mont-lozère
office de tourisme

BILAN TOURISTIQUE 2026

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.

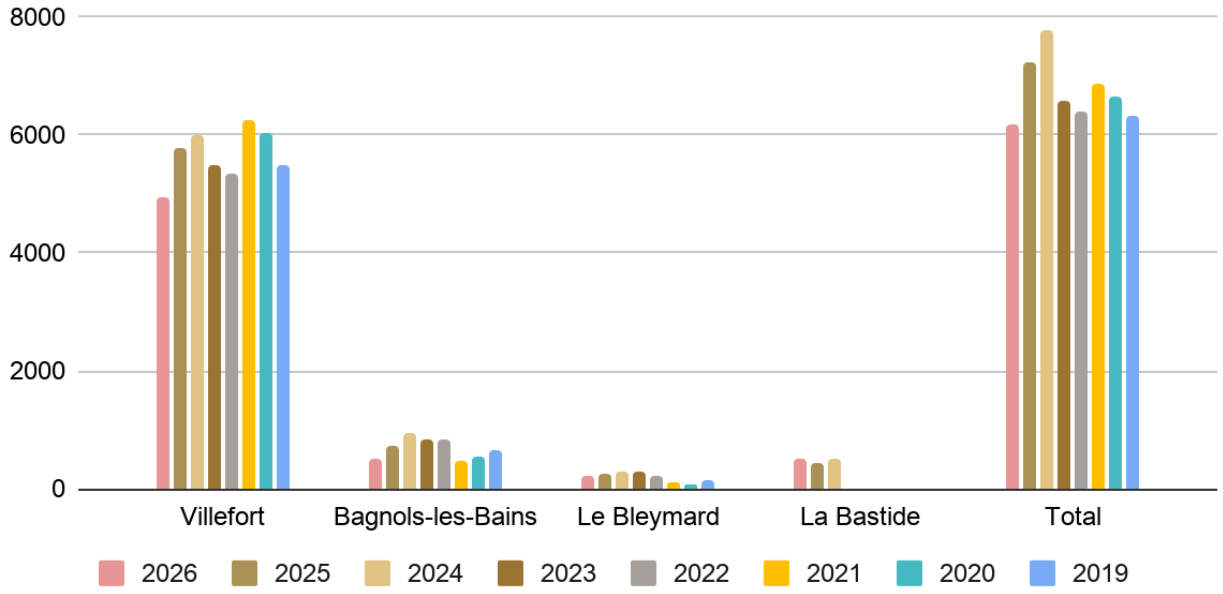
Missions

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 2026

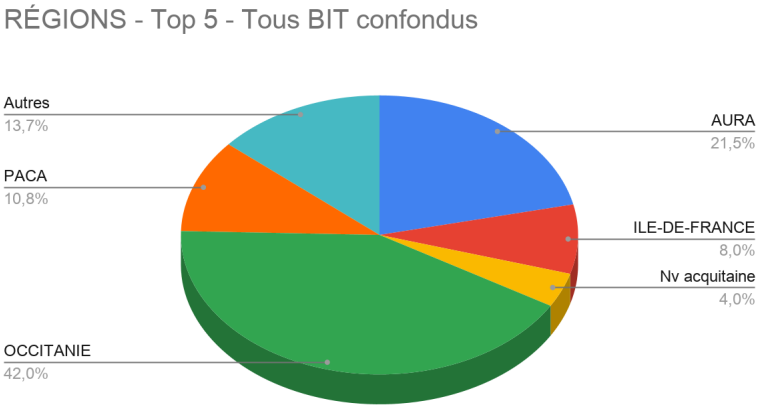


De façon générale, la fréquentation est en baisse dans l'ensemble des bureaux d'information touristique. Seul le bureau de La Bastide fait exception, en maintenant un niveau de fréquentation stable par rapport à l'année précédente.

Depuis le début du suivi de la fréquentation en 2019, 2026 enregistre le recul le plus marqué, avec une baisse globale de 14 % par rapport à 2025.

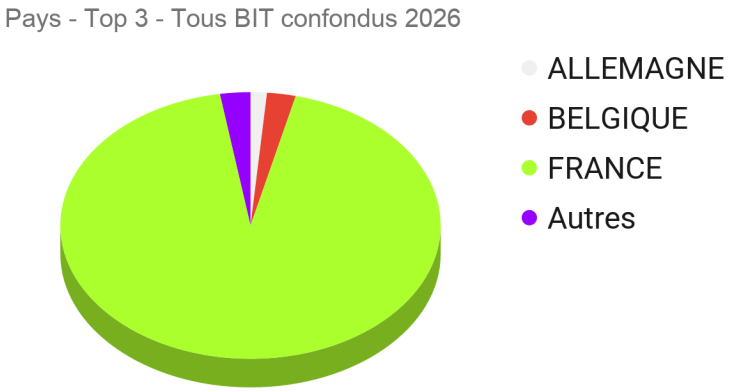
Ce recul s'observe également par rapport à 2019, année de référence avant la crise sanitaire COVID, avec 2 % de fréquentation en moins.

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.



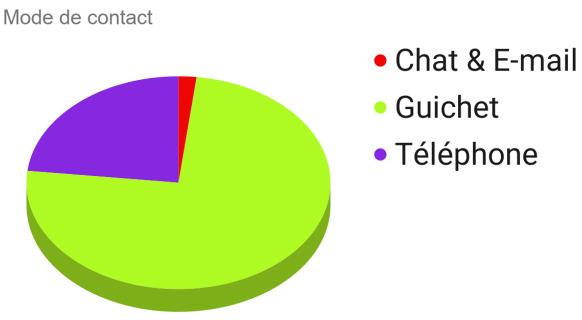
Classement depuis 2018 :

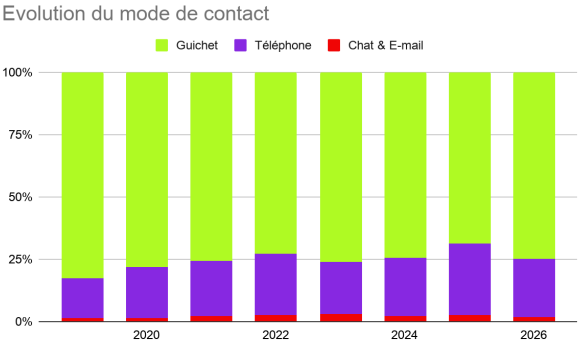
1er OCCITANIE
2eme AURA
3eme PACA
4eme ILE-DE-FRANCE
5eme PAYS DE LA LOIRE ou NOUVELLE AQUITAINE selon les années

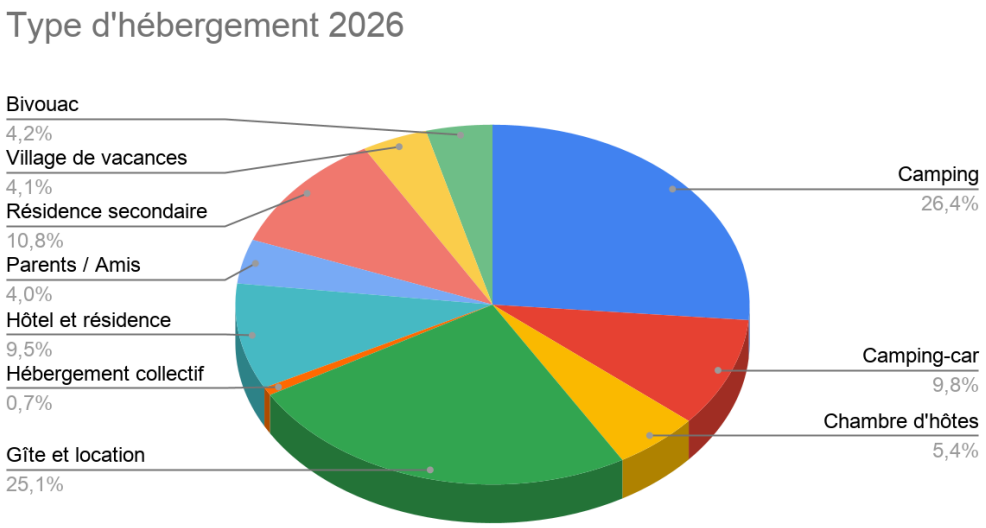


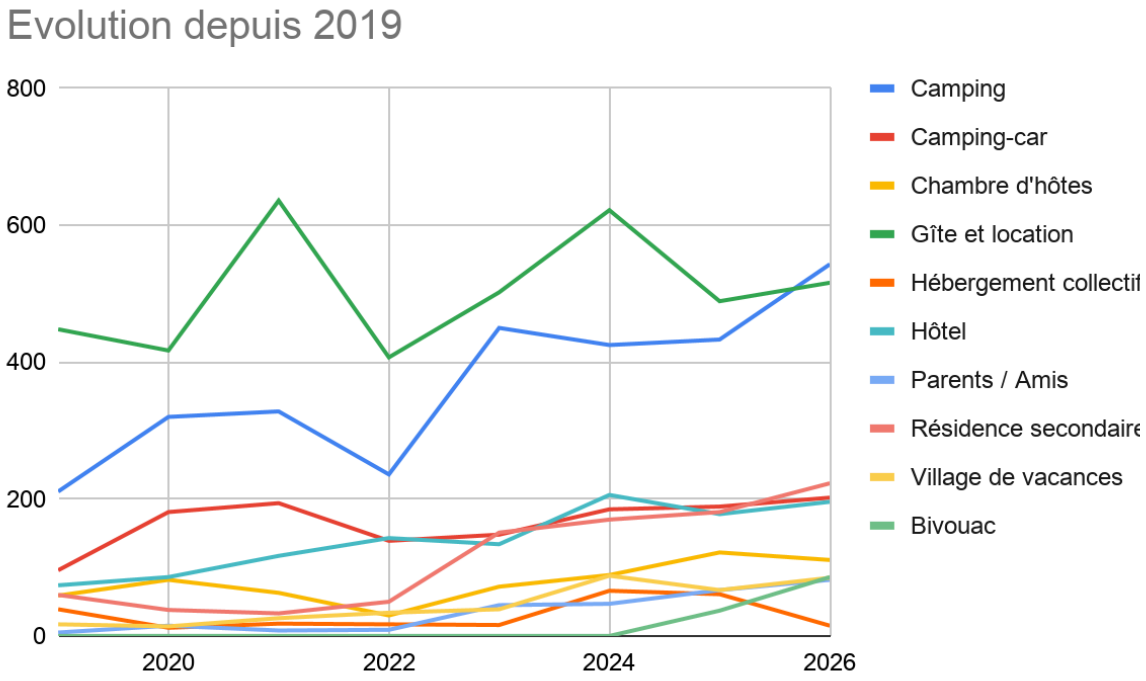
Top 3 depuis 2018 :

1er FRANCE
2eme BELGIQUE
3eme ALLEMAGNE









Cette année encore, les hébergements non marchands poursuivent leur progression : de plus en plus de visiteurs séjournent chez des proches, dans une résidence secondaire ou en camping-car. Le bivouac connaît également une nette progression.

À l'inverse, les séjours en gîte et en location, en recul depuis deux ans, sont désormais moins nombreux que les séjours en camping.

mont-lozère
office de tourisme

BUREAU DE VILLEFORT

Horaires d'ouverture
286 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

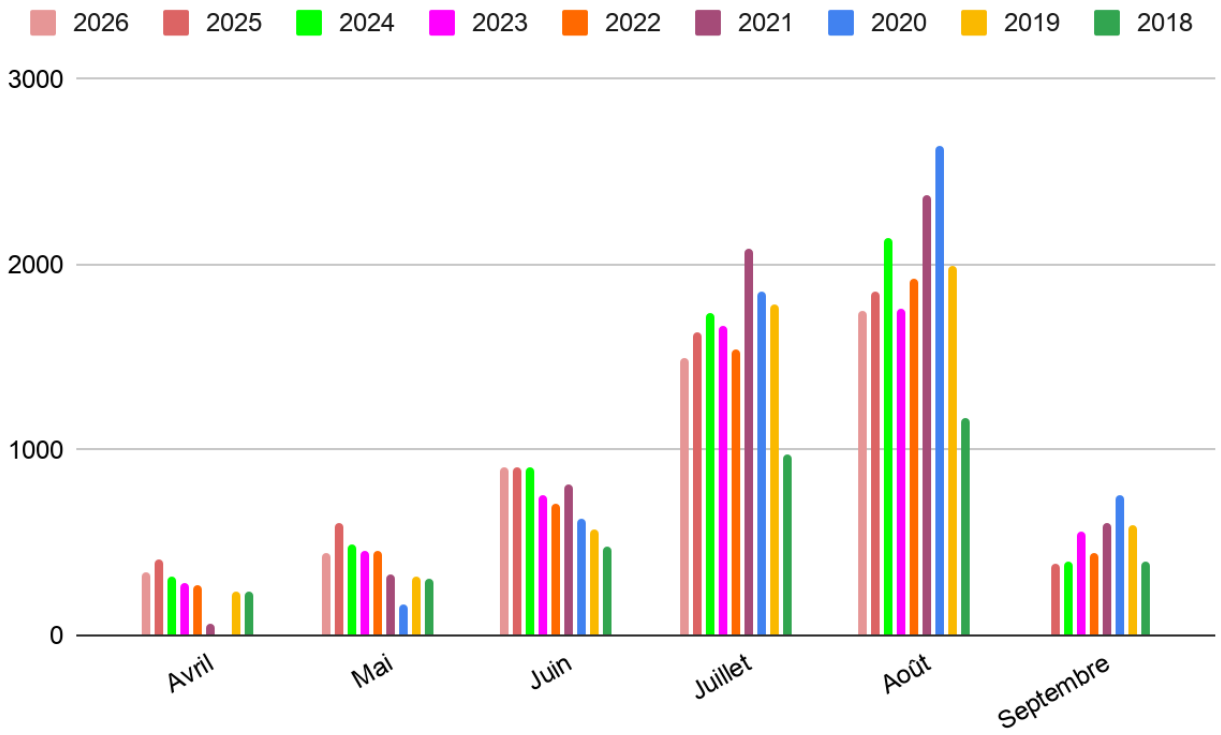
Aline Mousset, Morgane Roux (agents permanents), Danaé Kopff-Landas, Marie-Pierre Dabet (temps partiels saisonniers) accueillent les visiteurs et ont utilisé 2 outils pour mesurer et qualifier la fréquentation touristique :

- Jusqu'au 31/05, le module Accueil TOURINSOFT
- A partir du 01/06, la plateforme Coq'Trotteur déployée dans l'ensemble des OT et soutenue par le CDT

Fréquentation (nombre de demandes)

	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	TOTAL
2026	345	448	908	1493	1750	520	5464

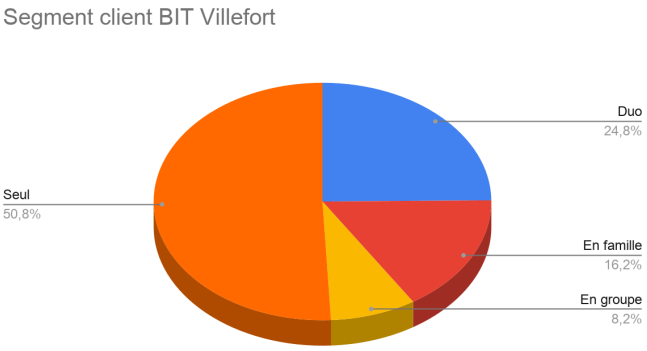
1. Analyse comparative

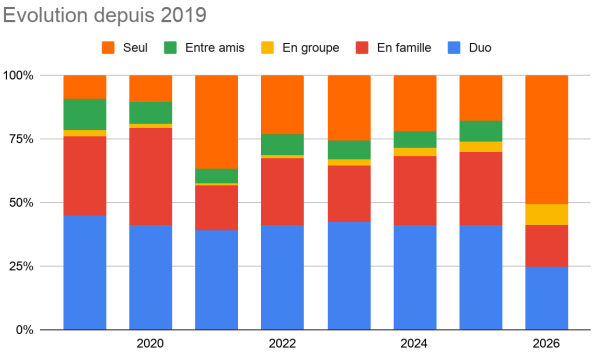


Alors que la fréquentation touristique de 2025 avait été particulièrement soutenue par la présence de visiteurs au printemps, les mois d'avril et de mai 2026 enregistrent un recul par rapport à l'année précédente, tout en restant globalement stables par rapport aux années précédentes. Le mois de juin confirme en revanche sa bonne dynamique, avec des performances qui se maintiennent à un niveau élevé depuis plusieurs années.

La période estivale quant à elle enregistre, cette année encore, une baisse du nombre de visiteurs : –9 % en juillet et –5 % en août. Pour rappel entre 2025 et 2024 : –7 % en juillet et –14 % en août.
Enfin, le mois de septembre affiche une belle progression de +34% par rapport à 2025, portée par une clientèle étrangère, des touristes retraités et des séjours courts, notamment le week-end ou à la journée avec une clientèle locale. Cette dynamique a été favorisée par une météo particulièrement favorable.
Globalement, la fréquentation estivale se rapproche de celle observée en 2023.

2. Profil type

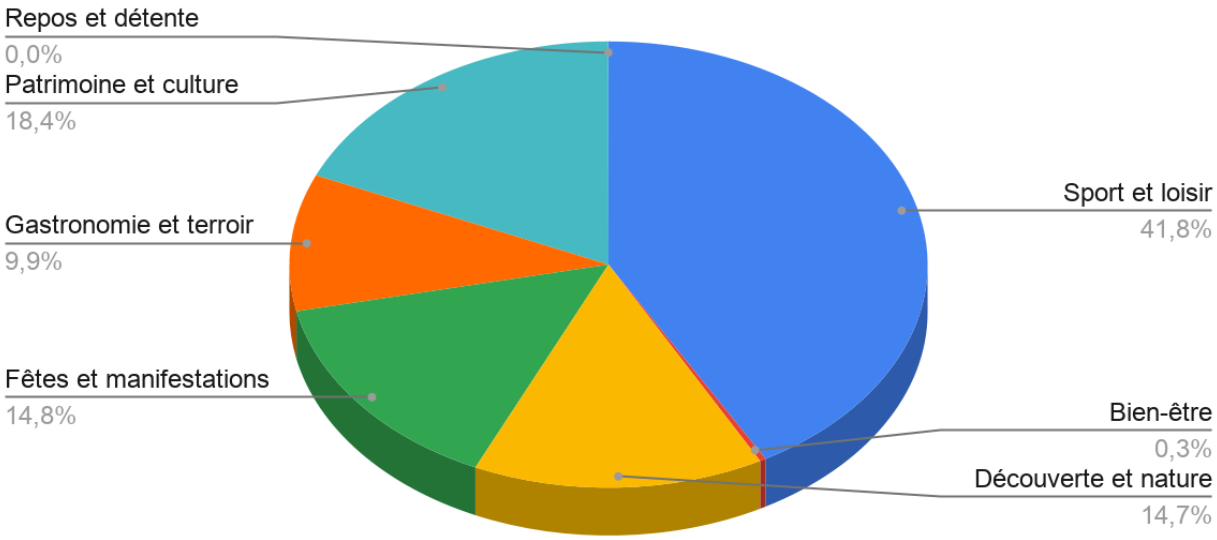




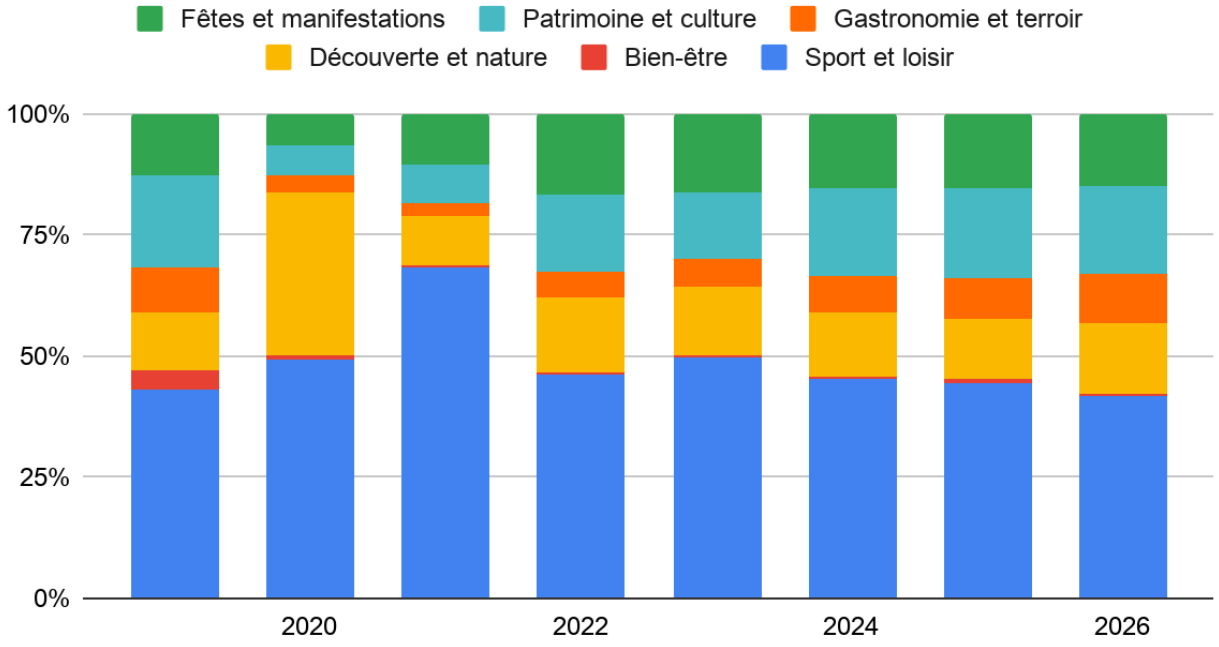
Par rapport aux années précédentes, la part des visiteurs voyageant seuls progresse fortement, au détriment des autres profils, notamment les visiteurs en famille, entre amis ou en groupe.

Ces évolutions sont toutefois à interpréter avec prudence, en raison du passage en cours de saison du module Accueil de Tourinsoft à la plateforme Coq'Trotteur, qui a pu entraîner des différences dans les modalités de saisie et donc affecter la comparabilité des données. Par exemple, la catégorie « entre amis », qui existait auparavant dans Tourinsoft, a été supprimée dans Coq'Trotteur et se retrouve désormais intégrée à la catégorie « en groupe ».

11 - centres d'intérêt - BIT Villefort



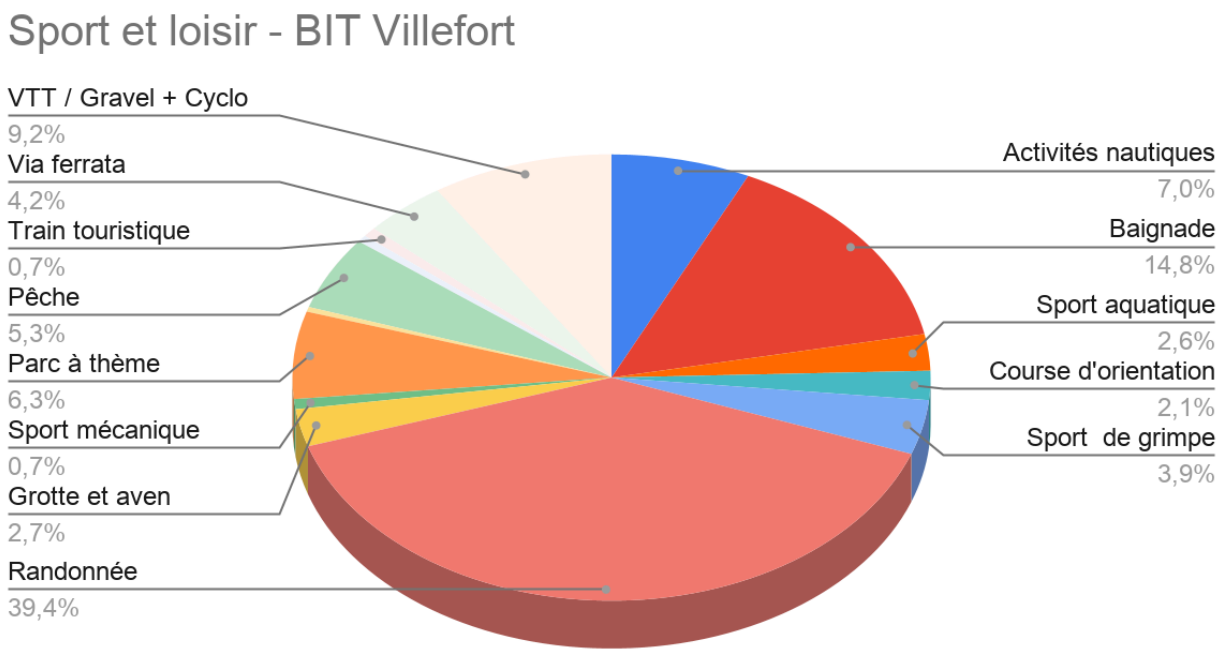
Evolution des centres d'intéret



Le regain d'intérêt pour les thématiques « Patrimoine et Culture » ainsi que « Gastronomie et Terroir » se confirme en 2026. Cette tendance n'avait plus été observée depuis 2021, année qui

avait notamment été marquée par un pic d'intérêt pour la thématique « Sport et Loisirs », dans le contexte de la reprise touristique post-Covid.

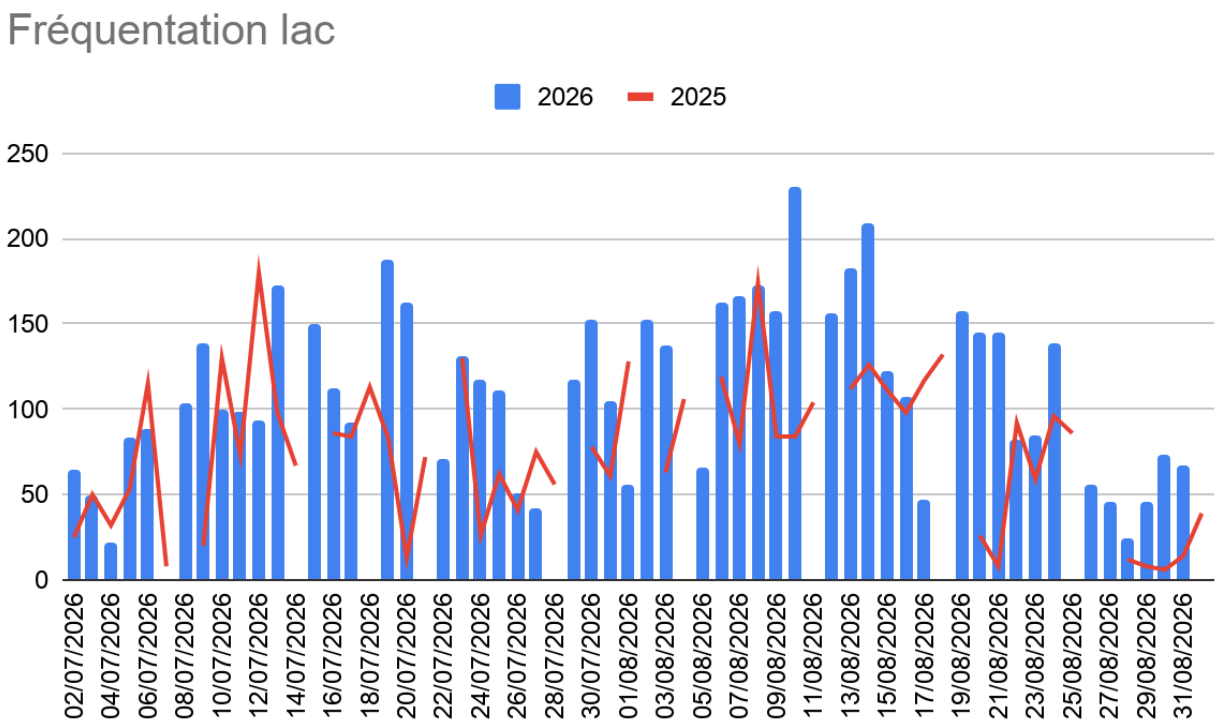
La répartition des centres d'intérêt en 2026 reste toutefois très proche de celle observée au cours des quatre années précédentes, avec des écarts relativement limités d'une année à l'autre.



Les **activités sportives, de pleine nature**, ont toujours du succès, la randonnée recule cependant de 5% au profit des activités rafraîchissantes comme la baignade+7%.

3. Plage du Lac de Villefort

Depuis 2023, la fréquentation de la plage du lac de Villefort est suivie quotidiennement pendant la saison de baignade, grâce à des comptages effectués à 14h30 et 17h par le surveillant de baignade. Le relevé le plus élevé est retenu, généralement celui de 17h.



En 2026, la fréquentation progresse fortement : 2442 personnes en juillet (+25 % par rapport à 2024) et 2942 en août (+50 %), soit +37 % sur l'ensemble de la saison. Cette hausse traduit l'attrait accru pour les lieux de baignade, notamment lors des épisodes successifs de fortes chaleurs.

Ce suivi s'inscrit dans le plan d'adaptation du tourisme au changement climatique du Parc national des Cévennes, qui vise notamment à anticiper la saturation des espaces de fraîcheur et à mieux orienter les flux. Pour la plage de Villefort, le seuil de saturation est fixé à 200 personnes. Il a été dépassé à deux reprises en 2026, avec des pics de 230 personnes le 13 août et 209 le 9 août.

Le seuil de sécurité de 150 personnes dans la zone de baignade a quant à lui été dépassé à 12 reprises, rendant la surveillance plus difficile et moins efficace.

⇒ Lien vers le bilan complet

4. Le mot des saisonniers

Les points forts

- **Une équipe soudée et complémentaire**, avec une bonne communication, de la confiance, de la disponibilité et une réelle flexibilité entre collègues.
- **Coq'Trotteur**, plus facile à utiliser pour sélectionner et envoyer les carnets de voyage et permettre l'impression à la demande, même si certaines éditions, notamment l'agenda, restent à améliorer.
- La possibilité de se former sur le terrain (ex: refaire les sentiers de découverte régulièrement demandés par les visiteurs.)
- La possibilité d'**encaisser la billetterie par carte bancaire**, répondant à une demande récurrente des visiteurs.

Les points de vigilance

- **Gestion des stocks de la boutique** : suivi permanent et nombreux transferts entre bureaux pendant la saison.
- **Des procédures qui évoluent en cours de saison**, notamment pour EDF, avec un alourdissement important et chronophage.
- **Gestion des horaires et du rattrapage** : un manque de visibilité sur ces questions en cours de saison, alors que les plannings établis sont assumés par l'équipe.
- **Chaleur dans le bureau de Villefort**, problématique à la fois pour les agents et pour l'accueil des visiteurs. Les épisodes de fortes chaleurs, devenus récurrents, soulignent la nécessité d'anticiper davantage l'adaptation des conditions de travail.
- Une **information parfois insuffisamment claire sur le bivouac**, notamment concernant les possibilités selon les communes, alors que les demandes de visiteurs itinérants augmentent.

Conclusion

L'année 2026 confirme l'attractivité du secteur de Villefort, malgré une fréquentation du bureau en recul pendant la haute saison. Le mois de septembre, particulièrement dynamique, montre toutefois que la fréquentation ne se limite plus aux seuls mois de juillet et août et que les courts séjours, la clientèle étrangère et retraitées ainsi que la clientèle locale contribuent de plus en plus à l'activité.

Les pratiques évoluent également : la recherche de fraîcheur et de baignade progresse, tandis que les demandes liées à l'itinérance, au bivouac et aux transports en commun témoignent d'un intérêt croissant pour des formes de séjour plus mobiles et moins dépendantes de la voiture.

La forte hausse de fréquentation de la plage du lac de Villefort, conjuguée aux dépassements ponctuels des seuils de saturation et de sécurité, constitue par ailleurs un signal à prendre en compte dans l'adaptation de l'accueil et la gestion des flux face aux épisodes de fortes chaleurs.

Enfin, la saison confirme l'importance d'une équipe soudée et adaptable, tout en faisant ressortir plusieurs points d'amélioration : conditions de travail lors des fortes chaleurs, simplification des procédures, gestion des stocks et clarification de certaines informations apportées aux visiteurs.

Au-delà des chiffres de fréquentation, ces observations de terrain constituent ainsi des indicateurs précieux pour adapter l'accueil, anticiper les évolutions des pratiques touristiques et accompagner durablement l'attractivité du territoire.

mont-lozère
office de tourisme

BUREAU DE BAGNOLS-LES-BAINS

Horaires d'ouverture
151 jours/an | 930h/an

30 MARS > 10 MAI & 14 SEPTEMBRE > 15 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	

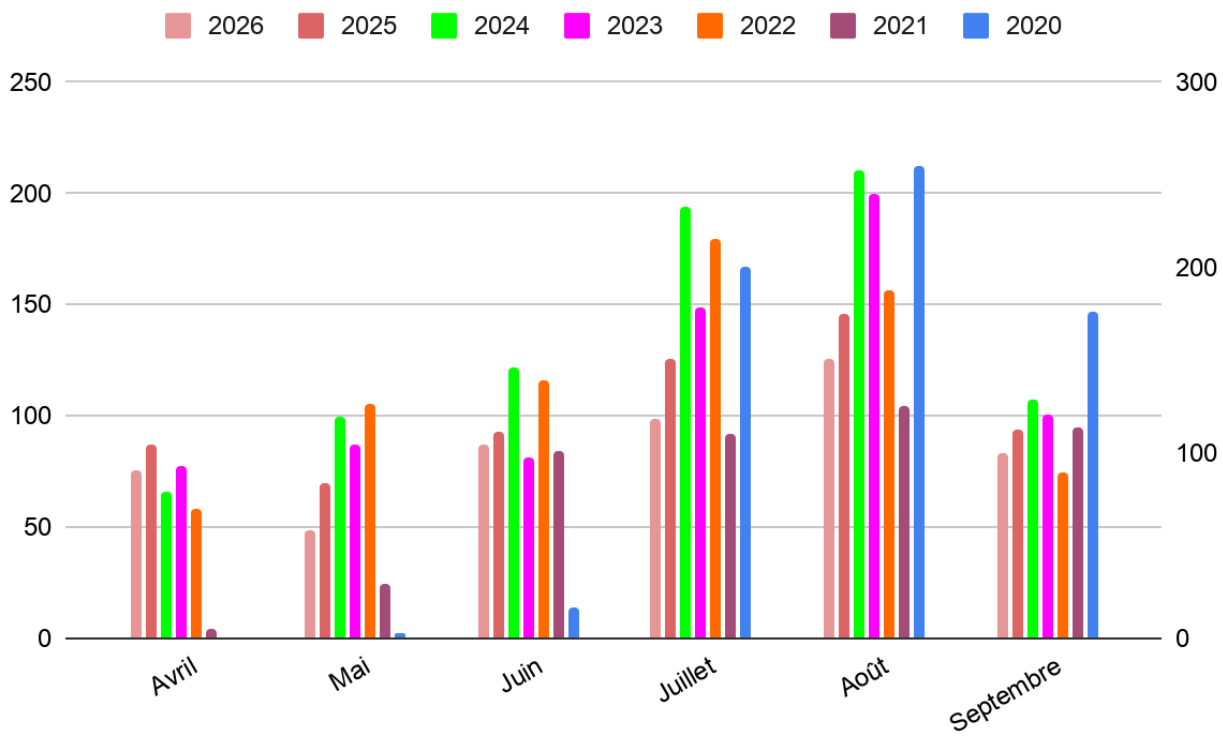
Florence Lafont, accueille les visiteurs et acteurs touristiques. L'office de tourisme a ouvert le 30 mars, en même temps que la station thermale. Afin de mesurer et qualifier la fréquentation touristique, 2 outils ont été utilisés :

- Jusqu'au 31/05, le module Accueil TOURINSOFT
- A partir du 01/06, la plateforme Coq'Trotteur déployée dans l'ensemble des OT et soutenue par le CDT

1. Fréquentation (nombre de demandes)

	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	TOTAL
2026	91	58	105	118	151	100	623

2. Analyse comparative



La fréquentation du B.I.T. de Bagnols-les-Bains suit une **dynamique saisonnière marquée**, avec une montée progressive de la fréquentation à partir du printemps et concentration durant la période estivale.

Toutefois,la fréquentation 2026 apparaît **en recul sur plusieurs mois**, notamment en mai, juillet et août. Le mois de septembre connaît également une baisse de fréquentation. Ces données soulignent l'enjeu de **renforcer l'attractivité du territoire sur les ailes de saison**, afin de mieux répartir les flux de visiteurs sur l'ensemble de la période d'ouverture du B.I.T.

La comparaison avec les années précédentes met en évidence une **fréquentation 2026 globalement moins élevée sur le cœur de saison**. Le recul observé en septembre montre également une **fin de saison plus calme**

3. Pots d'accueil

FRÉQUENTATION				
30 mars	25		20 juillet	33
13 avril	18		3 août	39
27 avril	19		17 août	35
11 mai	9		31 août	39
25 mai	26		14 septembre	13
8 juin	40		28 septembre	35
22 juin	20		12 octobre	
6 juillet	9		26 octobre	
			Total : 360	

Organisés **une semaine sur deux** à 18h, ces rendez-vous réunissent le maire délégué ou un adjoint 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.

À période comparable, les pots d'accueil de Bagnols-les-Bains ont accueilli **436 participants en 2025 contre 360 en 2026**, soit une baisse de **76 participants (-17,4 %)**.
La grande majorité des participants étant des curistes, le niveau de participation dépend directement du volume global de fréquentation des thermes.

Malgré cette baisse quantitative, les pots d'accueil demeurent un **outil marketing et relationnel** irremplaçable pour notre destination :

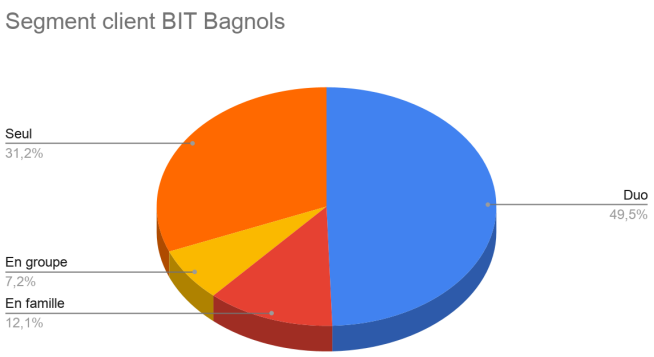
Un espace privilégié de contact direct : C'est l'occasion idéale pour l'office de tourisme de nouer un premier échange chaleureux, de capter les retours d'expérience en direct et de personnaliser les recommandations de séjour, de présenter les animations locales, de stimuler la découverte du territoire

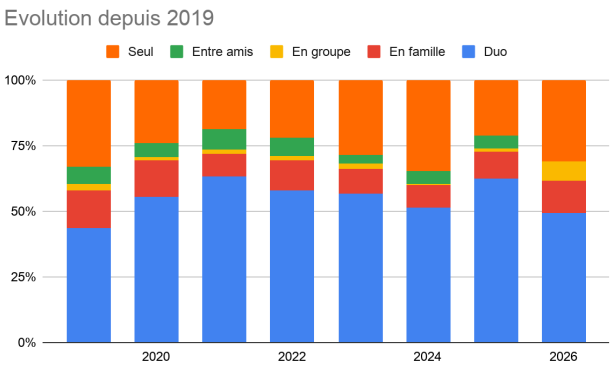
Un levier de fidélisation et de recommandation : Un visiteur bien accueilli dès ses premiers jours devient un ambassadeur de la station. Même en période de moindre affluence, ce moment de convivialité renforce l'attachement à la destination et incite à revenir.

La mise en valeur des socio-professionnels et du terroir : Ces événements permettent de valoriser nos partenaires locaux (producteurs, prestataires d'activités) et de structurer l'offre touristique autour d'une identité forte et accueillante.

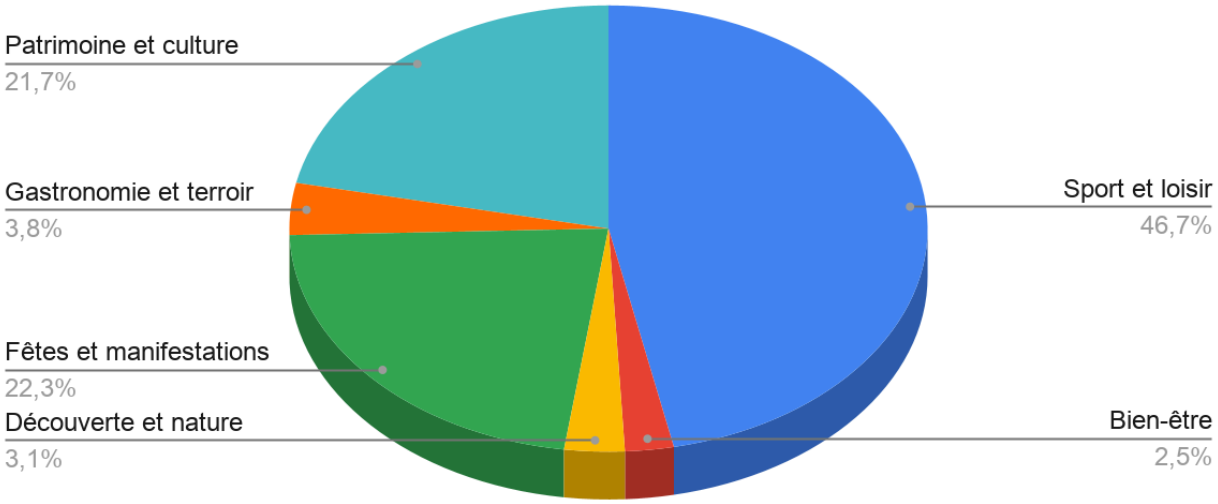
Conclusion : La baisse du nombre de participants observée cette année est le reflet direct d'une conjoncture thermale spécifique. Les curistes constituent une clientèle fidèle, aux séjours longs, qui font vivre l'économie locale. Maintenir ces pots d'accueil, c'est continuer à soigner notre accueil, à fidéliser notre clientèle principale et à affirmer le dynamisme de notre destination.

4. Profil type

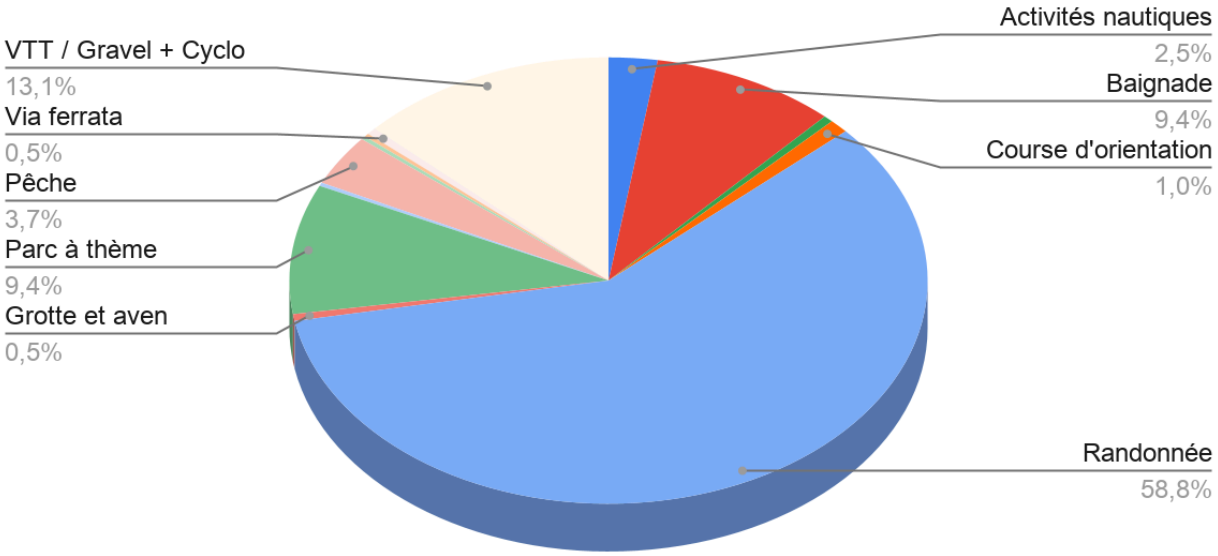


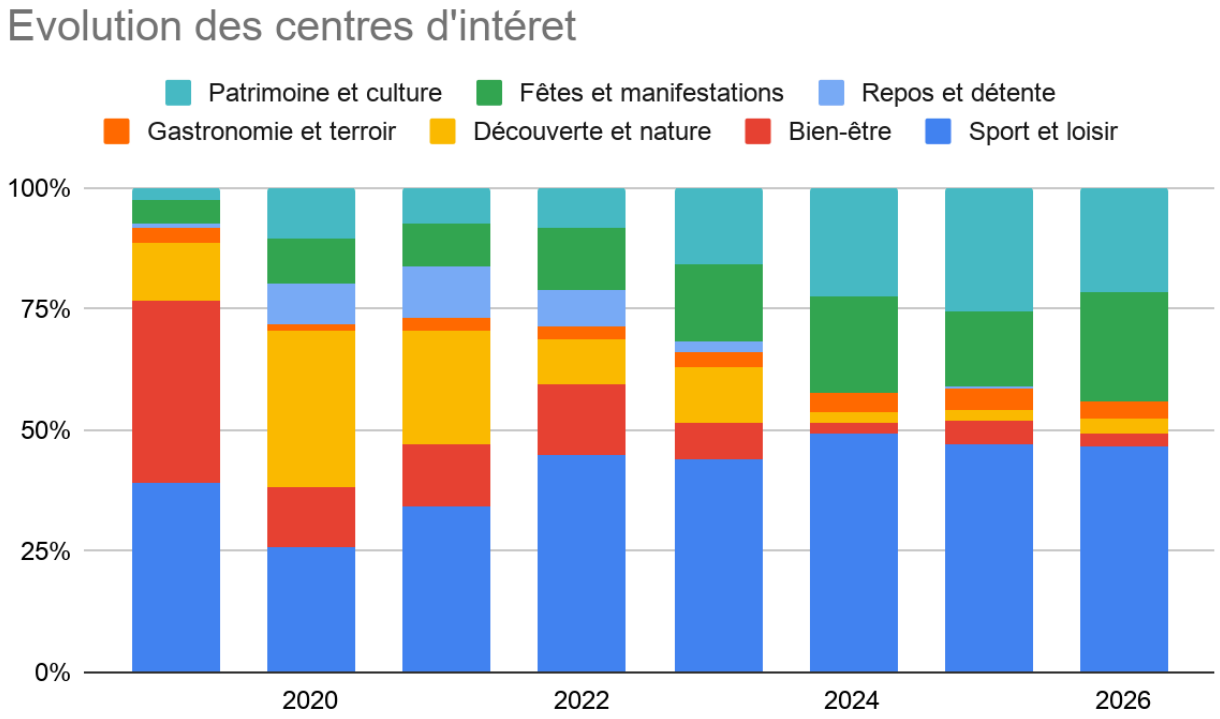


11 - centres d'intérêt - BIT Bagnols



Sport et loisir - BIT Bagnols





La comparaison des profils de clientèle met en évidence une **évolution de la typologie des** visiteurs.

La part des **duos diminue sensiblement**, tout en restant le principal profil accueilli au BIT. Cette baisse s'accompagne d'une progression des visiteurs **seuls** ainsi que des **groupes**. La clientèle familiale progresse également légèrement. À l'inverse, la catégorie « entre amis » recule ce qui s'explique par la suppression de cette catégorie dans Coq'Trotteur qui se retrouve intégrée à la catégorie "en groupe".

Le profil des centres d'intérêt reste fortement marqué par les **activités de pleine nature**, avec le sport et les loisirs qui représentent près de la moitié des demandes adressées au BIT et **la randonnée** conserve une place prépondérante. L'évolution la plus notable concerne **les fêtes et manifestations**, dont la part progresse sensiblement et rejoint désormais **le patrimoine et la culture** parmi les principaux centres d'intérêt.
Ces résultats confortent l'intérêt de valoriser à la fois l'offre de randonnée et de loisirs de pleine nature, mais également la richesse du calendrier d'animations et d'événements du territoire.

Conclusion

Les retours des visiteurs restent **très positifs**, notamment concernant la **qualité de l'accueil, des soins proposés par les Thermes et le cadre calme et reposant de Bagnols-les-Bains**.
Les principales attentes exprimées concernent l'**absence de transport en dehors de juillet-août** et de **petites marches ou visites accompagnées**.

BUREAU DU BLEYMARD

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

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

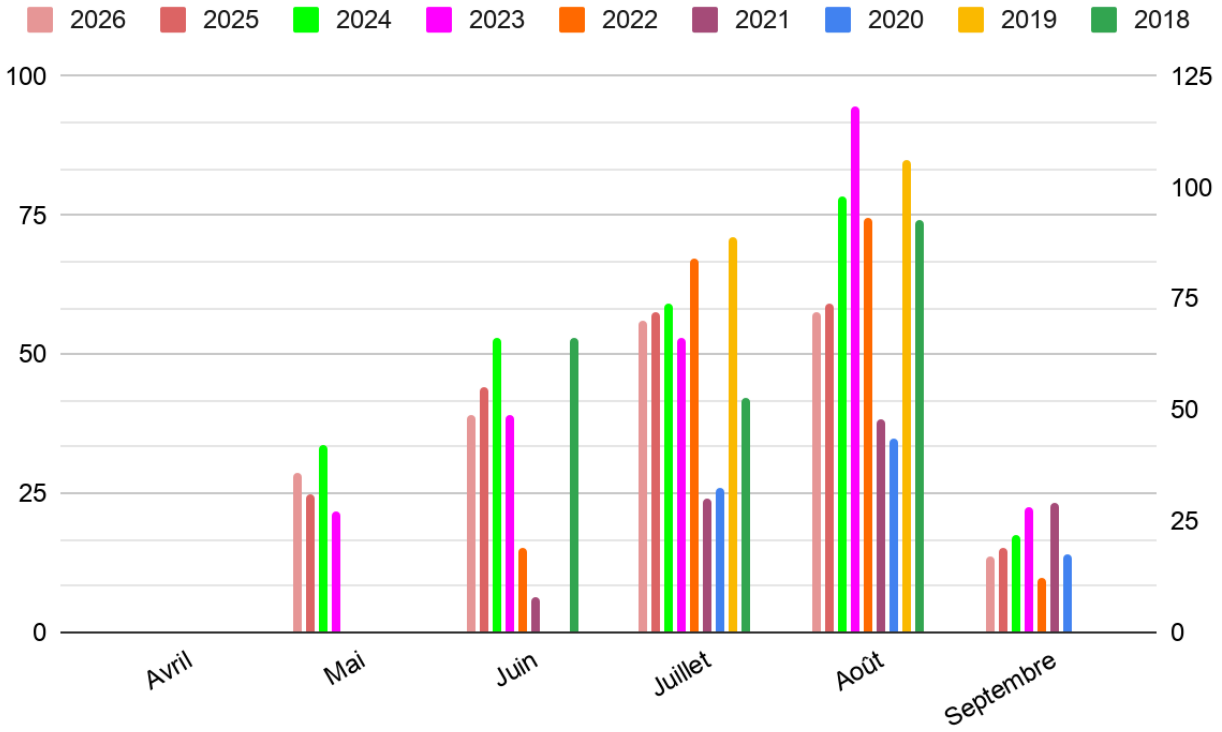
	MATIN	APRÈS-MIDI
Du mardi au samedi	9h30 à 12h00	fermé

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 (nombre de demandes)

	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	TOTAL
2026		36	49	70	72	17	244

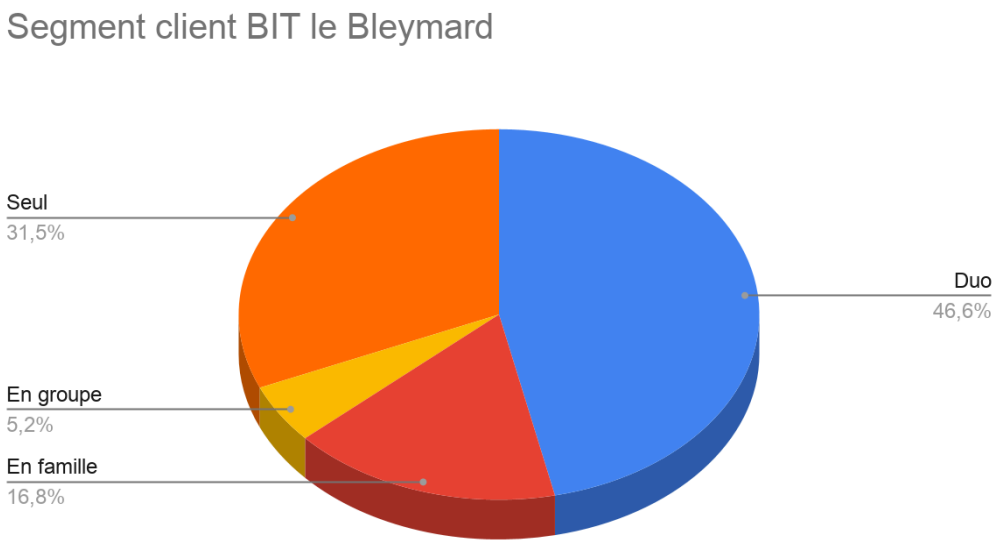
2. Analyse comparative

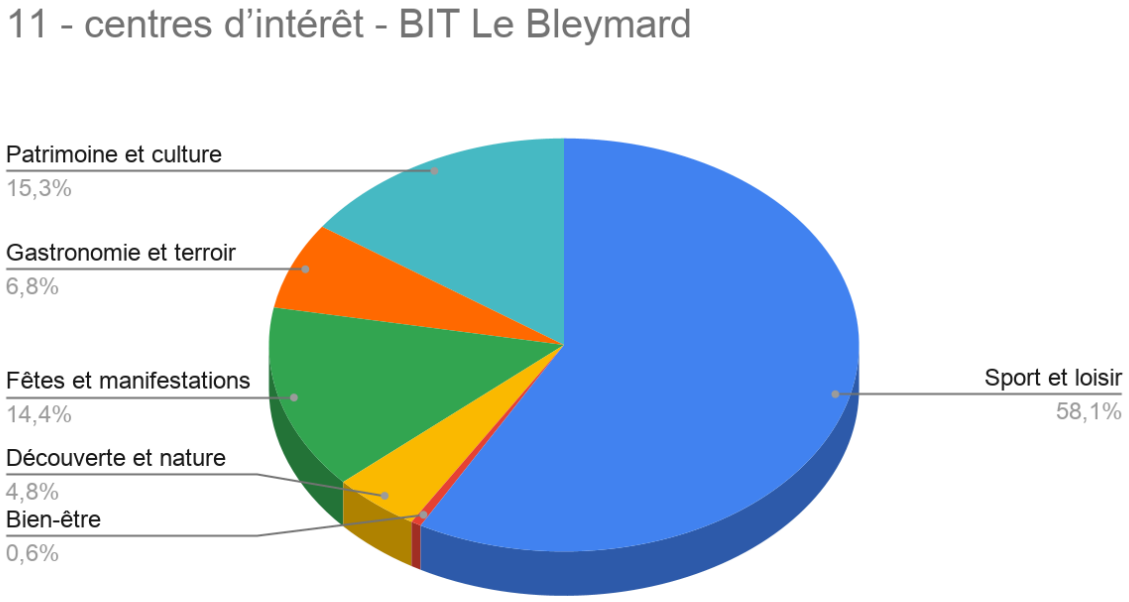


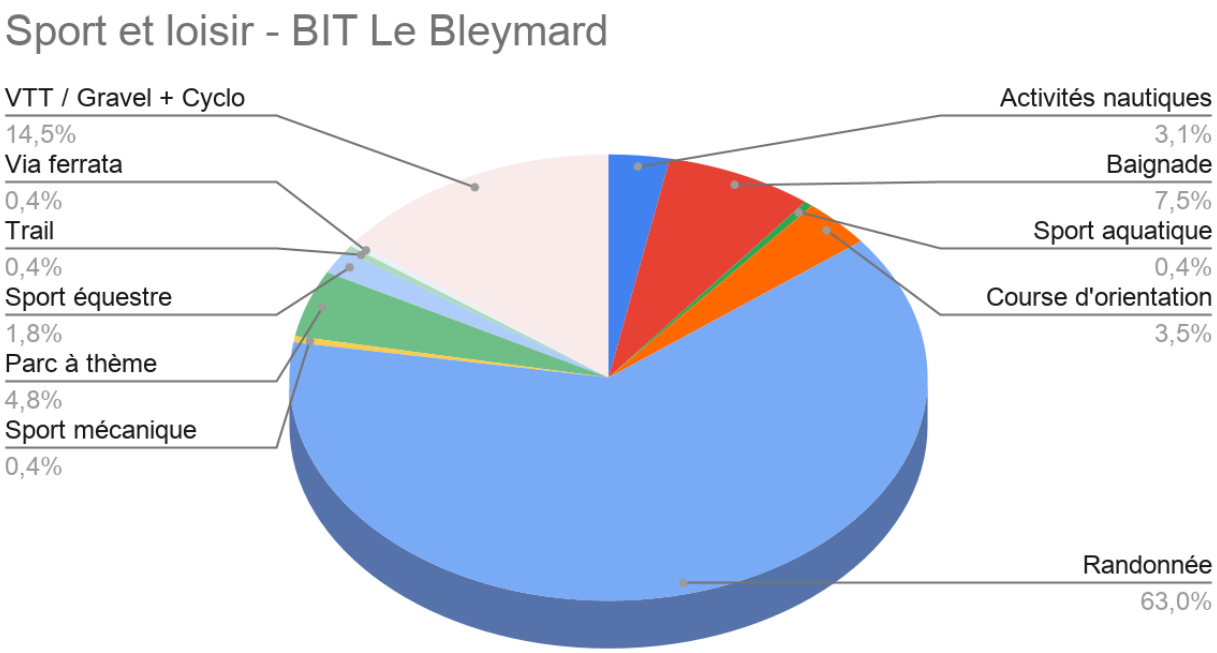
En 2026, l'Office de Tourisme du Bleymard enregistre 244 demandes, contre 251 en 2025, soit **une légère baisse de 2,8 %**. La fréquentation reste donc globalement stable d'une année sur l'autre.

La fréquentation est principalement **concentrée sur juin, juillet et août**. On note une légère progression en mai, tandis que les mois de juin à septembre enregistrent un niveau de demandes légèrement inférieur à 2025.

3. Profil type



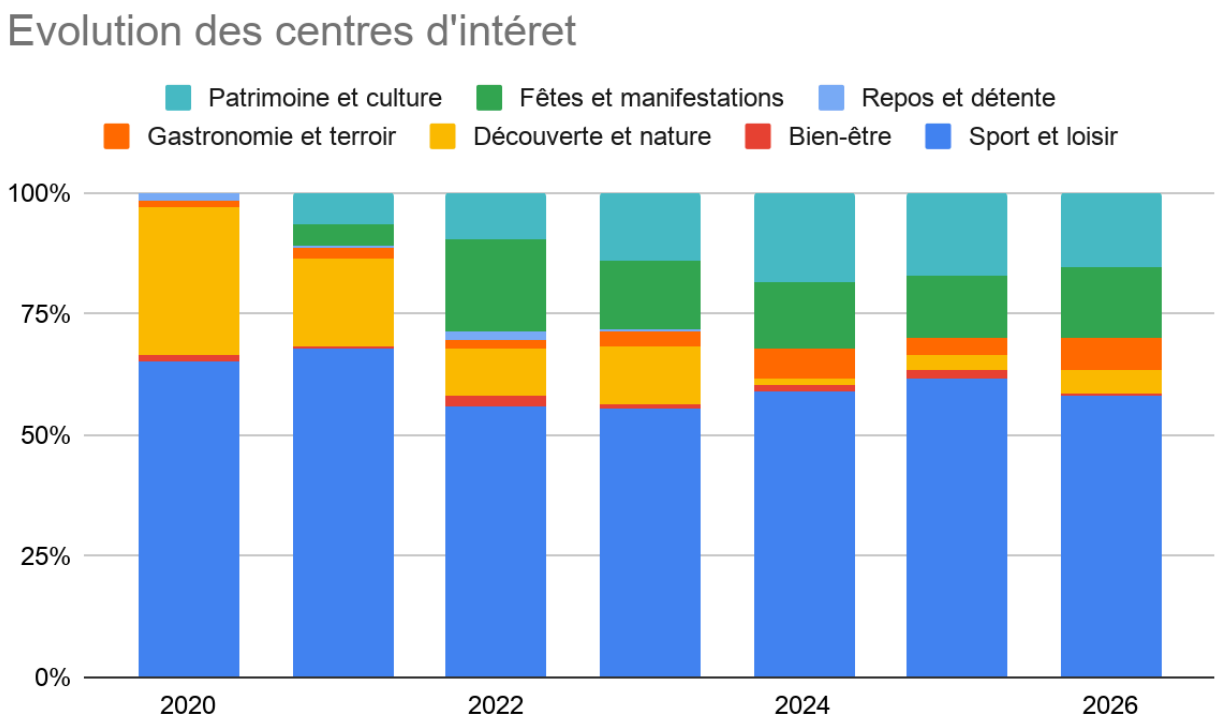




En 2026, le **duo reste le profil de clientèle le plus représenté (46,6 %)**, bien qu'en légère diminution au profit **des visiteurs seuls (31,5 %)** et de la **clientèle familiale** (16,8 %). Le public accueilli apparaît ainsi **plus diversifié qu'en 2025**.

Les **activités sportives et de loisirs restent le principal motif de demande**, avec 58,1 % des centres d'intérêt. Le patrimoine, les fêtes et manifestations ainsi que la découverte de la nature complètent cette demande.

Les retours des visiteurs sont **très positifs concernant la piscine du Bleymard**, particulièrement appréciée pendant les périodes de forte chaleur. Les visiteurs soulignent également l'intérêt des **activités proposées à la station du Mont Lozère**, qui contribuent à diversifier l'offre et à enrichir le séjour sur le territoire.



Conclusion

Globalement, le Bleymard confirme son attractivité autour des activités de pleine nature tout en accueillant une clientèle plus variée en 2026, notamment davantage de visiteurs individuels et de familles.

mont-lozère
office de tourisme

BUREAU DE LA BASTIDE-PUYLAURENT

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

7 avril > 6 juillet & 24 août > 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

La convention a été renouvelée pour cette année 2026 entre la commune de la Bastide-Puylaurent et la communauté de commune Mont Lozère. D'après cette convention, 15h/semaine sont assurées par les agents de l'office de tourisme d'avril à septembre et 12h/semaine sont assurées par l'agent mis à disposition par la mairie en juillet et août.

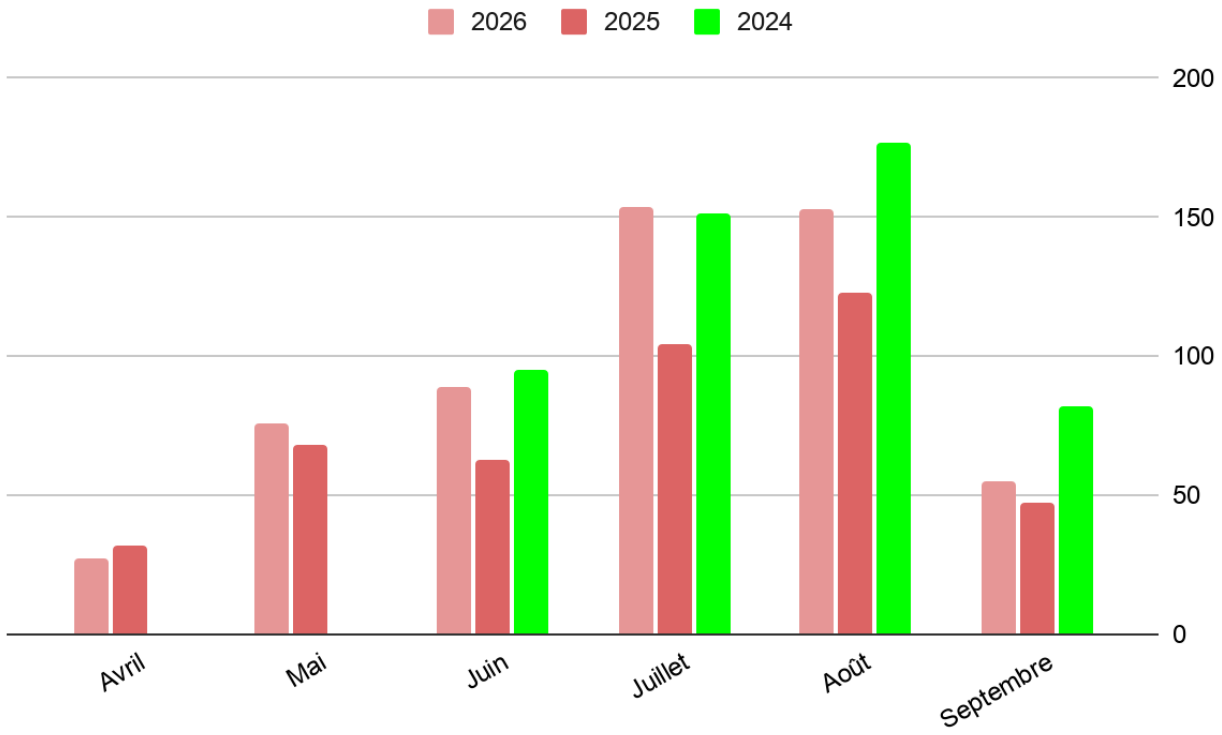
Cette année, **des agents saisonniers ont été embauchés par la commune** de la Bastide-Puylaurent : Lola Besse du 7 au 31 juillet et Nathalie Reynaud du 1er au 23 août. Ces dernières ont complété la mission d'accueil assurée par les agents de l'office de tourisme Aline Mousset, Morgane Roux et Marie-Pierre Dabet.

Les agents de l'Office de Tourisme ont assuré des **journées de formation à destination des saisonniers.**

1. Fréquentation (nombre de demandes)

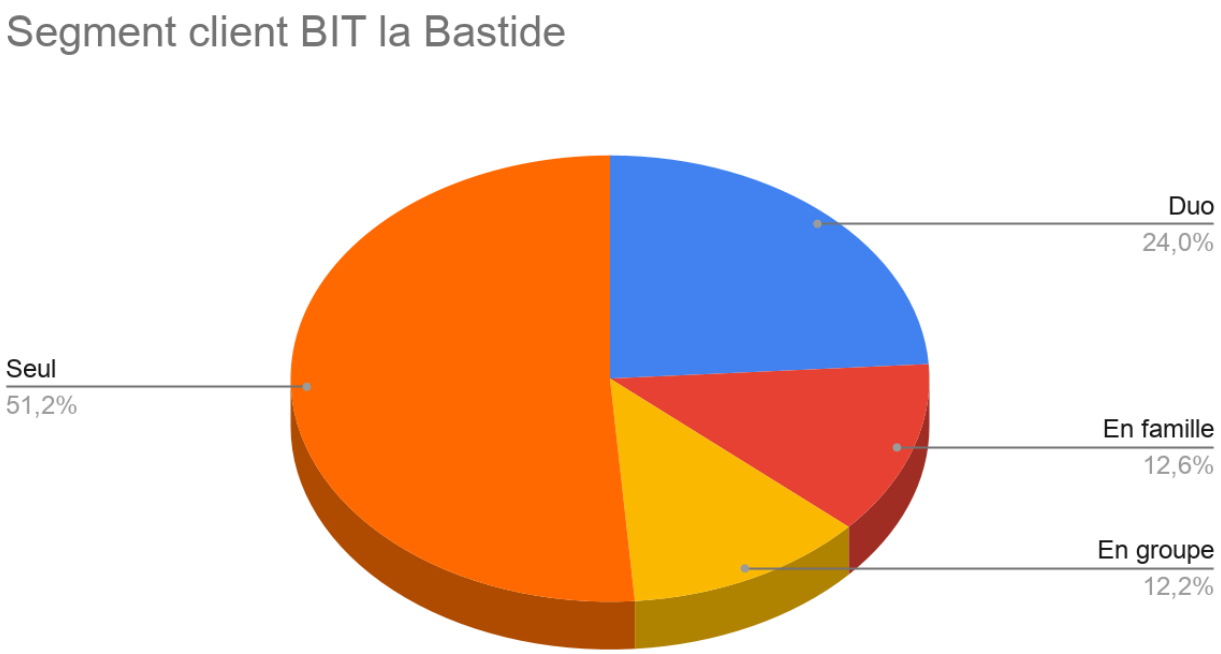
	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	TOTAL
2026	27	76	89	154	153	55	554

2. Analyse comparative



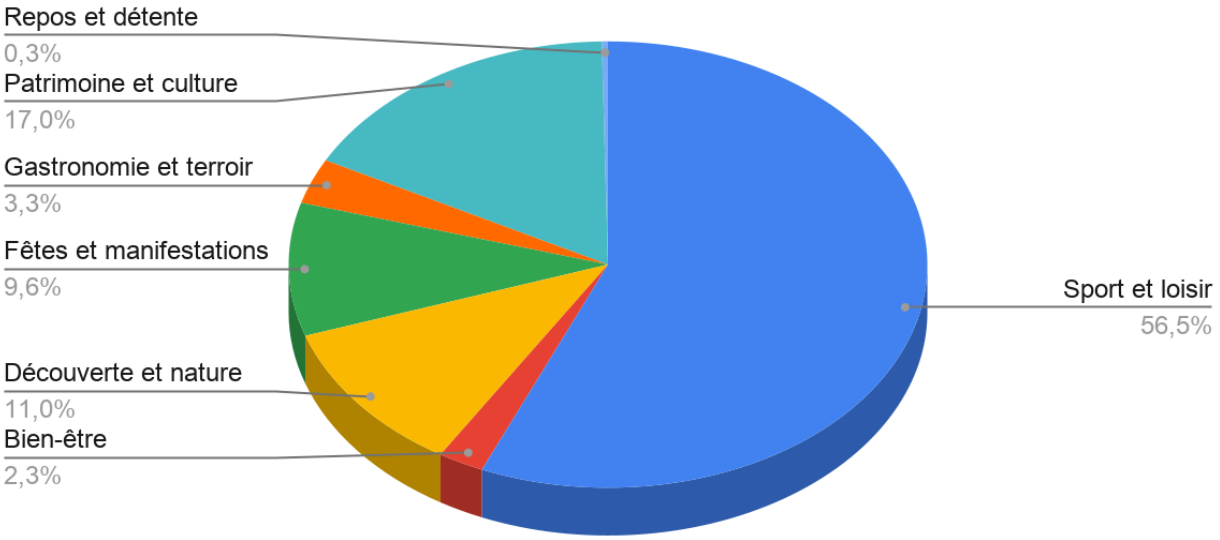
Le mois d'avril a commencé timidement avec 16% de diminution de fréquentation par rapport à 2025. Entre mai et septembre, le bureau de la Bastide voit sa fréquentation augmenter de 30% et se rapproche notamment en juin et juillet de la fréquentation de 2024.

3. Profil type

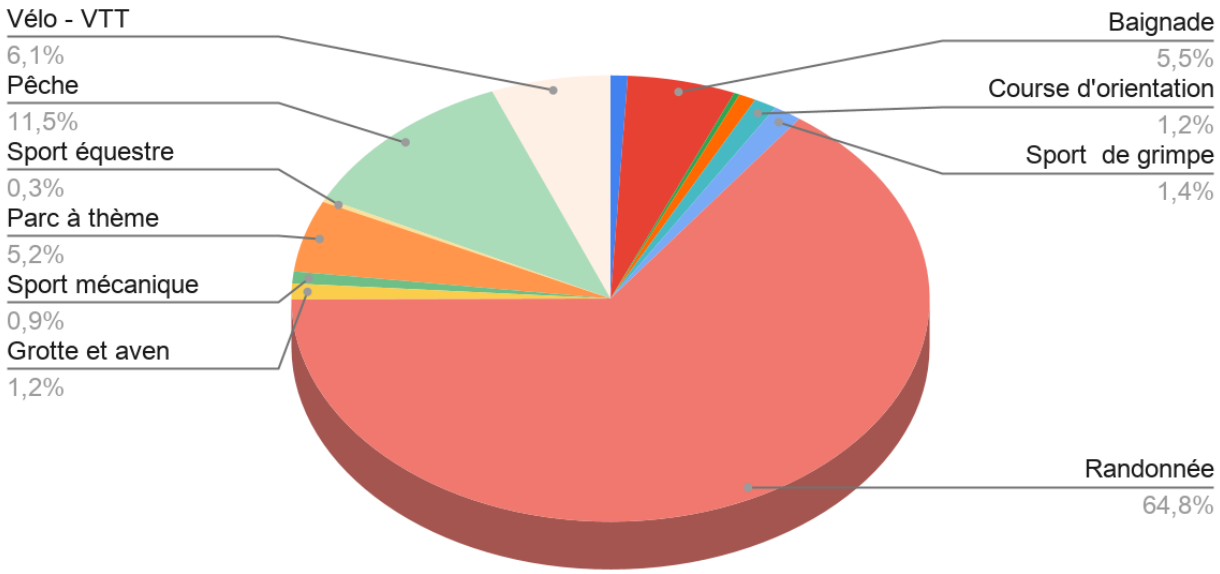


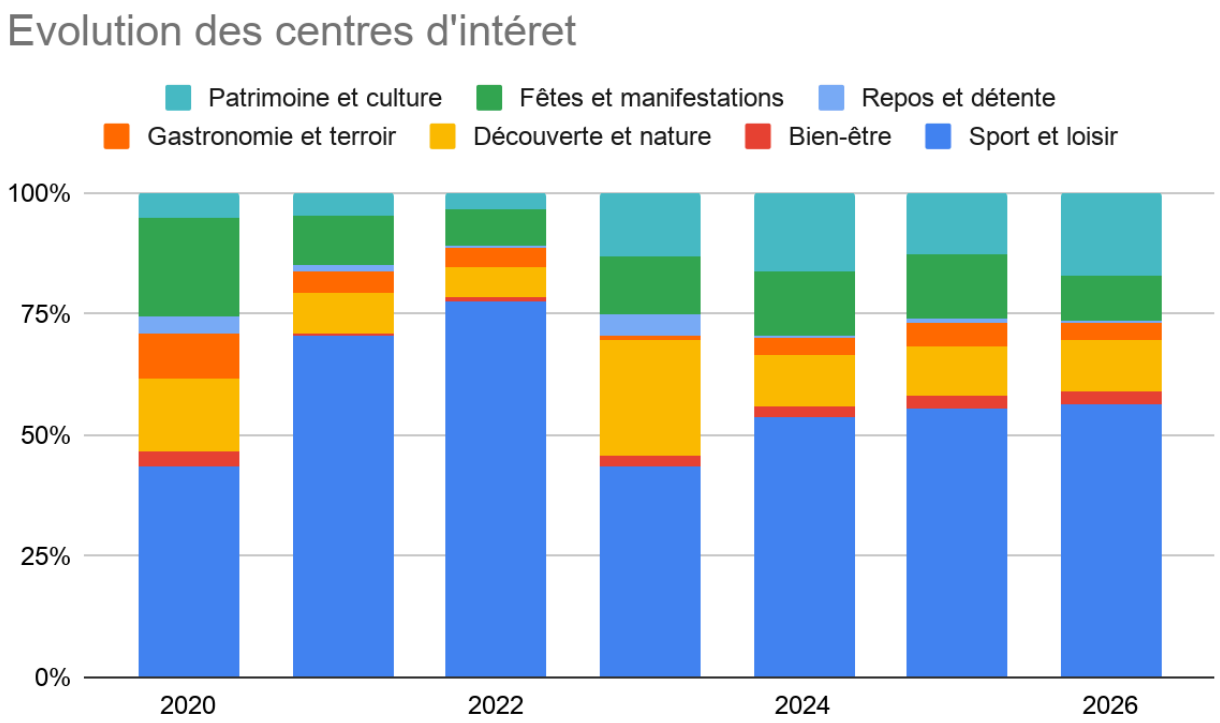
La fréquentation vient principalement de personnes seules ou en duo, profil que l'on retrouve souvent aux thermes ou sur les chemins de randonnée ainsi qu'au village de gîtes.

11 - centres d'intérêt - BIT La Bastide



Sport et loisir - BIT La Bastide





La randonnée reste l'activité principale au bureau de La Bastide-Puylaurent. **La pêche est également très appréciée**, avec une demande régulière pour le service de vente de cartes de pêche. Les curistes du **centre thermal de Saint-Laurent-les-Bains** viennent également compléter au BIT les informations obtenues auprès de l'Office de Tourisme de la Montagne d'Ardèche. Enfin, **la baignade a fait l'objet de demandes plus fréquentes** cette année, notamment de la part des visiteurs à la recherche de fraîcheur.

Conclusion

Après une baisse de fréquentation l'an dernier, le bureau de La Bastide-Puylaurent connaît une légère hausse en 2026. Celle-ci peut notamment s'expliquer par deux facteurs :

- La fréquentation des itinéraires de randonnée, La Bastide-Puylaurent étant située au carrefour de plusieurs grands itinéraires : GR7, GR700, GR70, mais également les GRP Tour du Cévenol et Tour de la Montagne ardéchoise. **Les randonneurs venaient chercher une information spécifique concernant d'éventuelles fermetures de massifs à cause des risques d'incendies ou des idées de petites randonnées à l'ombre.**

- Les épisodes de canicule et de fortes chaleurs, qui ont **renforcé l'attrait pour les territoires d'altitude et la fraîcheur** de La Bastide-Puylaurent.

Les principaux visiteurs du bureau restent les randonneurs, les curistes de Saint-Laurent-les-Bains ainsi que les personnes hébergées dans le village. Leurs demandes concernent principalement la **randonnée, les visites du patrimoine bâti et naturel, ainsi que les fêtes et manifestations**.

Des travaux réalisés dans le village ont légèrement perturbé la circulation sur le chemin de Stevenson de façon ponctuelle, sans toutefois générer de plaintes de la part des randonneurs. Plusieurs panneaux du sentier d'interprétation mis en place par la commune étaient également manquants, notamment en raison des travaux. Ils ont été remplacés dès le mois d'août.

La fermeture de l'étang du Béal, faute de gérant, a en revanche suscité quelques déceptions. Nous avons reçu de nombreux appels de personnes souhaitant notamment venir y pêcher. L'étang constituait également un lieu apprécié des randonneurs en étape sur les GR, qui pouvaient y faire une pause.

Enfin, les **nombreux services et hébergements** présents dans le village restent un véritable atout et sont particulièrement appréciés des visiteurs.

mont-lozère
office de tourisme

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

La personne chargée du secrétariat de la mairie de Lanuéjols renseigne les visiteurs qui le souhaitent pendant ses heures de présence. Son bureau est indépendant de l'espace dédié au BIT.

Toutefois, les absences et remplacements fréquents de la personne en charge du secrétariat n'ont pas permis d'assurer un suivi régulier de la fréquentation, et aucun comptage n'a donc pu être réalisé. Par ailleurs, les missions liées au secrétariat ne permettent pas à l'agent d'être disponible pour aller à la rencontre des visiteurs et d'assurer un véritable accueil touristique.

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 2026

Thème :

«Pastoralisme, un patrimoine vivant », une exposition organisée dans le cadre de **l'année internationale des parcours et des éleveurs pastoraux .**

→ Conception : co-construite avec de nombreux partenaires (**Elovel, Chambre d'agriculture Occitanie, SIDAM, Maison de la Transhumance, Causses et Cévennes, Le Parc national des Cévennes, Accueil de loisirs Mont Lozère, Les bergères de l'estive du Finiels)**

⇒ ANIMATIONS ET TEMPS FORTS

- **Chasse au trésor** (Pays d'Art et d'Histoire Mende & Lot en Gévaudan)
- **Conférences** du Pays d'Art et d'Histoire Mende et Lot en Gévaudan en partenariat avec l'office de tourisme Mont Lozère
    - **Le 28 juin** à 10h30 à la grange de Martine , Chazeaux - St Frézal d'Albuges
    - **Le 11 Octobre** à 10h30 à la Forge à VIllefort
- **Animations spéciales** du Parc national des Cévennes devant le château
    - **Le 16 juillet et le 14 août** à 16h : Jeu de l'oie spécial pastoralisme
    - **Le 21 juillet, 4 août, 18 août** après-midi : Le Parc, Qu'es aquò
- **Projection** du film "Bergers de l'Aigoual, éleveurs des causses et Cévennes" Un film de Marc Khanne. Organisé par l'office de tourisme Mont Lozère en partenariat avec Causses et Cévennes.
    - **Le 28 juillet** à 20h30 au théâtre de Bagnols les Bains
- **Concert** du groupe "les Chichles"
    - **Le 30 juillet** à 20h30, sur le parvis du château
- **Journées Européennes du Patrimoine**
    - **Le 20 septembre** à 17h : Spectacle de lecture des textes de Pierre Albert Clément issu de l'ouvrage "en cévennes avec les bergers".

⇒ DONNÉES D'OUVERTURE & FRÉQUENTATION

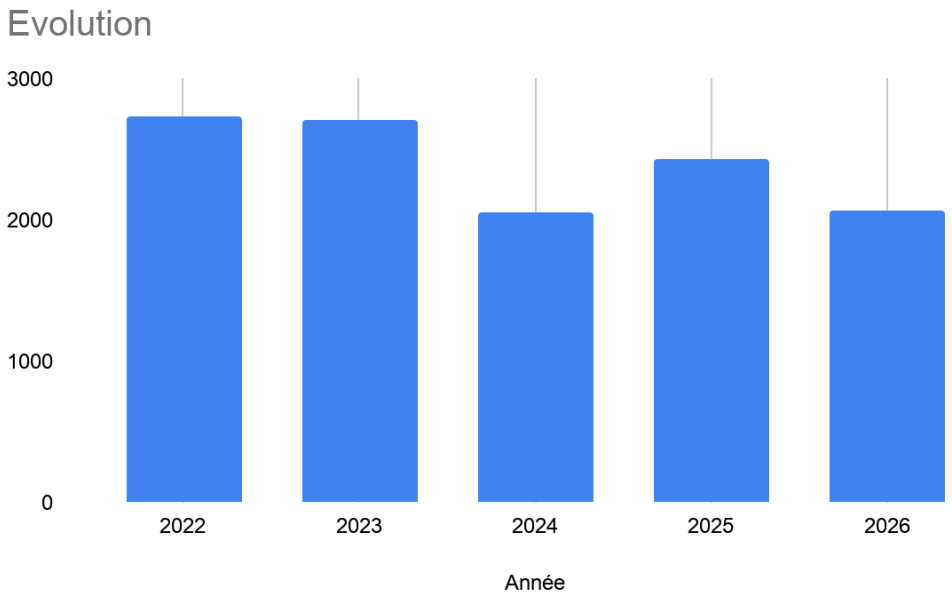
Ouverture

- 1 juillet ⟶ 31 août (14h-19h, dernière entrée 18h30, fermé le samedi).

Tarifs

- 4 € adulte
- 2 € (12-25 ans et groupes +10p)
- Gratuit -12 ans

1269 tarifs pleins	255 tarifs réduits	493 gratuits
2068 visiteurs dont 684 participants à la chasse au trésor et 51 aux Journées Européennes du Patrimoine (gratuits)		



mont-lozère
office de tourisme

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.

Avec la mise en circulation du BITI le 8 mai 2026, nous pouvons désormais **distinguer trois formes de « hors les murs » :**

- **Le hors les murs sur les salons**, lors desquels nous allons à la rencontre des visiteurs et des professionnels en dehors de notre territoire ;

		nombre de demandes
Salon du randonneur Lyon 21 & 22/03	10:00 > 18:00 10:00 > 18:00	250

- **Le hors les murs sur les événements**, organisés par des partenaires ou acteurs locaux, auxquels nous prenons part afin d'aller à la rencontre des visiteurs directement sur les lieux de fréquentation ;

		nombre de demandes
Transhumance 21/06	08:30 > 16:30	74
Marché Valdo 10/07	17:30 > 20:00	7
Marché Valdo 10/07	17:30 > 20:00	11
Marché Valdo 24/07	17:30 > 20:00	2
Marché Valdo 31/07	17:30 > 20:00	7
Marché Valdo 07/08	17:30 > 20:00	7
Marché Valdo 14/08	17:30 > 20:00	4
Marché Valdo 21/08	17:30 > 20:00	5
Marché Valdo 28/08	17:30 > 20:00	6
Fête du pain et de l'artisanat (La Garde-Guérin) 09/08	09:00 > 16:00	26

- **Le hors les murs que nous organisons nous-mêmes**, en nous installant directement sur les lieux de séjour ou de fréquentation de nos visiteurs, afin de leur proposer une information touristique au plus près de leurs activités et de leurs lieux de vacances.

		nombre de demandes
Vallon du Villaret 08/05	14:00 > 17:00	5
Gorges du chassezac (parking canyon) 16/07	16:00 > 18:00	10
Camping Le Lac 18/07	15:00 > 18:00	15
Camping Sédariès 22/07	10:00 > 12:00	3
Base nautique 23/07	15:00 > 19:00	17
Station du Mont Lozère 28/07	14:00 > 16:00	10
Station du Mont Lozère 29/07	09:00 > 12:00	2
Vallon du Villaret 29/07	15:00 > 19:00	12
Camping Le Lac 01/08	16:00 > 19:00	11
Gorges du chassezac (parking canyon) 06/08	13:00 > 15:00	9
Station du Mont Lozère 11/08	14:00 > 16:00	7
Vallon du Villaret 11/08	16:30 > 19:00	12
Station du Mont Lozère 12/08	09:00 > 12:00	8
Camping Sédariès 12/08	17:00 > 19:00	5
Base nautique 13/08	15:00 > 18:00	13

		nombre de demandes
	TOTAL	**534**

Conclusion

Lors du **Salon du Randonneur**, nous avons cette année mutualisé notre présence avec les offices de tourisme de Lozère et Lozère Résa.

Afin de valoriser les différentes destinations du département, des **banques d'accueil en carton ont été réalisées pour chacune des cinq régions naturelles de Lozère, ainsi que pour Lozère Résa**.

L'Office de Tourisme Mont-Lozère était ainsi représenté sur la banque d'accueil « **Cévennes Mont-Lozère** », partagée avec l'Office de Tourisme Cévennes au Mont-Lozère.

Samedi : la météo belle et chaude a limité la fréquentation du salon en intérieur. Les contacts, notamment avec les groupes, étaient moins nombreux et moins qualifiés que l'an dernier.
Dimanche : La fréquentation et la qualité des échanges étaient meilleures. Les visiteurs étaient davantage intéressés par l'offre proposée et nous avons enregistré plus de demandes émanant de groupes.
Bilan du week-end : Les demandes étaient plus générales que les années précédentes, notre stand représentant cette année l'ensemble du département, contrairement à notre présence précédente centrée sur le **GR 736**. Les principales demandes concernaient l'itinérance, le vélo et le VTT.

L'édition 2026 de « La Lozère à… » n'a pas pu être organisée en raison du contexte préélectoral, qui ne permettait pas de réunir les engagements nécessaires des villes partenaires.

Afin de préserver la qualité et les conditions de réussite de cette manifestation, elle a été **reprogrammée au printemps 2027**, plutôt que de la maintenir à une date tardive en 2026, période moins favorable à la mobilisation des exposants.

L'opération **INTERSPORT**, initialement prévue à Alès et à Nîmes les 1er et 2 avril, puis les 10 et 11 avril, n'a finalement pas pu être organisée dans un contexte marqué par une **baisse du pouvoir d'achat et une diminution de la fréquentation des magasins**.

Le budget initialement consacré à cette opération a été réaffecté à la participation à la **Foire de Montpellier**, qui se tiendra du 9 au 19 octobre. L'Office de Tourisme Mont-Lozère y sera présent du 11 au 13 octobre, puis du 16 au 18 octobre.

Le marché « Rendez-vous dans le Valdo », organisé dans le pré de la Tour à Langlade, affiche une **fréquentation stable par rapport aux éditions 2024 et 2025**.

Malgré un cadre agréable et les **efforts constants de l'association** pour promouvoir l'événement, notamment à travers une animation musicale organisée le dernier vendredi de chaque mois afin de créer un moment convivial autour de produits de qualité, la fréquentation demeure relativement faible.

Le marché attire encore peu de touristes et rassemble principalement un **public d'habitués et de locaux**. Dans ce contexte, la présence du BITI a toutefois permis d'apporter une nouvelle proposition grâce à son **salon d'écoute**, qui a suscité la curiosité et l'intérêt du public local. Cette fréquentation du dispositif n'aurait probablement pas eu lieu sans cette présence sur place, confirmant ainsi l'intérêt du BITI pour créer de nouveaux points de contact avec les publics, y compris lorsqu'ils ne sont pas directement touristiques.

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'analyse de la fréquentation du BITI — en excluant le salon du randonneur qui n'utilise pas ce dispositif — révèle une fréquentation moyenne de 3,7 touristes par heure pour 76 heures d'ouverture. **Cette performance dépasse la moyenne de nos BIT saisonniers** et confirme la pertinence de monter en puissance sur cet outil.

Pour 2027, l'objectif est un déploiement élargi, tant sur le territoire que hors territoire ce qui permettra de cibler les touristes en séjour à proximité, pour

- les inciter à venir à la journée.
- susciter l'envie d'un prochain séjour chez nous.

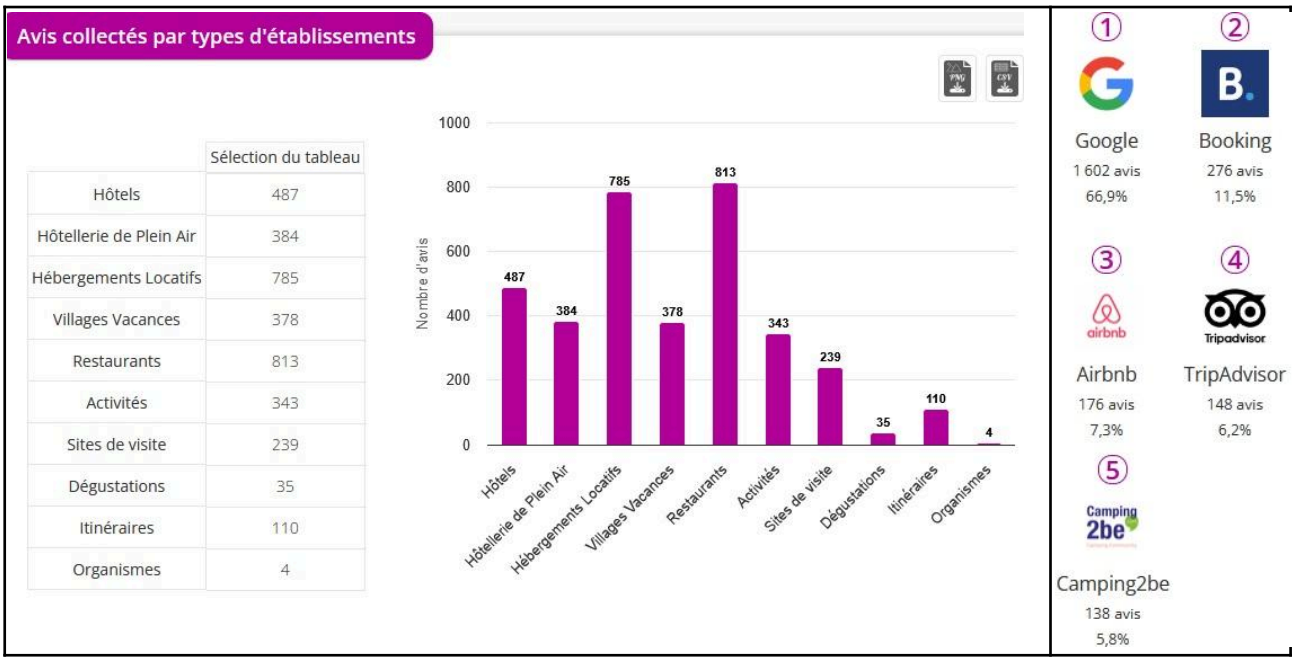
Pour atteindre cet objectif et soutenir la stratégie d'expansion, il sera toutefois **nécessaire de détacher de façon plus régulière un agent** sur ce dispositif.

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.

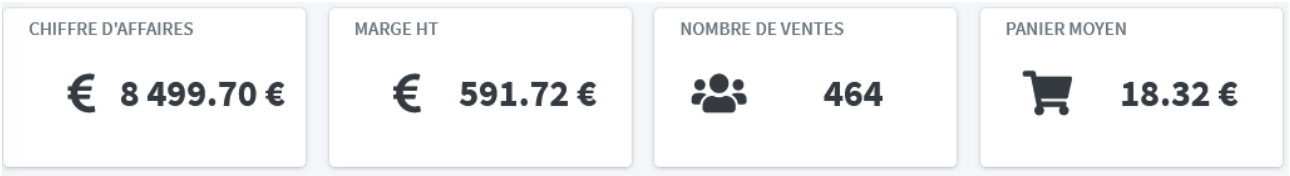


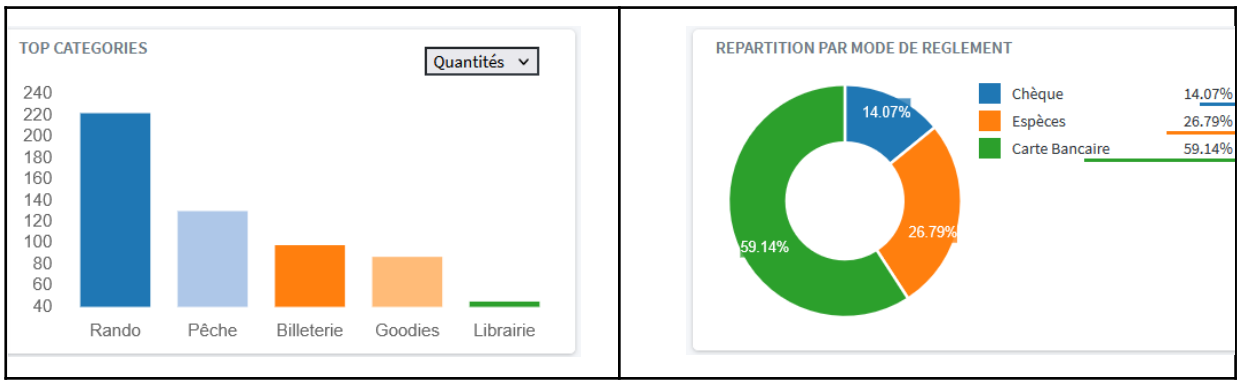


➢ *Voir le rapport e-réputation complet de la destination*

PRODUITS BOUTIQUE

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



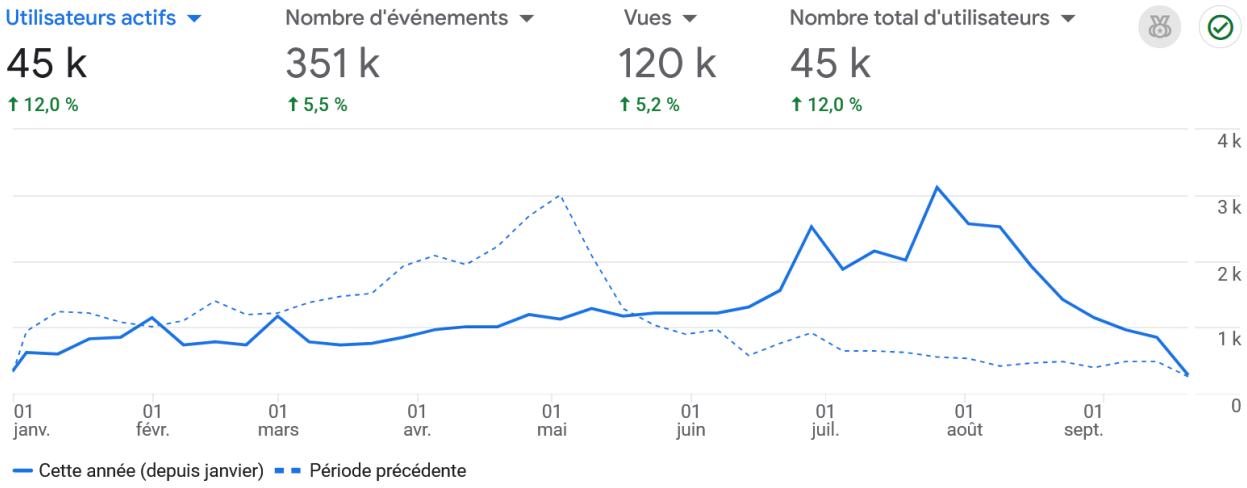


Par rapport à 2025, le nombre de ventes recule de 8 %, tandis que le chiffre d'affaires progresse de 5 %.

Cette hausse du chiffre d'affaires s'explique notamment par l'augmentation du panier moyen, qui progresse de 2 € par rapport à l'année précédente.

BILAN DE FRÉQUENTATION DIGITALE

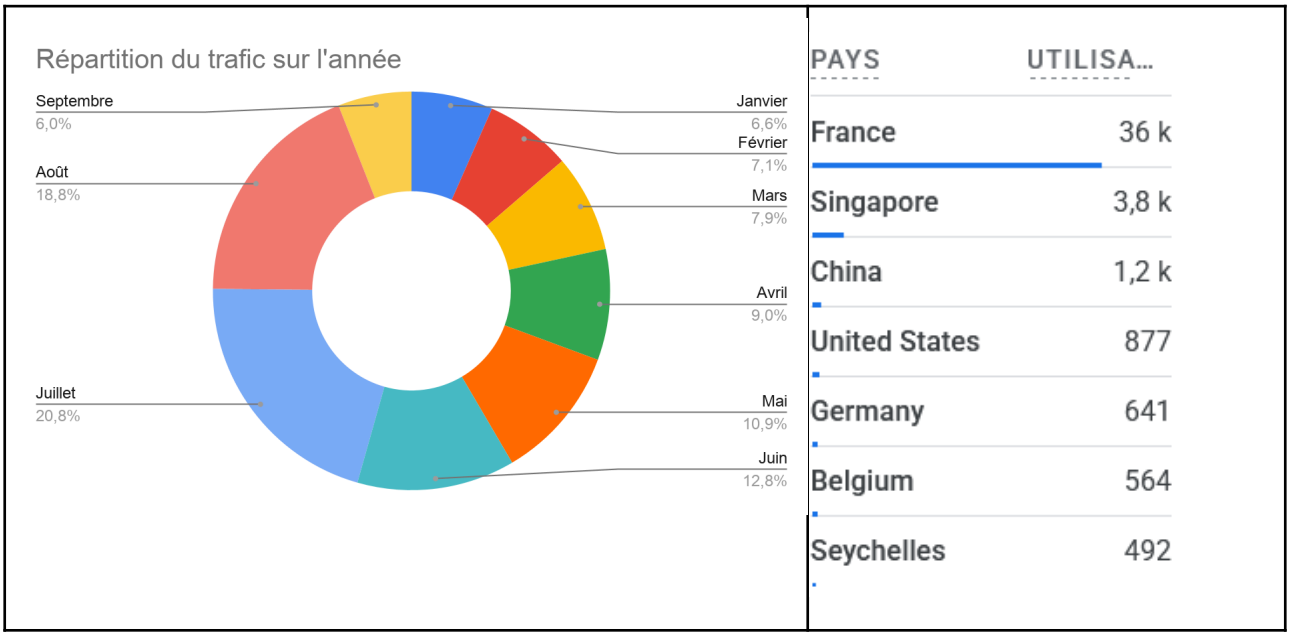
Notre site internet destination-montlozere.fr a cumulé **près de 120 000 vues pour 45 000 visiteurs**



La courbe de fréquentation du site web semble témoigner d'une évolution des comportements : les visiteurs préparent moins leur séjour en amont et consultent davantage le site une fois sur place, afin de construire leur programme au fil du séjour.

Les pics de fréquentation observés:

- **6 février** : Début des vacances d'hiver de la Zone A (Besançon, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Dijon, Grenoble, Limoges, Lyon et Poitiers).
- **5 mars** : Début de la campagne Facebook et Instagram pour le Salon du Randonneur
- **28 juin** : Hausse significative des accès directs à notre site internet qui pourrait s'expliquer par la parution du magazine Strada – édition été 2026, dans lequel l'Office de Tourisme bénéficie d'un encart d'un tiers de page.
- **28 juillet** : Une forte hausse des accès provenant de sites référents (« referral ») a été enregistrée. Cette fréquentation inhabituelle est liée à du trafic automatisé depuis trafficheap.cc un site web associé à des activités indésirables de faux trafic (généré par des robots) qui vient polluer les statistiques.



Si 80% de trafic issu de la France est pertinent, les 10% de trafic issu de Singapour et Chine est à attribuer à du trafic "poubelle" issus de robots malveillants localisés à Singapour et Chine des plaques tournantes majeures de serveurs informatiques qui parcourent le web de manière intensive.

Dans l'exemple ci-dessous du mois en cours, le trafic issu de Singapour et de la Chine est exclu. On retrouve des provenance en cohérence avec les visiteurs constatés sur le territoire : Allemagne, Belgique, Pays-Bas.

Le trafic en provenance des US est plutôt dû aux moteurs de recherche, outils d'analyse, IA et VPN.

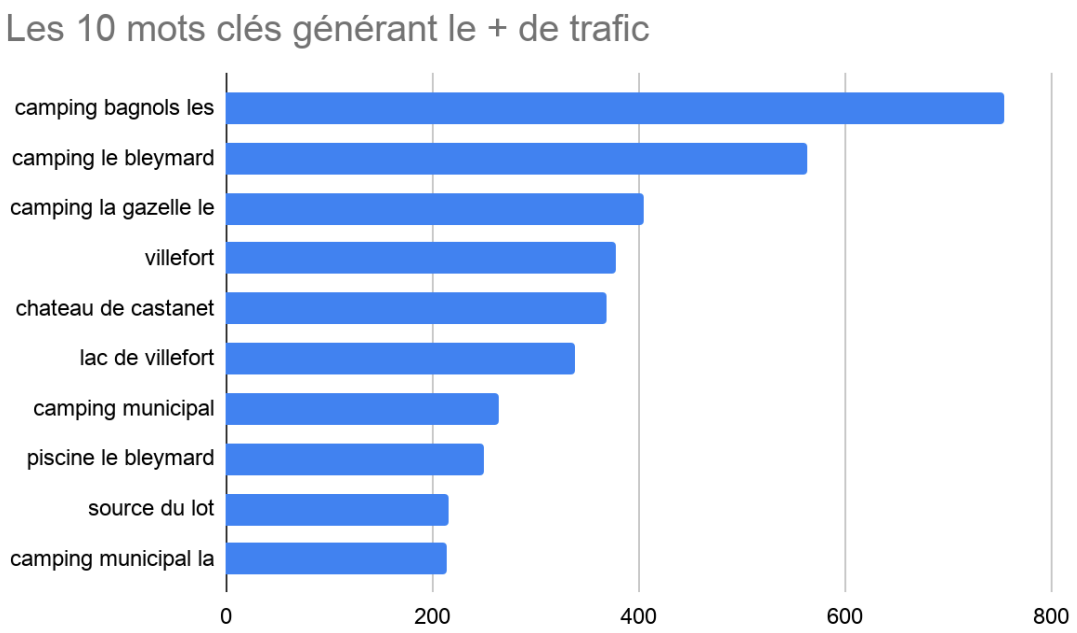
Segment		Trafic Humain Réel (Hors Chine/Singapour)			Totals
Catégorie de l'appareil		mobile	desktop	tablet	
	Pays	Utilisateurs actifs	Utilisateurs actifs	Utilisateurs actifs	↓ Utilisateurs actifs
	Total	2 083 66,44 % du total	958 30,56 % du total	99 3,16 % du total	3 135 100 % du total
1	France	1 945	757	90	2 787
2	United States	9	82	0	91
3	Germany	39	27	6	72
4	Belgium	31	20	0	51
5	Netherlands	16	9	0	25
6	Switzerland	15	6	1	22
7	Indonesia	6	7	0	13

	Chemin de la pa…sse de l'écran	↓ Vues	Utilisateurs actifs
	Total	119 801 100 % du total	45 153 100 % du total
1	/	13 034 (10,88 %)	7 505 (16,62 %)
2	/campings/camping-municipal-de-bagnols-les-bains/	6 771 (5,65 %)	3 499 (7,75 %)
3	/campings/camping-municipal-la-gazelle/	6 714 (5,6 %)	3 887 (8,61 %)
4	/campings/	4 351 (3,63 %)	3 017 (6,68 %)
5	/loisirs/lac-de-villefort/	3 232 (2,7 %)	2 529 (5,6 %)
6	/agenda/	2 912 (2,43 %)	1 133 (2,51 %)
7	/patrimoine/chateau-de-castanet/	2 419 (2,02 %)	1 680 (3,72 %)
8	/activite/	2 190 (1,83 %)	1 718 (3,8 %)
9	/randonnee/	1 645 (1,37 %)	363 (0,8 %)
10	/itineraires-touristiques/balade-au-pays-des-menhirs/	1 620 (1,35 %)	1 068 (2,37 %)

Avec 13K vues, la page d'accueil est la page la plus fréquentée.

Vient ensuite celles des **campings qui, cumulées, représentent 15% 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.

Suite aux fortes chaleurs connues cet été, il n'est pas surprenant que la page du lac de Villefort progresse d'une position dans le classement.
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 campings de Bagnols-les-Bains et du Bleymard ne disposant pas de site internet, notre site capte une part importante du trafic généré par les recherches effectuées sur les moteurs de recherche à leur sujet.

La progression des recherches associées au mot-clé « château de Castanet » pourrait également, en partie, être liée à la présence d'un point de baignade à proximité, particulièrement recherché durant cette période estivale.

La progression des recherches associées aux mots-clés « lac de Villefort », « piscine Le Bleymard » et « source du Lot » confirme par ailleurs l'intérêt marqué des internautes pour les points d'eau, les lieux de baignade et les espaces de fraîcheur au cours de l'été.

Durée d'engagement moyenne par utilisateur actif
1 min 10 s

est le temps que passe en moyenne un internaute sur notre site internet. Cette durée relativement courte s'explique notamment par la fonction de relais de notre site : l'Office de Tourisme oriente les visiteurs vers les sites internet des prestataires touristiques ou vers leurs coordonnées pour obtenir des informations complémentaires ou effectuer une réservation.

Eléments complémentaires pour analyser la fréquentation touristique du territoire

- La fréquentation touristique en Occitanie résiste mieux en août qu'en juillet, mais reste en retrait par rapport à 2025 Note de conjoncture CRTLO au 14 septembre 2026
- Rapport dynamique Flux Vision Tourisme pour la période janvier – août 2026