes d'Ardèche

SPL Cévennes d'Ardèche
17 Place Ollier - 07140 Les Vans
www.cevennes-ardeche.com - www.castanea-ardeche.com
+33 (0)4 75 37 24 48 - +33 (0)4 75 39 90 66



Destination
France



an'ct

Agence nationale
de la cohésion
des territoires



