

BILAN TOURISTIQUE 2025

Présentation

L'Office de Tourisme communautaire Mont Lozère est composé de 5 bureaux :

- Villefort
- la Bastide Puylaurent
- Bagnols les Bains, Mont Lozère et Goulet
- Le Bleymard, Mont Lozère et Goulet
- Lanuéjols

Le siège, situé à Villefort, bénéficie d'un classement en tant qu'Office de Tourisme catégorie II renouvelé depuis le 2 mai 2025 pour une durée de 5 ans.

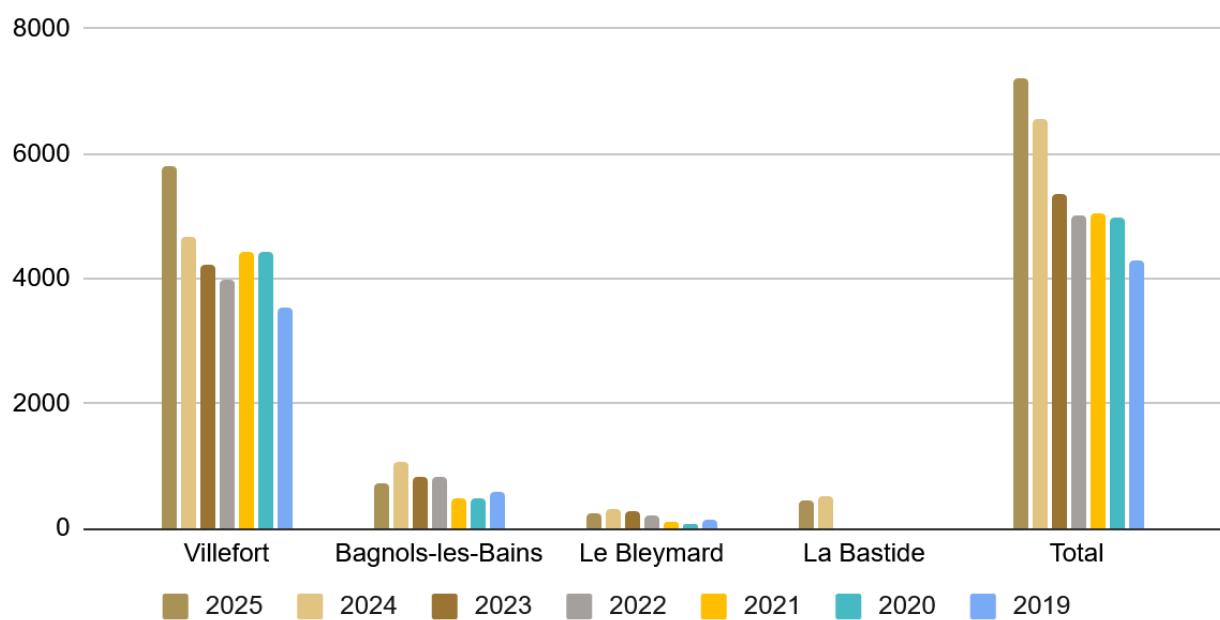
Missions

Les missions de l'Office de Tourisme Mont-Lozère se déclinent en 8 axes :

- Accueil
- Commerce (boutique et billetterie)
- Marketing (communication, promotion, attractivité et e-marketing)
- Animation et évènementiel
- Coordination des acteurs
- Support technique et logistique
- Gestion administrative et financière
- Qualité

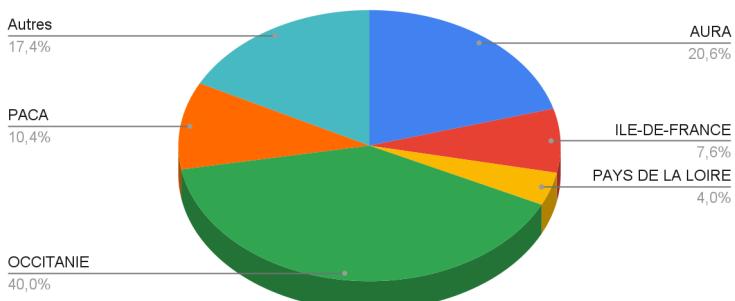
GLOBAL

Fréquentation touristique (en nombre de demandes) d'avril à octobre, entre 2019 et 2025



On retrouve des tendances similaires dans l'ensemble de nos bureaux, tant sur la provenance des visiteurs que sur leurs modes de contact et leurs choix de séjour.

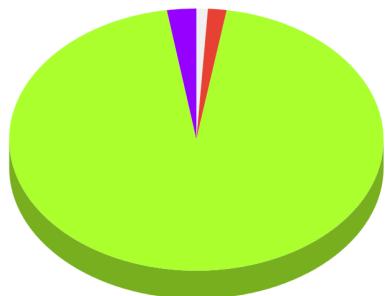
RÉGIONS - Top 5 - Tous BIT confondus



Classement depuis 2018 :

1er OCCITANIE
2eme AURA
3eme PACA
4eme ILE-DE-FRANCE
5eme PAYS DE LA LOIRE ou NOUVELLE AQUITAINE selon les années

Pays - Top 3 - Tous BIT confondus 2025

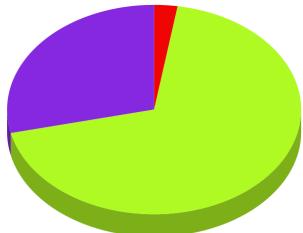


- ALLEMAGNE
- BELGIQUE
- FRANCE
- Autres

Top 3 depuis 2018 :

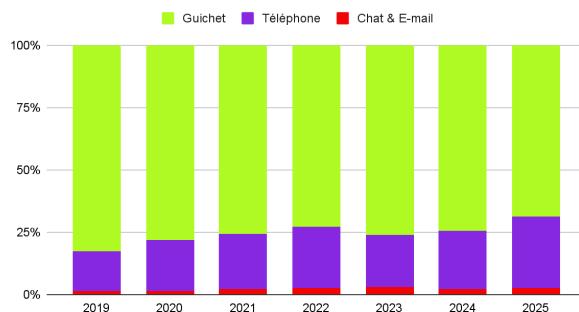
1er FRANCE
2eme BELGIQUE
3eme ALLEMAGNE

Mode de contact

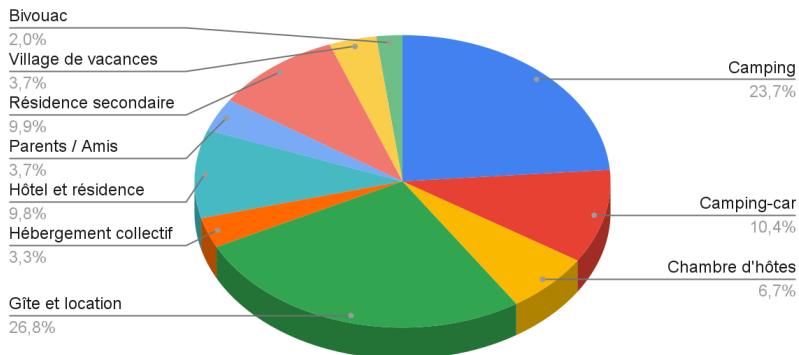


- Chat & E-mail
- Guichet
- Téléphone

Evolution du mode de contact

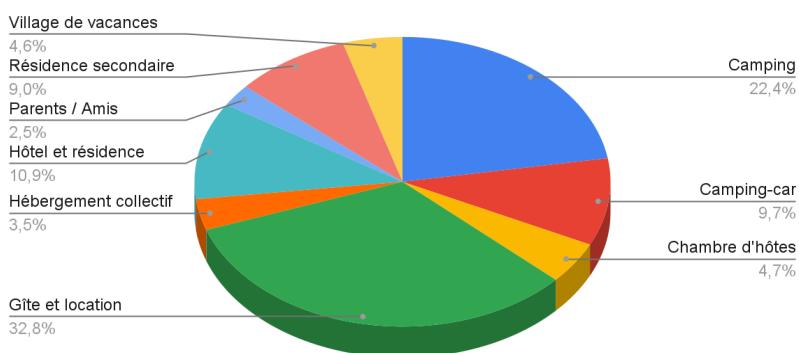


Type d'hébergement 2025



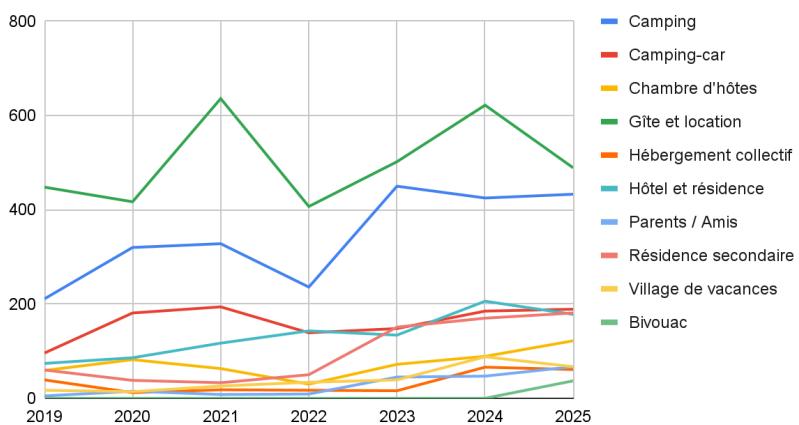
Cette année, les hébergements non marchands progressent nettement : davantage de visiteurs séjournent chez des proches, en résidence secondaire ou en camping-car. Le bivouac fait même son entrée !

Type d'hébergement 2024



La progression des chambres d'hôtes s'explique en partie par la diminution de l'offre hôtelière.

Evolution depuis 2019



Ces 3 dernières années, le camping tend à devenir le mode d'hébergement privilégié en concentrant près d'un quart des séjours.

BUREAU DE VILLEFORT

**Horaires d'ouverture
290 jours/an | 1480h/an**

Juin / Juillet / Août | 45h/semaine

	MATIN	APRÈS-MIDI
Du lundi au samedi	9h30 à 12h30	15h00 à 19h00
Dimanche	9h30 à 12h30	Fermé

Du 1er au 14 septembre & petites vacances scolaires | 33h/semaine

	MATIN	APRÈS-MIDI
Du lundi au vendredi	9h30 à 12h30	15h à 18h
Samedi	9h30 à 12h30	Fermé
Dimanche	Fermé	Fermé

Du 15 septembre au 31 mai | 21h/semaine

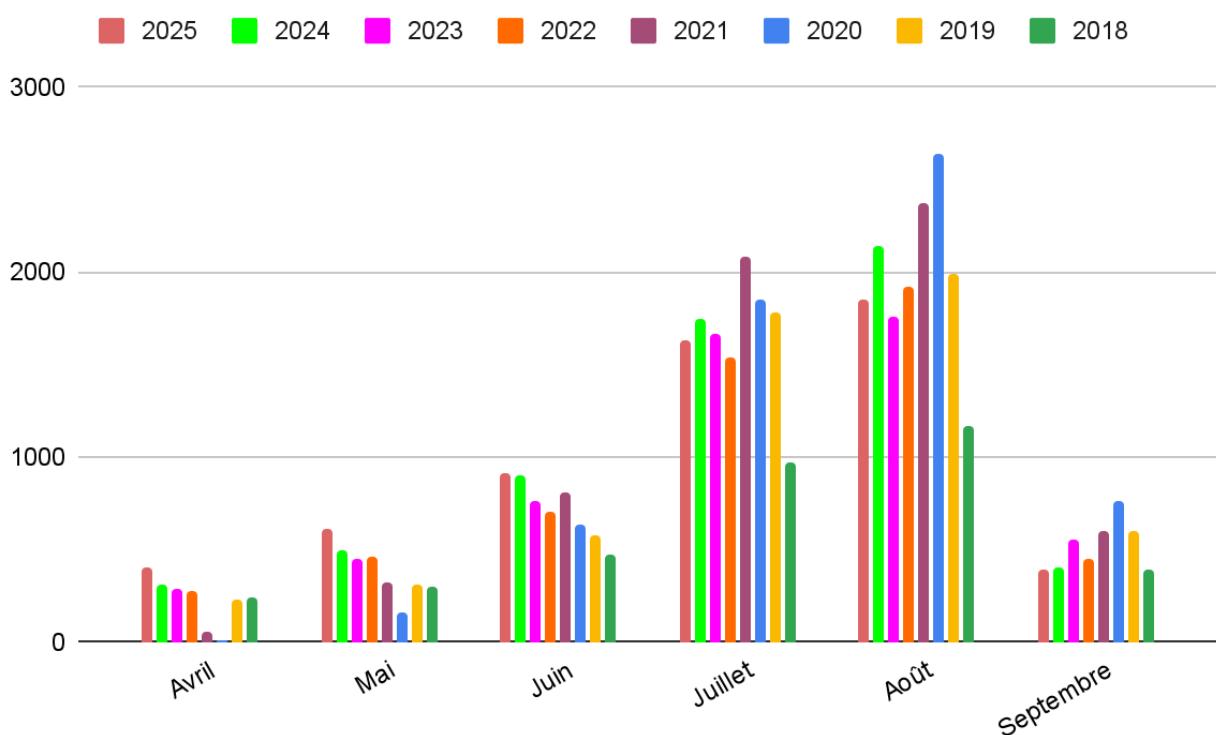
	MATIN	APRÈS-MIDI
Mardi & Vendredi	9h30 à 12h30	15h à 18h
Lundi, Jeudi, Samedi et Jours fériés (sauf 1er mai)	9h30 à 12h30	Fermé
Mercredi & Dimanche	Fermé	Fermé

Aline Mousset, Morgane Roux (agents permanents), Danaé Kopff-Landas, Marie-Pierre Dabet (temps partiels saisonniers) accueillent les visiteurs et utilisent le **module Accueil TOURINSOFT pour mesurer et qualifier la fréquentation touristique**.

Fréquentation touristique 2025 (nombre de demandes)

	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	TOTAL
2025	406	608	910	1634	1850	387	5795

1. Analyse comparative



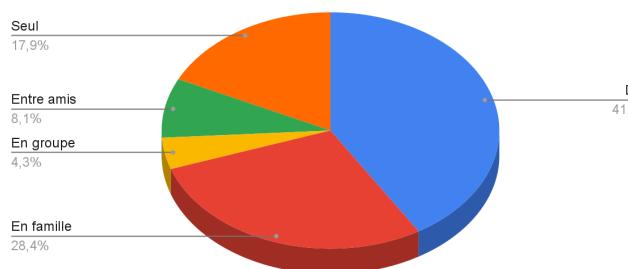
La fréquentation des mois d'avril, mai et juin est en légère hausse par rapport à l'année précédente.

En revanche, la période estivale enregistre une baisse du nombre de visiteurs par rapport à 2024 : -7 % en juillet et -14 % en août, tandis que la fréquentation reste stable en septembre. Contrairement à l'an dernier, un recul significatif de fréquentation est observé pour les mois de juillet et particulièrement d'août.

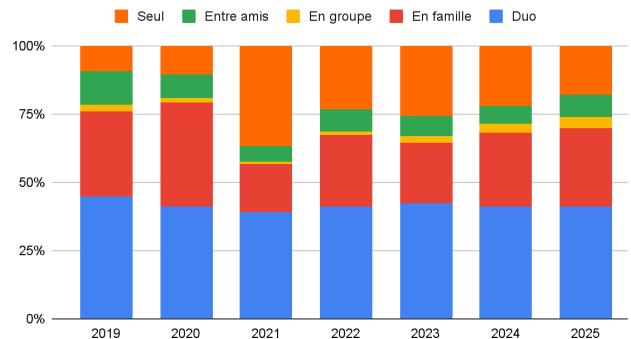
Globalement, la fréquentation estivale se rapproche de celle observée en 2022.

2. Profil type

Segment client BIT Villefort



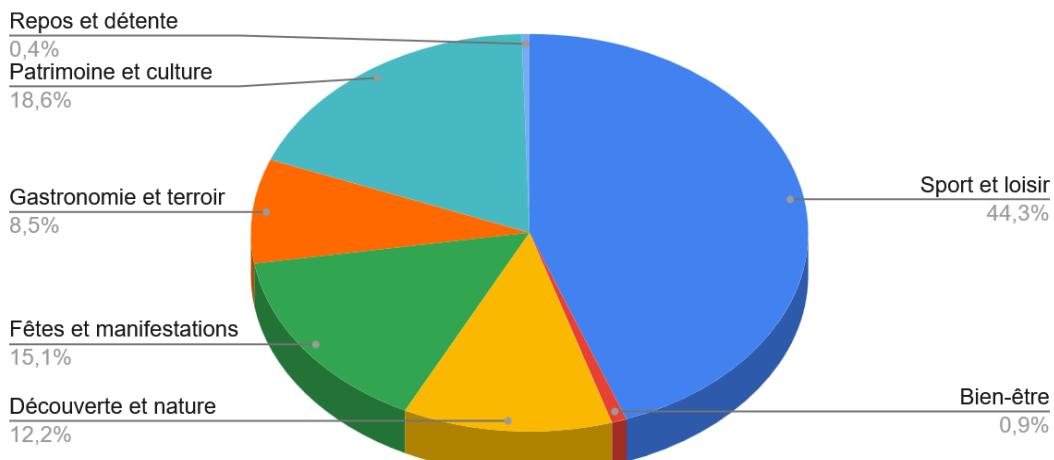
Evolution depuis 2019



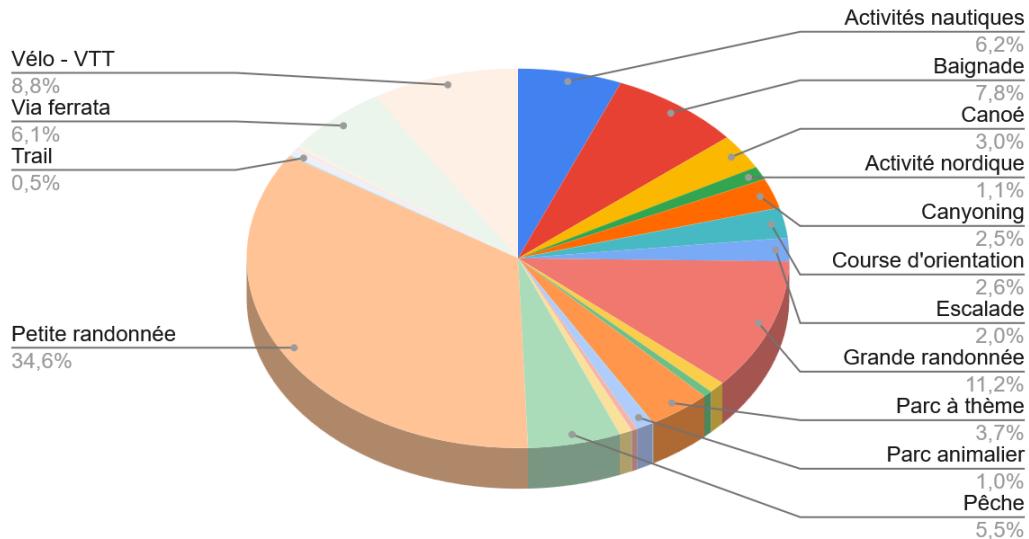
Par rapport en 2024, le taux de personnes seules diminue -3% au profit des types de profil suivants : en famille +1% | entre amis +2% | en groupe +1,3%

Le segment client « En groupe » affiche une progression lente mais continue. À l'exception du pic observé en 2021 pour le segment « Seul », lié à la crise de la Covid, **les tendances demeurent globalement stables.**

11 - centres d'intérêt - BIT Villefort



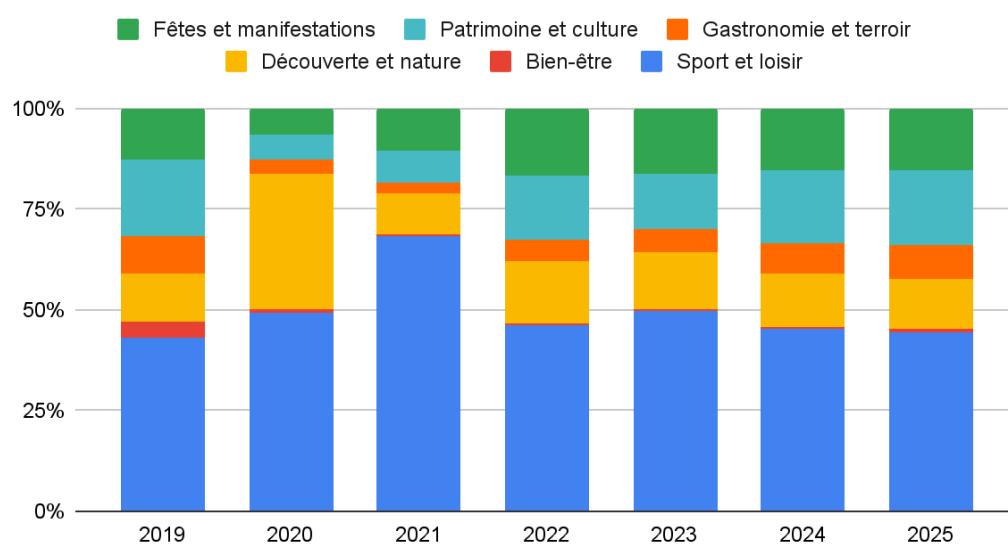
Sport et loisir - BIT Villefort



Les **activités sportives, de pleine nature**, ont toujours du succès, la petite randonnée recule cependant de 9% au profit des activités rafraîchissantes: activités nautiques +2%, baignade+2%, canoë +1%.

La grande randonnée progresse de 1,4%.

Evolution des centres d'intérêt



On observe un regain d'intérêt pour les thématiques « **Patrimoine et Culture** » ainsi que « **Gastronomie et Terroir** », un engouement qui ne s'était plus manifesté depuis 2021 — année marquée par un pic d'intérêt pour le « **Sport et Loisir** », dans le contexte de l'après-Covid.

3. Connexion Wifi 2025

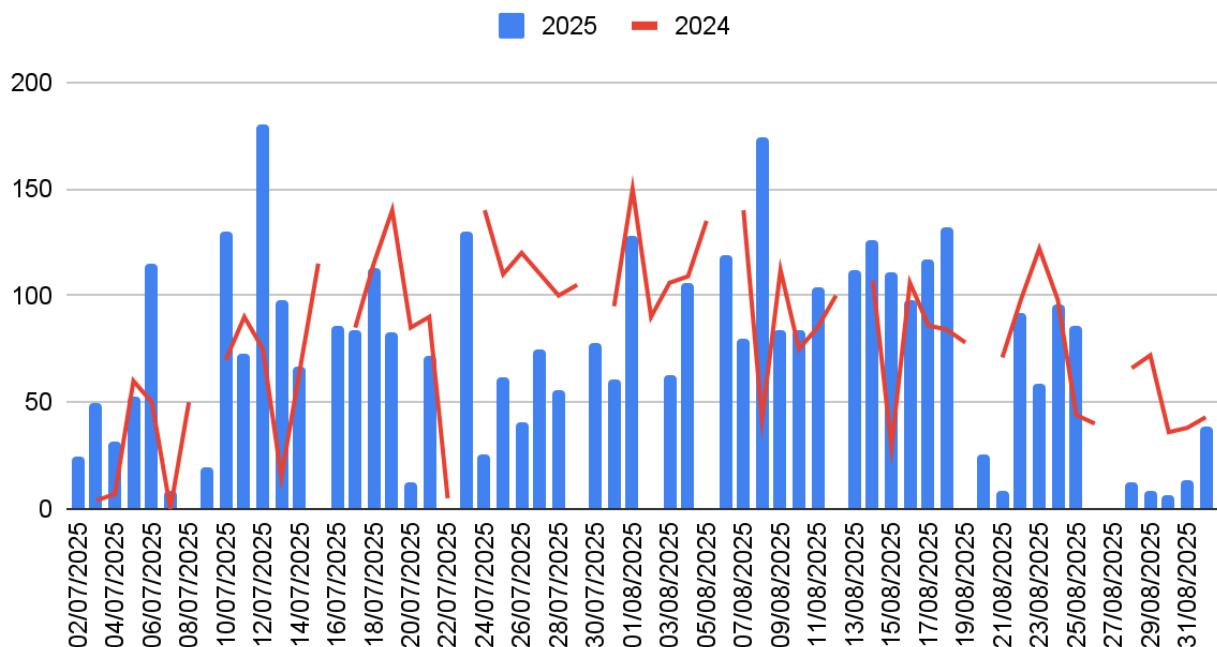
L'installation d'une nouvelle antenne de téléphonie mobile sur la commune de Villefort fin 2023 a grandement amélioré l'accès des usagers au réseau. Aussi l'utilisation du point d'accès wifi libre et gratuit [Lozère Wireless](#) est en baisse : -30% par rapport à 2024 (pour rappel 2024 : -50% par rapport à 2023).

Année 2025	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	TOTAL
Connexions	15	13	27	57	37	3	152
Utilisateurs	4	2	10	25	13	3	57

4. Plage du Lac de Villefort

Le comptage de la fréquentation de la plage du lac de Villefort a été reconduit avec l'aide du surveillant de baignade, présent du 1er juillet au 31 août, du mardi au dimanche. Un relevé de fréquentation a été effectué à 14h30 : Juillet 1959 pers (-5% /par rapport à 2024) | Août 1956 pers (-12% par rapport à 2024) soit au total - 8% de fréquentation du lac en 2025, ce qui se rapproche du taux de baisse de fréquentation dans nos bureaux.

Fréquentation lac



La fréquentation de la plage est identique en juillet et août.

Fin juillet, la fréquentation était plus basse cette année, due à des températures en baisse pendant quelques jours ainsi qu'un temps couvert avec du vent.

Deux pics de fréquentation cette année : le 11 juillet et le 7 août. Celui du 7 août peut s'expliquer par l'organisation du Festilac par les pompiers. L'événement, bien qu'étant à 18h, a pu ramener du monde dès le début d'après-midi.

5. Le mot des saisonniers

Appréciation des visiteurs

- Très bon accueil général et **valorisation du Carnet de voyage** pour l'envoi des fiches randonnées.
- Les vacanciers soulignent la **diversité des activités** sur le territoire.
- **Réclamations**
 - Difficulté à boire un verre à Villefort (tables dressées uniquement pour les repas)
 - Annulation **des visites EDF** après le 12 août : déception mais fort intérêt pour ce type de découverte.
 - Impossibilité d'acheter des appâts et cartes de pêche à la **maison de la pêche** (renvoyés vers l'office de tourisme ou le camping du lac).
- **Chaleur dans les locaux** pendant la canicule, inconfort pour les visiteurs et le personnel.

Fonctionnement de l'Office de Tourisme

- **Encaissement des cartes de pêche via TPE** jugé pratique.
- **Visites des hébergements** utiles pour mieux renseigner.
- **Saisie d'animations en hausse**, reflet du dynamisme local mais très chronophage.
- **Sous-effectif ponctuel** et transfert d'appel défaillant en début de saison notamment le jeudi matin, jour de marché.
- **Besoin d'une meilleure maîtrise de l'outil RH (Lucca)** et suggestion de **formation sur l'histoire de Villefort**.

Ressenti général

- **Bonne cohésion d'équipe** et satisfaction globale du travail réalisé.
- Une saison jugée **positive et dynamique**, malgré quelques limites liées à la canicule et à l'offre de services à Villefort.

Conclusion

Saison touristique 2025: un printemps dynamique, un été plus fragile

La saison touristique 2025 affiche une fréquentation globale en légère baisse de 5 % par rapport à l'année précédente, mais avec des disparités marquées selon les périodes.

Printemps : une fréquentation en hausse

Le printemps (avril à juin) connaît une progression de +7 %, portée par un calendrier favorable incluant plusieurs jours fériés propices aux ponts, ainsi que par une clientèle en quête de courts séjours. De nombreux visiteurs ont ainsi profité de ces périodes pour des escapades nature, des randonnées ou de courts week-ends détente, confirmant l'attractivité du territoire hors haute saison.

Eté : un recul plus marqué

À l'inverse, la saison estivale a enregistré un recul plus important (−7 % en juillet, −14 % en août).

Ce recul s'explique par plusieurs facteurs :

- Une météo instable et aléas climatiques, peu favorables aux séjours estivaux,
- Un contexte politique et social anxiogène peu propice à la planification des séjours.

Ces éléments ont rendu la fréquentation estivale plus incertaine et difficile à anticiper, soulignant l'importance de stratégies flexibles pour les hébergeurs et les acteurs du tourisme.

Des réservations de plus en plus tardives

La tendance des réservations de dernière minute se confirme en 2025, influencée par :

- La météo incertaine, qui guide fortement les décisions de départ,
- Le contexte économique, poussant certains visiteurs à attendre des offres promotionnelles ou à ajuster leur budget selon leurs dépenses courantes,
- La souplesse des plateformes de réservation en ligne, permettant d'annuler sans frais jusqu'à la veille de l'arrivée.

Cette évolution complique la visibilité pour les hébergeurs et accentue l'incertitude pour les professionnels du tourisme.

BUREAU DE BAGNOLS-LES-BAINS

**Horaires d'ouverture
174 jours/an | 930h/an**

31 MARS > 11 MAI & 15 SEPTEMBRE > 16 NOVEMBRE | 35h/semaine

	MATIN	APRÈS-MIDI
Lundi	Fermé	14h à 18h00
Mardi	9h30 à 12h30	14h à 18h00
Mercredi	9h30 à 12h30	14h à 18h00
Jeudi	9h30 à 12h30	14h à 18h00
Vendredi	9h30 à 12h30	14h à 18h00
Samedi	9h30 à 12h30	Fermé
Dimanche	Fermé	

12 MAI > 14 SEPTEMBRE | 22h30/semaine

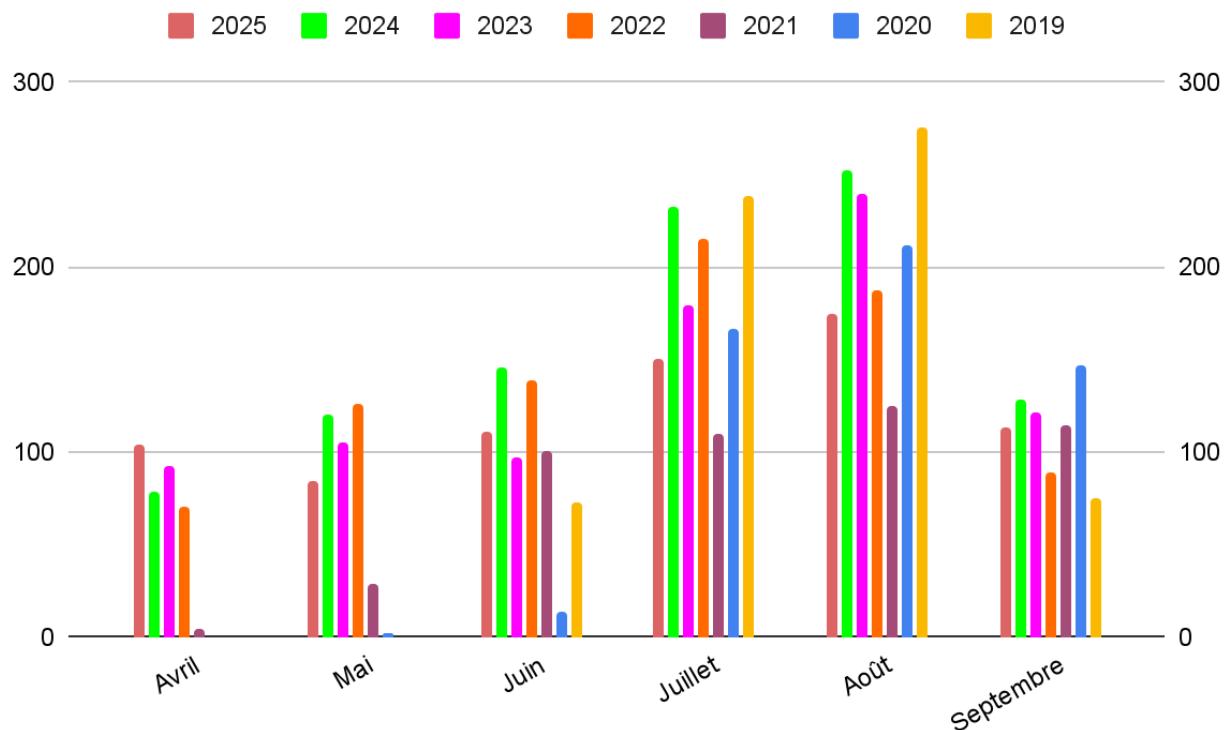
	MATIN	APRÈS-MIDI
Lundi	Fermé	14h à 18h30
Mardi	Fermé	14h à 18h30
Mercredi	Fermé	14h à 18h30
Jeudi	10h à 12h30	14h à 18h30
Vendredi	Fermé	14h à 18h30
Samedi	Fermé	Fermé
Dimanche	Fermé	

Florence Lafont, accueille les visiteurs et acteurs touristiques. L'office de tourisme a ouvert le 31 mars, en même temps que la station thermale. Afin de mesurer et qualifier la fréquentation touristique, le module **Accueil TOURINSOFT** est utilisé.

1. Fréquentation touristique 2025

	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	TOTAL
2025	104	84	111	151	175	113	738

2. Analyse comparative



À l'exception du mois d'avril, le bureau de Bagnols-les-Bains a connu une baisse générale de fréquentation comparé à 2024 (- 22,96%). La baisse est particulièrement significative au mois de juillet (- 35%) et août (- 30,56%).

Les courts séjours itinérants en camping-car ou van aménagé continuent à se développer. Venu passer un ou deux jours, la demande s'oriente vers les visites culturelles et petites balades.

3. Pots d'accueil

FRÉQUENTATION			
31 mars	19	21 juillet	42
14 avril	16	4 août	35
28 avril	23	18 août	19
12 mai	31	1 septembre	44
26 mai	14	15 septembre	39
9 juin	48	29 septembre	56
23 juin	25	13 octobre	29
07 juillet	25	27 octobre	36
		Total :	501

Organisés une semaine sur deux à 18h, ces rendez-vous réunissent la maire déléguée de Bagnols-les-Bains et la conseillère en séjour du BIT. La directrice des thermes n'a pas pu être présente cette année, le lundi, jour d'arrivées, étant très chargé.

La fréquentation globale des pots d'accueil cette année a augmenté comparé à l'année dernière (+8%).

Ces pots d'accueil permettent :

1. Favoriser la convivialité et le lien social

Le pot d'accueil crée un moment de rencontre chaleureux entre les visiteurs, élus et acteurs touristiques. Il participe à l'ambiance conviviale du séjour et renforce le sentiment d'appartenance à la station.

2. Valoriser le territoire et son offre touristique

C'est une occasion privilégiée de présenter les atouts de la destination : activités, animations, patrimoine, gastronomie, services disponibles... Les visiteurs repartent mieux informés et plus enclins à découvrir le territoire.

3. Encourager la consommation locale

En orientant les curistes et touristes vers les commerces, producteurs et prestataires locaux, le pot d'accueil contribue à dynamiser l'économie du territoire dès le début de leur séjour.

4. Fidéliser la clientèle

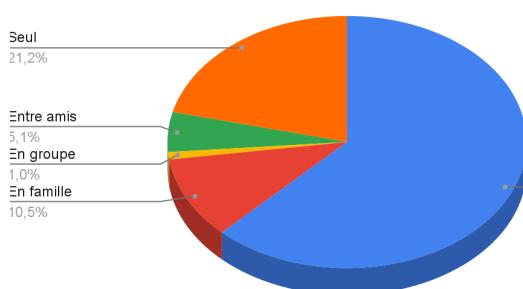
Un accueil de qualité marque positivement les visiteurs. Il favorise leur satisfaction, leur retour et le bouche-à-oreille, particulièrement important dans le cadre du tourisme de bien-être et de séjour thermal.

5. Créer une synergie entre acteurs locaux

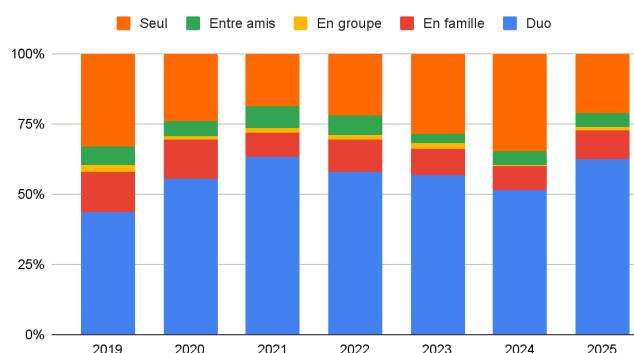
L'événement permet de rassembler les différents partenaires (office de tourisme, mairie, thermes, associations, hébergeurs, prestataires d'activités ou de loisirs), de renforcer la cohésion et de coordonner les actions de promotion.

4. Profil type

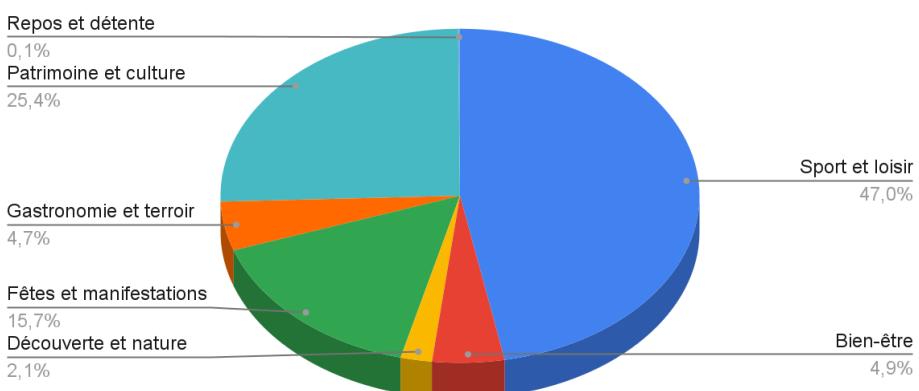
Segment client BIT Bagnols



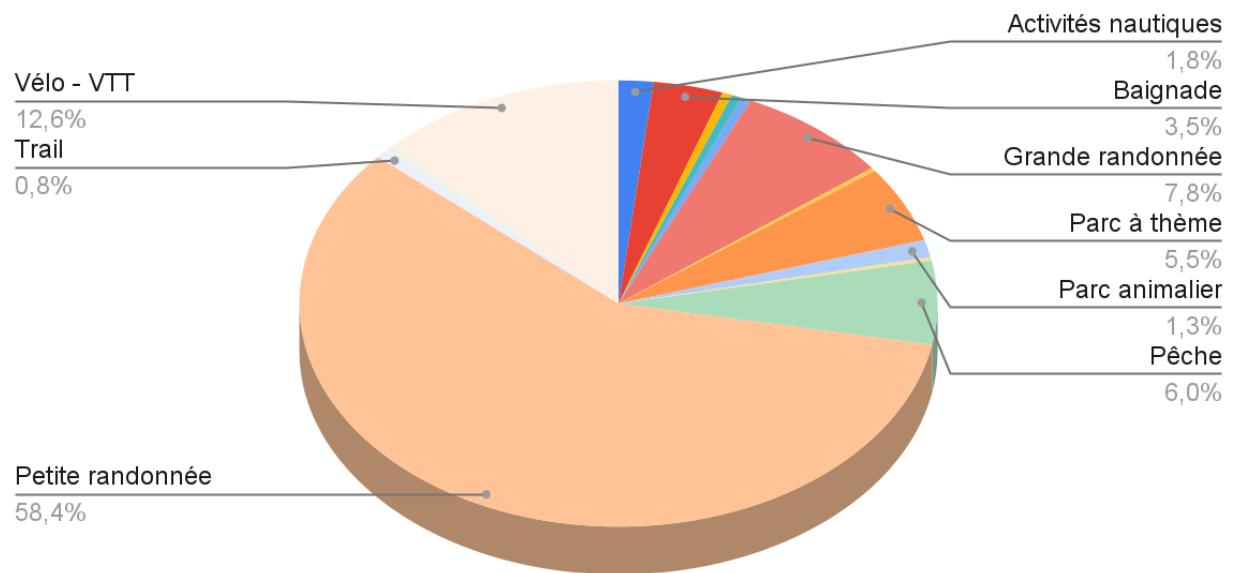
Evolution depuis 2019



11 - centres d'intérêt - BIT Bagnols



Sport et loisir - BIT Bagnols



Aucun changement notable par rapport à 2024 : les **activités sportives et de loisirs**, le **patrimoine et la culture**, ainsi que les **fêtes et manifestations** restent les trois principales motivations de visite.

L'augmentation des demandes pour la restauration, les producteurs locaux et le bien-être reflète le souhait des visiteurs de combiner demi-journée aux thermes, détente et expériences authentiques sur le territoire. A noter pour la restauration, la fermeture d'un restaurant rendant l'offre plus limitée.

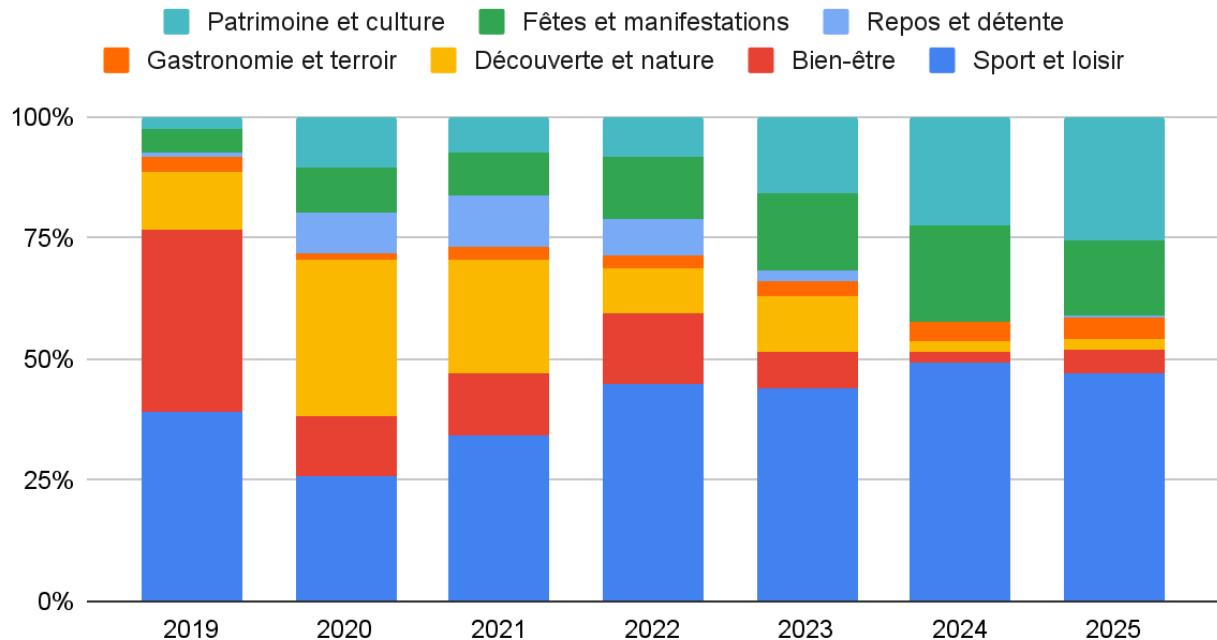
La **petite randonnée** et le **vélo** demeurent en tête, on observe toutefois cette année une belle progression des demandes pour les **parcs à thème**, la **grande randonnée** et la **pêche**.

Si le GR®70 – chemin de Stevenson – demeure un itinéraire emblématique et très fréquenté, le GR®68 suscite un engouement grandissant. Moins connu, il séduit par son authenticité, la diversité de ses paysages et son caractère plus confidentiel, offrant ainsi une alternative attractive aux itinéraires très fréquentés.

Outre le **Vallon du Villaret**, toujours très visité, le **Parc des Loups du Gévaudan** a célébré ses **40 ans** proposant diverses animations et offres promotionnelles.

Enfin, pour la **deuxième année**, le bureau d'information touristique propose la **vente de cartes de pêche**, un service qui rencontre un succès grandissant grâce au bouche-à-oreille.

Evolution des centres d'intérêt



On observe un regain d'intérêt pour les thématiques « **Patrimoine et Culture** » ainsi que « **Fêtes et manifestations** »

Conclusion

Bagnols-les-Bains reste essentiellement lié à la station thermale. La clientèle est majoritairement composée de curistes venus en couple ou seuls. Les familles, plus présentes en été et pendant les vacances scolaires, viennent plus souvent profiter de leur résidence secondaire ou passer quelques jours lors de grandes chaleurs.

Les retours positifs portent principalement sur :

- la mise en place des navettes touristiques desservant les principaux sites d'intérêt,
- la diversité des animations proposées,
- la qualité de l'accueil, tant dans les commerces qu'à l'office de tourisme et aux thermes.

Les points d'amélioration évoqués par les visiteurs concernent :

- L'absence de transports en commun pour rejoindre d'autres villes ou sites touristiques en dehors des mois de juillet et août,
- la disparition des petites randonnées ou visites organisées au départ de Bagnols,
- l'absence d'un point de retrait.

BUREAU DU BLEYMARD

Horaires d'ouverture
90 jours/an | 225h/an

13 mai > 14 septembre : 12,5h/semaine

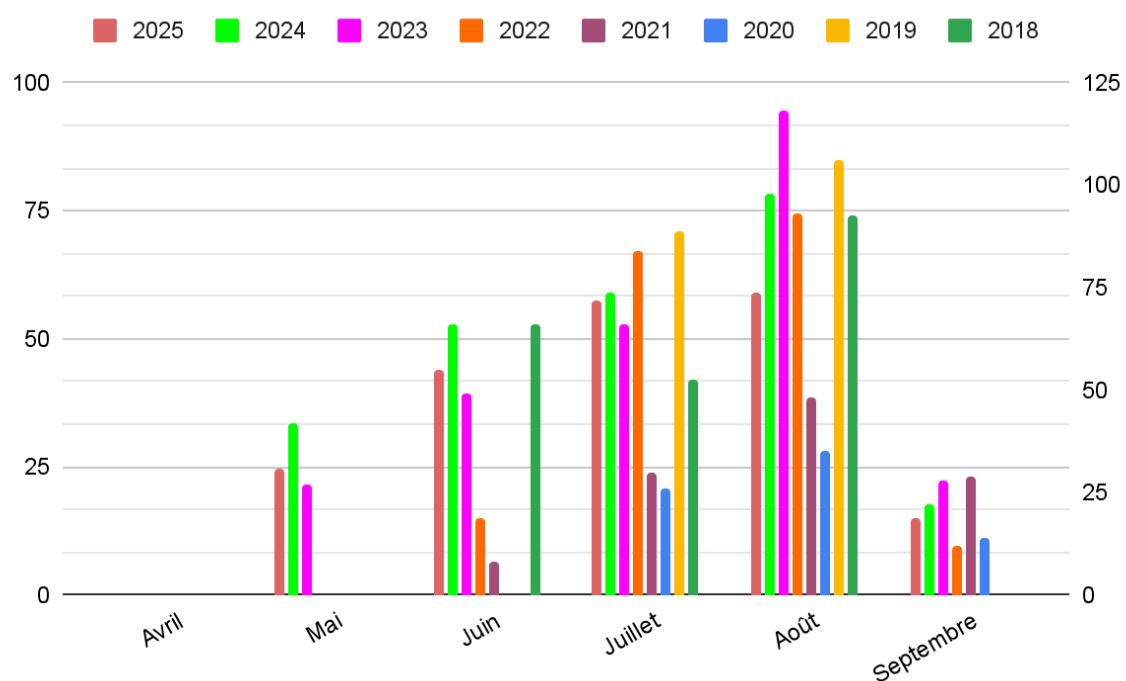
	MATIN	APRÈS-MIDI
Du mardi au samedi	9h30 à 12h00	fermé

Au bureau du Bleymard, l'accueil est assuré chaque matin par **Florence Lafont**, à l'exception du jeudi, où un agent de Villefort vient en renfort. Ce jour correspond à l'ouverture du bureau de **Bagnols-les-Bains**, en lien avec le marché hebdomadaire.

1. Fréquentation touristique (nombre de demandes)

	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	TOTAL
2025		31	55	72	74	19	251

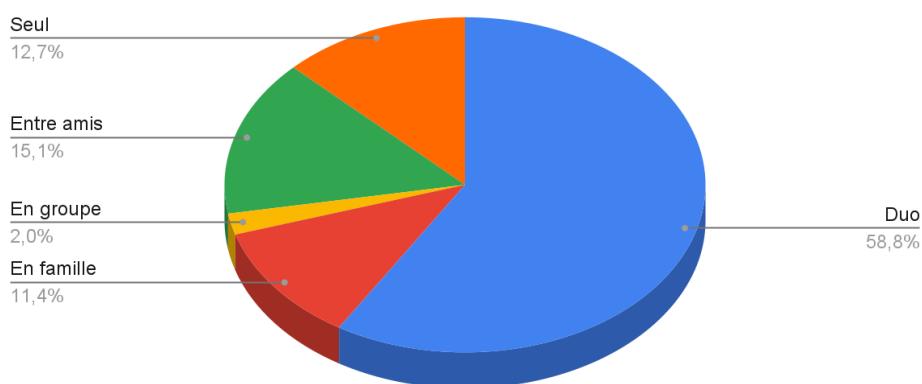
2. Analyse comparative



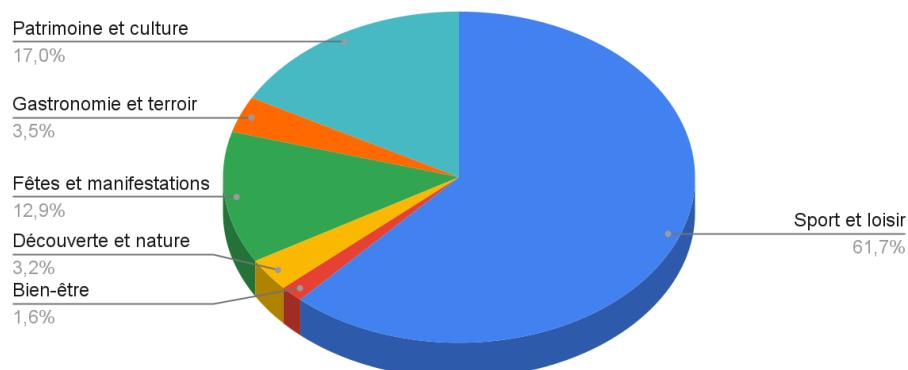
On observe une baisse générale de la fréquentation au bureau d'information touristique du Bleymard cette année (-16,89%), particulièrement marquée au mois d'août (-24,49 %). Cette diminution peut s'expliquer, entre autres, par l'absence de la foire gourmande, événement auquel l'office de tourisme participait habituellement aux côtés des commerçants. En juillet, la fréquentation reste relativement stable, avec un léger recul de 2,7 %.

3. Profil type

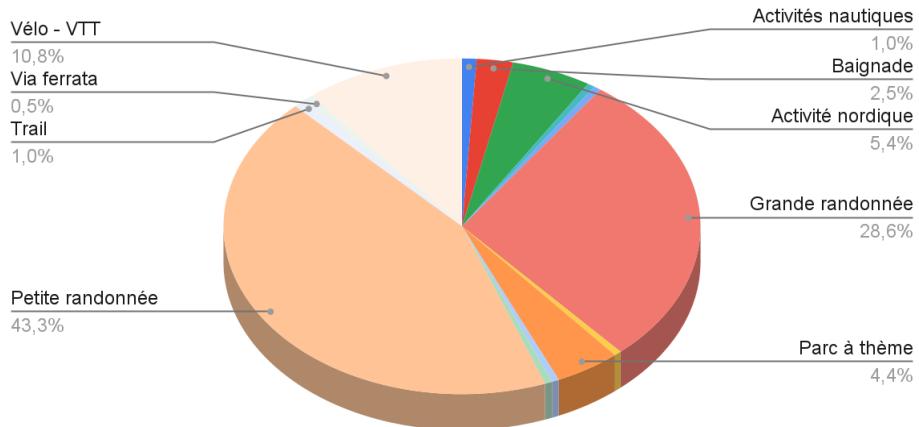
Segment client BIT le Bleymard



11 - centres d'intérêt - BIT Le Bleymard



Sport et loisir - BIT Le Bleymard



Cette année, on observe une **évolution de la composition des visiteurs** : les personnes venant **entre amis et en duo** connaissent une forte progression, au détriment des visiteurs **seuls** ou en famille.

En revanche, **les centres d'intérêt restent stables**, avec toujours une prédominance pour les **activités sportives et de loisirs, le patrimoine et la culture, ainsi que les fêtes et manifestations**.

Dans le domaine des activités sportives, on note toutefois un **changement dans les pratiques** : la demande pour les **circuits vélo** progresse de 4,1 %, tandis que celle pour la **petite randonnée** recule de 10 %.

De nombreux retours positifs ont été adressés au BIT du Bleymard concernant l'accès gratuit à la piscine municipale chauffée ainsi que les cours de natation et d'aquagym proposés. Les activités organisées à la station du Mont-Lozère ont également été très appréciées.

Conclusion

La saison 2025 au bureau d'information touristique du Bleymard se caractérise par une **baisse générale de fréquentation**, particulièrement en août.

La **composition des visiteurs évolue**, avec une nette augmentation des groupes d'amis et de couples, tandis que les centres d'intérêt traditionnels restent stables, et que certaines pratiques sportives connaissent des évolutions spécifiques.

BUREAU DE LA BASTIDE-PUYLAURENT

Horaires d'ouvertures
150 jours/an | 450h/an

7 avril > 6 juillet & 24 > 30 septembre | 15h/semaine

JOURS	MATIN	APRÈS-MIDI
Lundi, mardi, mercredi		15h30 à 18h00
Jeudi, vendredi, samedi	09h30 à 12h00	
Dimanche	Fermé	Fermé

7 juillet > 23 août | 27h/semaine

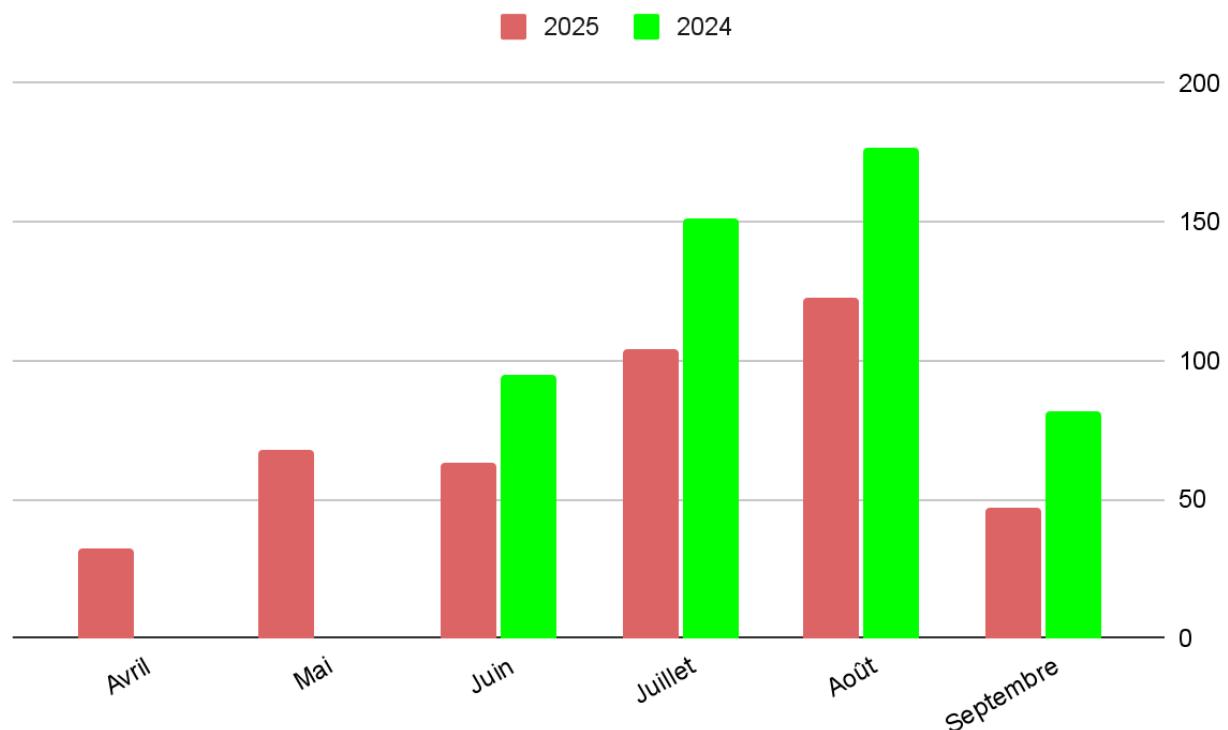
JOURS	MATIN	APRÈS-MIDI
Lundi, mardi, mercredi	10h00 à 12h00	15h30 à 18h00
Jeudi, vendredi, samedi	09h30 à 12h00	15h30 à 17h30
Dimanche	Fermé	Fermé

Le modèle de convention de 2024 a été maintenu pour la saison 2025 sur le bureau de la Bastide-Puylaurent : L'agent communal Carole Devarenne, ainsi que les agents de l'office de tourisme Aline Mousset et Morgane Roux se partagent la mission d'accueil du BIT de la Bastide Puylaurent. 15h/semaine sont assurées par les agents de l'office de tourisme de juin à septembre et 12h/semaine sont assurées par l'agent mis à disposition par la mairie en juillet et août. La présente convention prend fin en 2025 et sera à renouveler pour 2026.

1. Fréquentation touristique 2025 (nombre de demandes)

	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	TOTAL
2025	32	68	63	104	123	47	437

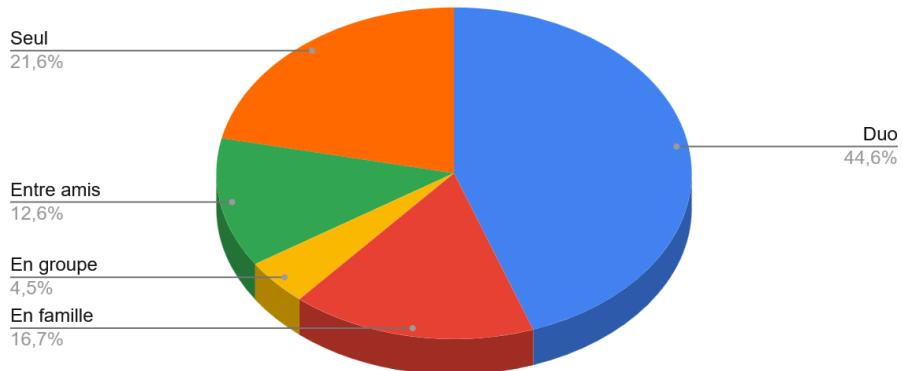
2. Analyse comparative



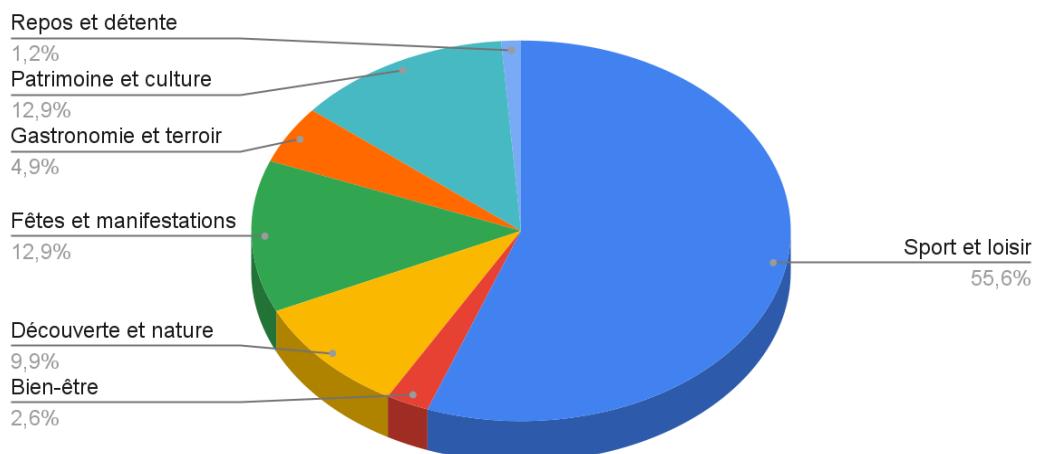
Cette année, conformément à la convention, le bureau a été ouvert dès le mois d'avril contrairement à 2024 avec une ouverture en juin. Nous comparerons donc les données à partir de juin. Nous pouvons remarquer une nette baisse de fréquentation (-34%) du bureau qui correspond au ressenti des hébergeurs du secteur.

3. Profil type

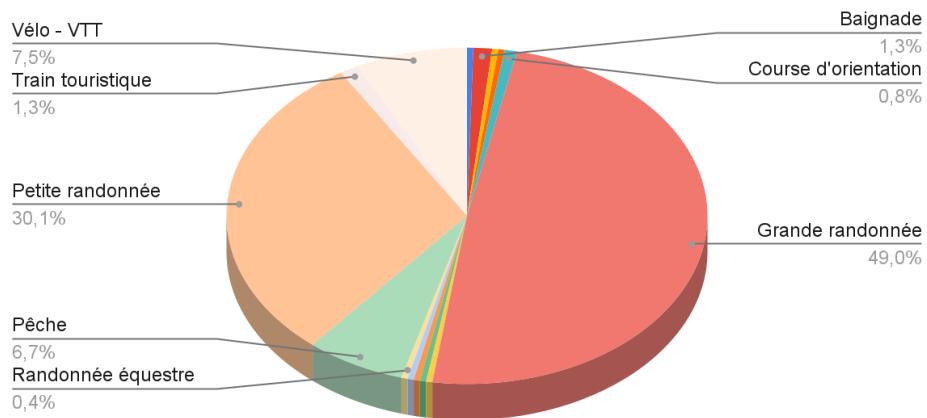
Segment client BIT la Bastide



11 - centres d'intérêt - BIT La Bastide



Sport et loisir - BIT La Bastide



Le bureau de la Bastide Puylaurent se trouve au croisement de trois GR : le GR70, GR700 et GR7. Cela explique le grand nombre de demandes concernant la grande randonnée. Le centre thermal de Saint Laurent les Bains a également amené quelques visiteurs. Beaucoup de curistes logent dans le village de gîtes les Sous-bois de la Bastide ou viennent depuis Saint Laurent les Bains pour connaître les petites randonnées ou le patrimoine à visiter, ce malgré la présence d'un office de tourisme à Saint Laurent les Bains auquel nous avons communiqué une partie de notre documentation. Cela s'explique peut-être par la fermeture de ce bureau le samedi matin et la recherche d'informations et de conseils plus détaillés et ciblés sur le secteur Lozère.

Conclusion

La fréquentation du bureau de la Bastide est en baisse significative en 2025. Les principaux visiteurs de ce bureau restent les randonneurs, les curistes de Saint-Laurent les Bains, les personnes hébergées sur le village. Les demandes sont principalement tournées vers la randonnée, les visites (patrimoine bâti et naturel), les fêtes et manifestations.

Nous avons eu de nombreuses personnes des chalets à gérer cette année (dépôt de chèques de caution, réclamations, demande de matériel manquant..). Nous avons pris pour habitude de ne pas les comptabiliser dans notre fréquentation touristique mais cette année, la demande a été plus importante. Il sera peut-être nécessaire de comptabiliser cette fréquentation à part.

Le sentier d'interprétation mis en place par la commune et étoffé cette année d'un nouveau panneau au thort est très apprécié. Les visiteurs notent la richesse des services pour un petit village (poste, pharmacie, épicerie, multiservice/tabac, restaurants, hôtels, bar, garage, gare).

BUREAU DE LANUÉJOLS

Horaires d'ouvertures

JOURS	MATIN	APRÈS-MIDI
Lundi	Fermé	14h00 à 18h00
Mardi	Fermé	14h00 à 18h00
Mercredi	Fermé	
Jeudi	9h00 à 12h00	14h00 à 19h00
Vendredi	Fermé	14h00 à 18h00
Samedi	Fermé	
Dimanche	Fermé	Fermé

Ouvert aux horaires de la mairie et en accès libre 7 jours sur 7 du 1er juillet au 30 septembre

Régis Marais, la personne chargée du secrétariat à la mairie de Lanuéjols, apporte les informations aux visiteurs qui le souhaitent durant son temps de présence. Son bureau est indépendant de l'espace dédié au BIT.

Cette configuration, avec un accès libre à l'antenne de l'office, ne permet pas de procéder à un réel comptage de la fréquentation. Régis a été formé pour utiliser la GRC mais la plupart du temps, les visiteurs entrent et sortent du point d'info sans être entrés en contact avec lui. Ses missions afférentes à la mairie ne lui permettent pas d'aller à la rencontre de ces visiteurs.

Aussi le faible volume de données collectées ne permet pas l'analyse.

CHÂTEAU DE CASTANET

Depuis 2025, l'Office de Tourisme assure la gestion du Château de Castanet, jusqu'alors administré par la Communauté de communes, propriétaire du monument.

Objectifs : mutualiser les compétences, renforcer la promotion du site et intégrer pleinement le château dans l'offre touristique du territoire.

Expositions présentées en 2025

- **Exposition principale : "La pierre à l'œuvre"**
 - Thème : la pierre, de la géologie à son utilisation par l'homme.
 - Conception : co-construite avec de nombreux partenaires (GéoLozère, A.R.D.E.C., Causses et Cévenne, Artisans Lauziers Couvreurs, Artisans Bâtisseurs en Pierre Sèche, Chambre des Métiers, Communes de La Bastide-Puylaurent et de Mont Lozère et Goulet, Compagnons du Devoir).
- **Exposition exceptionnelle EDF**
 - Immersion sonore et visuelle retraçant 60 ans d'histoire de l'hydroélectricité sur le Chassezac. (Création inédite avec Sophie Maneval et Claire Lauzon.)

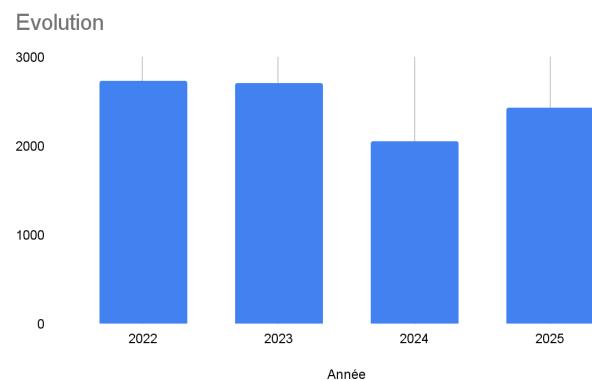
Animations et temps forts

- **Chasse au trésor (Pays d'Art et d'Histoire Mende & Lot en Gévaudan)**
- **Animation spéciale – Parc National des Cévennes**
Jeudi 28 août : «Pierre, pomme et Parc», balade contée entre bâti et nature.
- **Permanences GéoLozère**
 - Accueil et médiation les 18 & 27 juillet, 1er, 8, 15, 24 & 29 août de 14h30 à 16h30.
- **Journées Européennes du Patrimoine – 21 septembre**
 - Spectacle « *Si les châtaigniers pouvaient parler* » avec Nicolas Michel et Manon Bilhaut (47 spectateurs + visites libres).

Données d'ouverture & fréquentation

- **Ouverture** : 6 juillet → 31 août (14h-19h, dernière entrée 18h30, fermé le samedi).
- **Tarifs** : gratuit -12 ans / 2 € (12-25 ans et groupes +10p) / 4 € adultes.

1525 tarifs pleins	395 tarifs réduits	461 gratuits
2381 visiteurs dont 334 participants à la chasse au trésor et 57 aux Journées Européennes du Patrimoine (gratuits)		



HORS LES MURS

Depuis plusieurs années, la stratégie d'accueil de l'office de tourisme Mont Lozère compte une action hors les murs. Son objectif est d'être représenté sur les grands événements sportifs et culturels du territoire afin de capter une clientèle in situ, qui n'est pas forcément habituée des bureaux d'informations touristiques.

		nombre de demandes
Salon Occ'ygène TOULOUSE 8 et 9/03	10:00 > 19:00 10:00 > 18:00	321
Salon du randonneur Lyon 22 & 23/03	10:00 > 18:00 10:00 > 18:00	287
La Lozère à Béziers 28>30/03	15:00 > 21:30 9:30 > 22:00 9:30 > 18:00	375
Intersport Montpellier 25/04>10/05		1000
Transhumance 22/06	08:30 > 16:30	200
Marché Valdo 11/07	17:30 > 20:00	9
Marché Valdo 18/07	17:30 > 20:00	5
Marché Valdo 25/07	17:30 > 20:00	12
Marché Valdo 01/08	17:30 > 20:00	6
Marché Valdo 08/08	17:30 > 20:00	10
Marché Valdo 15/08		Annulé
Marché Valdo 22/08	17:30 > 20:00	5
Marché Valdo 29/08	17:30 > 20:00	6
TCFIA 13/09 Mont Lo	15:30 > 17:30	12
TOTAL		2248

Conclusion

Les offices de tourisme de Lozère se sont réunis sur un stand commun au **salon Occ'ygène à Toulouse**, dédié à la randonnée, trekking, escapade et voyage. Une clientèle plutôt séniior le samedi, et plus familiale le dimanche.

Si la plupart connaissaient la Lozère de nom, il a souvent fallu la situer géographiquement. Grand intérêt pour la nature préservée, grands espaces peu fréquentés, nombreuses

activités sportives. Beaucoup ont aussi été surpris par la diversité des activités et des sites culturels à découvrir.

Les visiteurs ayant déjà séjourné ou ayant des origines lozériennes ont témoigné d'un réel attachement au territoire. Un salon positif, révélateur de l'attractivité grandissante de la Lozère !

Lors du **salon du randonneur**, cette année encore, nous avons mutualisé notre stand avec les offices de tourisme Aubrac-Gorges du Tarn, Cévennes-Mont Lozère, Mont Lozère, Muse et Raspes du Tarn. L'office de tourisme de Millau qui portait l'organisation ces dernières années ne participe plus au salon du randonneur. Il n'y a donc pas eu de jeu concours cette année, élément qui attire habituellement du monde.

Samedi : Couples, seniors et actifs, quelques familles. Séjours plus courts, plutôt une semaine (moitié du tracé). Randonnée accompagnée ou organisée sur le GR

Dimanche : Couples, familles, actifs.

Lors de l'opération "**La Lozère à Béziers**", organisée par le Conseil Départemental de la Lozère, le village lozérien, installé sur les allées Paul Riquet, comptait 55 exposants, dont 3 artisans, 25 producteurs et 27 prestataires touristiques (offices de tourisme, prestataires d'activités, hébergements...), ainsi que Lozère Nouvelle Vie. La fréquentation en journée a été satisfaisante, mais est restée faible lors des nocturnes.

L'édition 2026 de « La Lozère à... » ne pourra pas être organisée, en raison du contexte pré-électoral qui ne permet pas d'obtenir les engagements nécessaires des villes partenaires. Elle sera reprogrammée au printemps 2027.

Le marché Rendez-vous dans le Valdo, organisé dans le pré de la Tour à Langlade, affiche une **fréquentation stable par rapport à 2024**.

Malgré un cadre agréable et les **efforts constants de l'association** pour promouvoir l'événement — notamment à travers une animation musicale chaque premier vendredi du mois visant à créer un moment convivial de partage autour de produits de qualité — la fréquentation demeure relativement faible.

Cependant, cette action constitue une opportunité précieuse de rencontre avec les touristes, les professionnels du tourisme et la population locale.

De manière générale, l'objectif de ces actions "hors les murs" n'est pas la quantité, mais bien la qualité des échanges, en touchant des publics qui ne fréquenteraient pas un bureau d'accueil classique.

L'opération Intersport, menée en collaboration avec les offices de tourisme lozériens, s'est déroulée dans les magasins Intersport de Lattes, Saint-Aunès et Saint-Clément-de-Rivière les vendredis et samedis 25-26 avril, 2-3 mai et 9-10 mai 2025.

Durant ces trois week-ends, des conseillers en séjour sont allés à la rencontre des MontPELLIÉRAIN·E·S afin de leur proposer :

- des conseils personnalisés pour découvrir les meilleures randonnées et activités outdoor,
- des informations sur les sites incontournables de la Lozère,
- ainsi que des jeux et surprises pour dynamiser l'échange.

En dehors de ces temps forts, les brochures de chaque office de tourisme sont restées en libre-service dans les magasins pendant toute la durée de l'opération (trois semaines), permettant une visibilité continue du territoire.

Comme chaque année, l'office de tourisme était présent au **TCFIA – Tour Cycliste Féminin International de l'Ardèche**, à l'arrivée de l'étape à la station du Mont-Lozère.

Cette édition a été marquée par une météo capricieuse, alternant pluie et éclaircies, qui n'a pas permis de voir affluer autant de visiteurs que d'habitude. Malgré tout, l'ambiance était au rendez-vous et l'accueil réservé aux cyclistes était chaleureux.

E-REPUTATION

Afin d'observer la e-réputation du territoire, nous utilisons l'agrégateur d'avis, **Fairguest**.

Fairguest collecte les avis auprès de plusieurs plateformes et calcule une note globale (pour une destination et/ou pour un établissement en particulier). Il facilite le suivi des avis clients et son objectif est de permettre la mise en place des actions de gestion qualité personnalisées auprès des prestataires touristiques.

Note FairGuest

Moyenne pondérée des avis collectés sur les 3 dernières années.



OT Mont Lozère

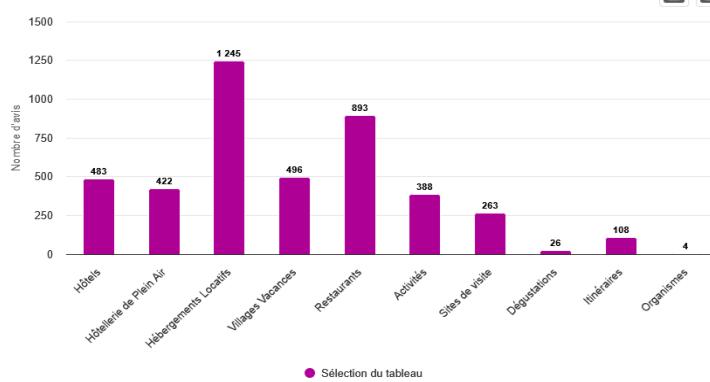
Nombre d'avis	2 959
Nombre d'établissements	174

ADT Lozère Tourisme

Nombre d'avis	37 393
Nombre d'établissements	1 441

Avis collectés par types d'établissements

Sélection du tableau	
Hôtels	483
Hôtellerie de Plein Air	422
Hébergements Locatifs	1 245
Villages Vacances	496
Restaurants	893
Activités	388
Sites de visite	263
Dégustations	26
Itinéraires	108
Organismes	4

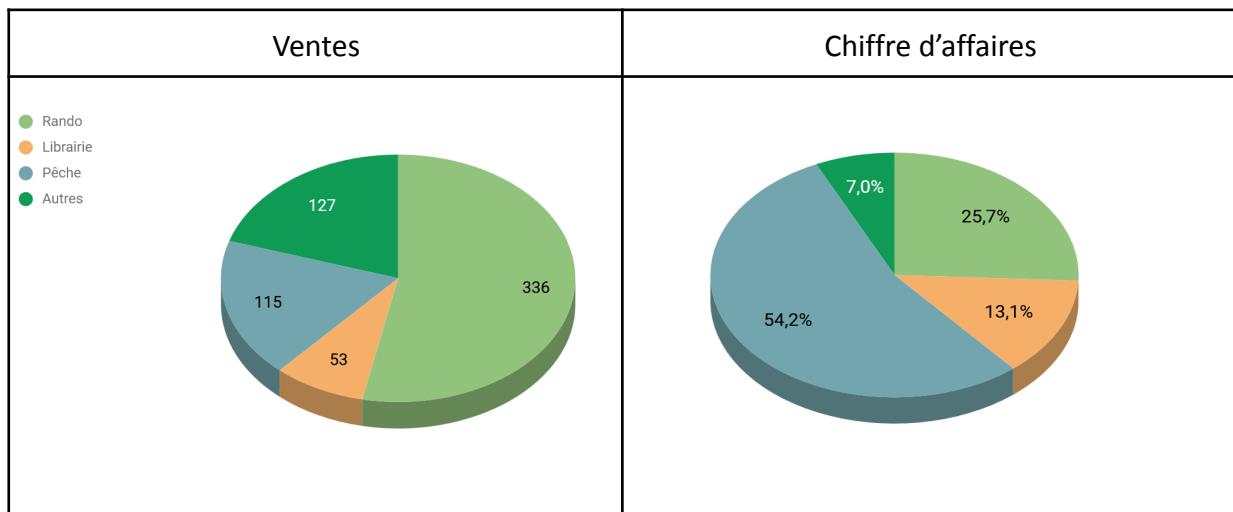


①		②	
Google	1 839 avis	Booking	280 avis
62,1%	9,5%		
③		④	
Airbnb	240 avis	TripAdvisor	178 avis
8,1%	6%		

➤ [Voir le rapport e-réputation complet de la destination](#)

PRODUITS BOUTIQUE

L'office de tourisme en SPA ne peut entrer en concurrence avec les commerces alentours. Aussi cette activité est marginale.



Par rapport à 2024, le nombre de ventes est en baisse de 30% mais le chiffre d'affaires est en hausse de 68%.

La hausse du chiffre d'affaires s'explique par la modification de la convention avec les AAPPMA de Villefort et de Mende.

Auparavant : les sommes perçues par notre office de tourisme étaient reversées directement aux AAPPMA sans passer par notre régie.

Depuis 2025 : L'office de tourisme encaisse les sommes en direct (ce qui permet les encaissements CB et répond à une demande du client) . L'office de tourisme rétrocède ensuite les sommes perçues aux AAPPMA.

Un défraiement pour imprimante et papier est versé à l'office de tourisme :

- 1€/permis par l'AAPPMA de Villefort
- 3% des sommes + 30ct/carte par l'AAPPMA de Mende.

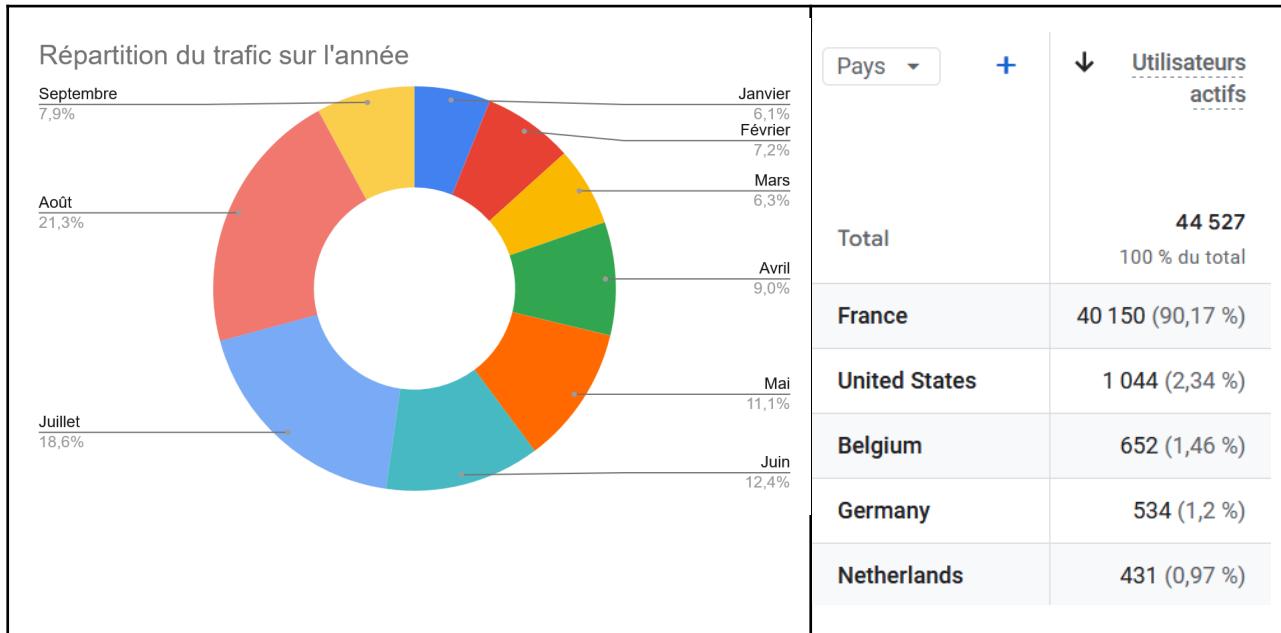
BILAN DE FRÉQUENTATION DIGITALE

Notre site internet destination-montlozere.fr a cumulé **plus 132 000 vues pour 44 000 visiteurs**



Les pics de fréquentation observés:

- **9 février** : Début des vacances d'hiver de la Zone B (Académies d'Aix-Marseille, Amiens, Besançon, Dijon, Lille, Limoges, Nice, Orléans-Tours, Poitiers, Reims, Rouen, Strasbourg).
- **13, 21 et 29 avril** : Lundi de Pâques, vacances scolaires de la zone A et de la zone C (notre zone), campagnes réseaux sociaux (Facebook et Instagram) et opération Intersport.
- **29 et 30 mai** : Pont de l'Ascension.
- **13 et 14 juillet** : Pont du 14 juillet.
- **16 août** : Pont du 15 août.



Chemin de la page de l'écran
+

↓ Vues
Utilisateurs actifs

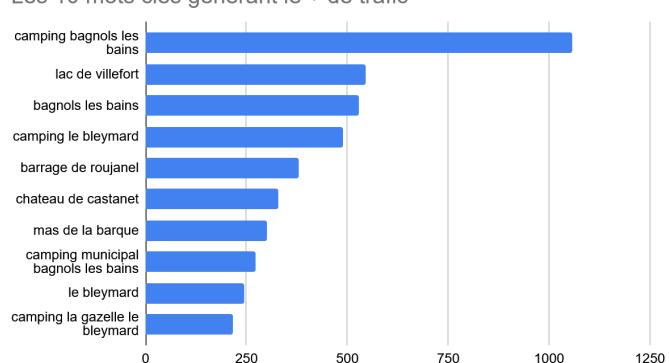
	Vues	Utilisateurs actifs
Total	132 022 100 % du total	44 482 100 % du total
1 /	22 218 (16,83 %)	8 347 (18,76 %)
2 /campings/camping-municipal-de-bagnols-les-bains/	8 196 (6,21 %)	4 390 (9,87 %)
3 /campings/	4 876 (3,69 %)	3 303 (7,43 %)
4 /campings/camping-municipal-la-gazelle/	4 848 (3,67 %)	2 898 (6,51 %)
5 /agenda/	4 205 (3,19 %)	1 758 (3,95 %)
6 /loisirs/lac-de-villefort/	3 187 (2,41 %)	2 489 (5,6 %)
7 /activite/	2 566 (1,94 %)	1 946 (4,37 %)
8 /patrimoine/chateau-de-castanet/	2 180 (1,65 %)	1 561 (3,51 %)
9 /nature/	1 796 (1,36 %)	1 340 (3,01 %)
10 /locatifs/	1 637 (1,24 %)	997 (2,24 %)

Avec 22K vues, la page d'accueil est la page la plus fréquentée.

Vient ensuite celles des **campings qui, cumulées, représentent 13% du trafic**. Ce mode d'hébergement particulièrement plébiscité par une majorité de Français et présent sur l'ensemble du territoire, les campings caracolent en tête des réservations d'hébergements de vacances.

Ensuite, **comme pour les visiteurs des bureaux d'information touristiques, ce sont les événements, les activités de pleine nature qui sont les pages les plus consultées.**

Les 10 mots clés générant le + de trafic



Le **camping de Bagnols-les-Bains**, une structure qui ne possède pas de site internet, est un établissement pour lequel nous récupérons une grande partie du trafic issu des recherches sur les moteurs de recherche.

Le **château de Castanet**, qui a suscité davantage d'intérêt que l'année dernière, gagne deux positions.

Durée d'engagement moyenne par utilisateur actif

1 min 26 s

est le temps que passe en moyenne un internaute sur notre site internet. Le site de l'office de tourisme est un relais vers les sites ou informations de contacts des acteurs du tourisme

Eléments complémentaires pour analyser la fréquentation touristique du territoire

- Bilan de la saison estivale 2025 du CRTL [Note de conjoncture - au 09 octobre 2025](#)
- [Rapport Flux Vision Tourisme pour la période mai – août 2025 pour la zone d'Observation CC Mont Lozère](#)