

Office de Tourisme des Cévennes au Mont Lozère

# MANUEL QUALITÉ

*Version 2021*



# CARTE D'IDENTITÉ DE NOS BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

## LE COLLET DE DÈZE

- Rue Principale, 48160 Le Collet-de-Dèze
- Nombres d'habitants : 765
- 1 006 visiteurs en 2019\*
- Visiteurs / heures en juillet août : 3,5 visiteurs/heures
- 1198,00 € de chiffre d'affaire en 2020



## SAINT GERMAIN DE CALBERTE

- Place de l'Église, 48370 Saint-Germain-de-Calberte
- Nombres d'habitants : 440
- 2 295 visiteurs en 2019\*
- Visiteurs / heures en juillet août : 6,2 visiteurs/heures
- 1821,00 € de chiffre d'affaire en 2020



## LE PONT DE MONTVERT

- Le quai, 48220 Pont de Montvert Sud Mont Lozère
- Nombres d'habitants : 593
- 15 258 visiteurs en 2019\*
- Visiteurs / heures en juillet août : 31,7 visiteurs/heures
- 17709,47 € de chiffre d'affaire en 2020



## SAINTE CROIX VALLÉE FRANÇAISE

- La Placette, 48110 Sainte-Croix-Vallée-Française
- Nombres d'habitants : 296
- 3 830 visiteurs en 2019\*
- Visiteurs / heures en juillet août : 11,6 visiteurs/heures
- 2098,98 € de chiffre d'affaire en 2020



## SAINT ETIENNE VALLÉE FRANÇAISE

- Village, 48330 Saint-Étienne-Vallée-Française
- Nombres d'habitants : 515
- 1 172 visiteurs en 2019\*
- Visiteurs / heures en juillet août : 3,6 visiteurs/heures
- 573,59 € de chiffre d'affaire en 2020



## VIALAS

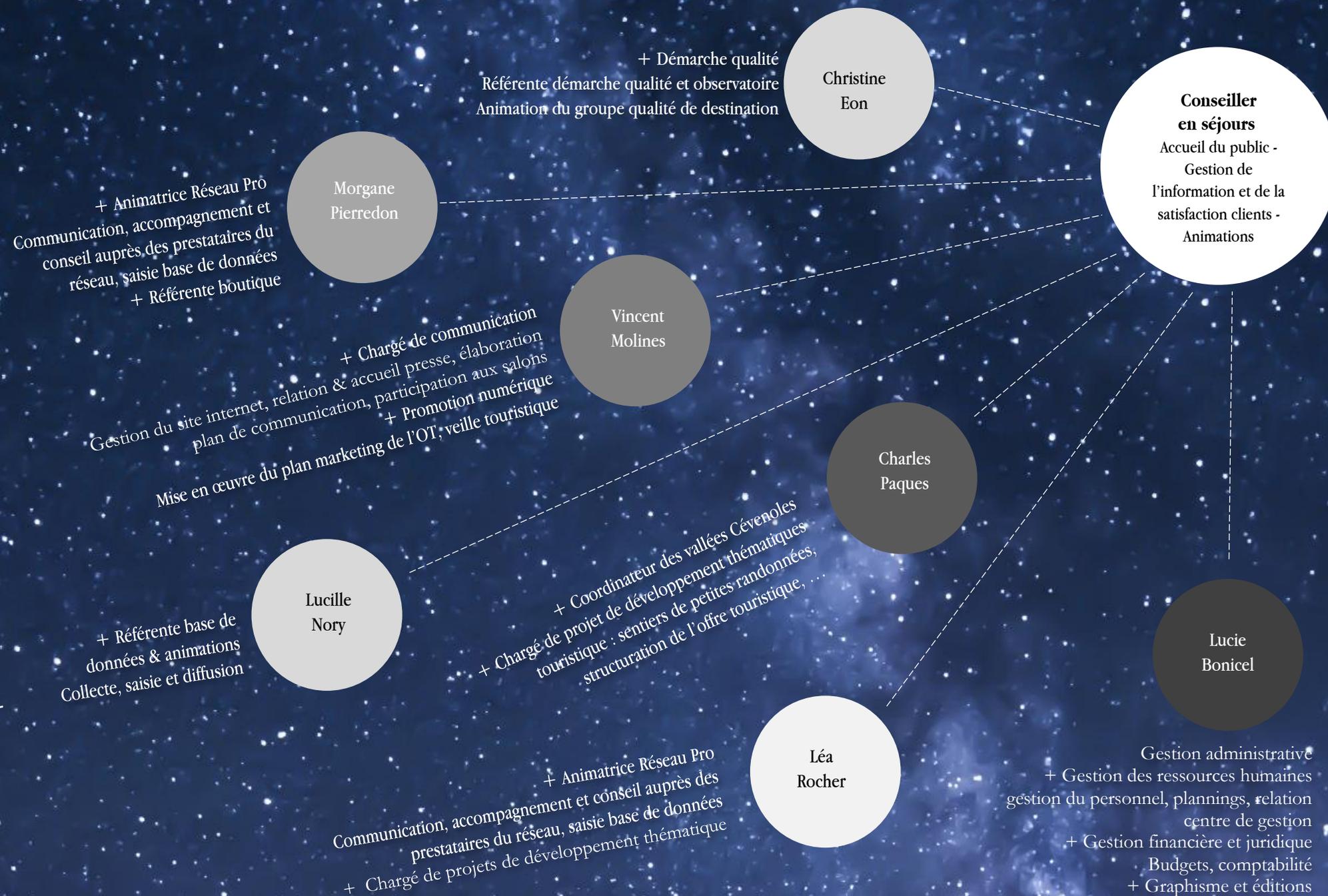
- Rue Haute, 48220 Vialas
- Nombres d'habitants : 439
- 877 visiteurs en 2019\*
- Visiteurs / heures en juillet août : 5,9 visiteurs/heures
- 1132,51 € de chiffre d'affaire en 2020
- Une borne touristique accessible 24h/24



- Un numéro de téléphone unique : +33(0)4 66 45 81 94
- Le Wifi gratuit dans tous nos bureaux d'information

\* suite à la crise sanitaire en cours les chiffres 2020 n'ont pas été indiqués

# PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE- ORGANIGRAMME



# LES ENGAGEMENTS QUALITÉ DE L'OT, L'OFFICE DE TOURISME S'ENGAGE ENVERS :

## LES SOCIO-PROS

Accompagnement vers une montée en gamme

Conseil et ateliers thématiques –  
Formations et visites sur site

Communication, promotion de  
leur structure

Echange

Représentation (AG<sup>3</sup> CA<sup>4</sup> et  
bureau)



## LES CLIENTS

Avoir des BIT aux endroits stratégiques du territoire

Etre disponible pour donner des informations adaptées, fiables, actualisées, personnalisées

Remise en question, amélioration continue basée sur les retours clients

Capter de nouveaux clients tout en fidélisant les actuels



## LES INSTITUTIONNELS

Accomplir sa mission

Alerter sur les attentes des clients

Proposer des pistes d'amélioration

Prendre part au schéma de développement touristique

Valoriser l'identité locale et régionale

Renseigner les bases de données touristiques

Participer à l'observatoire touristique départemental



## LES SALARIÉS

Définir clairement leurs missions

Reconnaître leur travail

Etre à l'écoute et bienveillant

Favoriser le bien-être au sein de l'entreprise

Permettre une évolution dans le poste

Prévoir le temps de formation nécessaire pour acquérir de nouvelles compétences et/ou les renforcer



<sup>3</sup> AG : assemblée générale  
<sup>4</sup> CA : conseil d'administration

# STRATÉGIE D'ACCUEIL

Les visiteurs découvrant notre territoire sont le cœur de notre métier. La stratégie d'accueil découle de la convention d'objectif entre l'office de tourisme et la communauté de communes des Cévennes au mont Lozère et de la stratégie d'accueil du territoire. L'OT a alors pu bâtir sa propre stratégie d'accueil en se basant sur les différents axes de celles-ci.

	AVANT	PENDANT	APRES
LES VISITEURS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Découvrir</li> <li>Expérimenter</li> <li>Se ressourcer</li> <li>Se déconnecter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faire des rencontres authentiques</li> <li>Profiter de l'instant présent</li> <li>Renouer avec la nature</li> <li>Se sentir unique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Garder des souvenirs inoubliables</li> <li>Partager ses découvertes</li> </ul>
STRATÉGIE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informier</li> <li>Susciter l'envie</li> <li>Se référencer</li> <li>Etre visible</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accueillir le client en antenne ou lors de manifestation</li> <li>Assurer un conseil éclairé et personnalisé</li> <li>Inciter à la découverte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fidéliser</li> <li>Les rendre prescripteurs de la destination</li> </ul>
OUTILS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Site internet- web</li> <li>Réseaux sociaux</li> <li>Edition</li> <li>Présence salons</li> <li>Accueil à distance (tél, mail, courrier)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accueil dans les BIT et hors les murs (marchés, fêtes...)</li> <li>Présence sur le Web, les réseaux sociaux, la radio, les journaux...</li> <li>Diffusion des documents d'info touristique</li> <li>Création et diffusion du programme d'animation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Web, réseaux sociaux</li> <li>Newsletters</li> <li>Site d'avis</li> </ul>

# STRATÉGIE TOURISTIQUE

Le travail de l'Office de Tourisme a vocation à s'inscrire dans une politique globale de développement touristique sur le territoire. Cela implique un partenariat avec les acteurs locaux du Tourisme : Les prestataires touristiques, le Comité Départemental du Tourisme, la Communauté de Communes Des Cévennes au Mont Lozère et les communes de celle-ci, le Parc national des Cévennes, les OT voisins, Les chambres consulaires, les labels qualifiants, le Conseil Général et Régional, le relais de service public et autres suivant les compétences de chaque structure.

La présidente (ou son représentant) et la directrice de l'Office de Tourisme participeront à la commission tourisme de la communauté de communes. L'implication de l'Office de Tourisme dans la politique touristique peut prendre différentes formes :

- Contribution à la coordination des interventions des divers partenaires du développement touristique local ;
- Sensibilisation de la population locale à la nécessité de valoriser elle-même son territoire, dont elle devient l'ambassadeur auprès des clientèles touristiques ;
- Sensibilisation et mobilisation des divers partenaires locaux autour de la notion de qualité de l'accueil ;
- Contribution à la réalisation de produits touristiques sur la zone géographique de compétence définie dans les statuts ;
- Mise en place d'un Observatoire du Tourisme dont la mission est de renseigner sur les comportements touristiques actuels, et sur les évolutions à prévoir.
- Mise en perspective des données recueillies localement avec les tendances départementales et régionales.

La stratégie touristique de l'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère est construite en parallèle de la stratégie touristique de la Lozère avec comme enjeux forts :

- La mutation du secteur en termes de consommations et de pratiques,
- L'accueil numérique (réseau de connexion, sites adaptés, ouverture sur le multicanal, informations en temps réel, modalités de réservation ...),
- L'accompagnement de démarches d'attractivité du territoire,
- Le développement de services au niveau des hébergements,
- Le développement d'expérimentations sur le terrain (offres de mobilité, produits touristiques, ou encore, prestations d'accueil ...)
- Les offres d'animations et d'événementiels.

CETTE POLITIQUE TOURISTIQUE SE DÉCLINE ENSUITE EN PLAN D'ACTION SUR LE TERRITOIRE AVEC PLUSIEURS AXES :

## AXE 1 PROMOTION ET COMMUNICATION SUR LA DESTINATION.

Objectifs : Renforcer la communication sur la destination Cévennes mont Lozère, augmenter la fréquentation sur le territoire en toute saison et mieux cibler les publics à travers des thématiques précises (Famille, Unesco, Randonnée, Nature, Gastronomie, ...)

## AXE 2 NTIC ET RÉSEAUX SOCIAUX.

Objectifs : Renforcer notre promotion numérique et être à la pointe des nouvelles technologies.

## AXE 3 AMÉLIORER LES ACTIONS ENVERS LES SOCIO PROFESSIONNELS.

Objectifs : Professionnaliser les socio pro dans tous les domaines.

## AXE 4 DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE – STRUCTURATION.

Objectifs : Participer au développement de projets structurants pour le territoire.

## AXE 5 DÉMARCHÉ QUALITÉ ET CLASSEMENT.

Objectifs : Renforcer son image et l'image de son territoire, Mieux satisfaire et fidéliser les visiteurs de plus en plus exigeants, accroître les retombées économiques, Professionnaliser et valoriser l'Office de Tourisme.



# UN PARTENARIAT PRIVILÉGIÉ AVEC LES SOCIO-PROS

## NOS ENGAGEMENTS

- Promouvoir et animer la destination
- Développer, structurer et qualifier l'offre touristique
- Collecter, gérer et diffuser l'ensemble de l'information touristique
- Créer une dynamique de réseau
- Accompagner les socio-professionnels vers une montée en gamme

## LES ATTENTES DES SOCIO-PROFESSIONNELS

- La promotion et la valorisation de la destination
- L'appartenance à un réseau local
- Le conseil et renseignement des visiteurs
- L'accompagnement au développement et au perfectionnement de leur activité

## LES MOYENS MIS EN PLACE

- Une représentation au conseil d'administration et au bureau
- La valorisation du territoire via notre site internet et nos éditions papier
- La participation aux événements phares de notre territoire
  - La collecte des données des acteurs du territoire via Tourinsoft
  - Une newsletter mensuelle
- Un suivi individuel par des rendez-vous à domicile
- Un accompagnement collectif par le biais de formations sur des thématiques précises
- L'organisation de bourse aux brochures par secteur
  - Des Rencontres d'automne pour se rencontrer, échanger

La coopération et l'échange entre nos différents partenaires sont mis en place dans une démarche de progrès et de qualité.

L'ensemble des moyens et engagements mis en place répond à l'amélioration continue du service rendu, dans une démarche de qualité.

## LE GUIDE DU PARTENARIAT :

Chaque année ce document est mis à jour pour le lancement de la campagne d'adhésion, le guide du partenariat énonce clairement les engagements de l'OT vis-à-vis des socio-pros.

Chaque année, le nombre d'adhérents à l'OT est « constant » :

- 2018 : 201
- 2019 : 199
- 2020 : 200



# ZOOM SUR NOS OUTILS DE COMMUNICATION



## Site internet :

[www.cevennes-montlozere.com](http://www.cevennes-montlozere.com),

Une amélioration dès 2020 pour proposer un site internet de séjour où l'internaute a accès à l'offre avant et pendant son séjour. Design moderne et fonctionnel, cohérent avec nos clients et thématiques cibles, des expériences à découvrir, ... Les émotions sont au cœur du processus de réservation des vacances dès le passage sur le site internet !

>>> 269 068 connexions



## CevennesMontLozereTourisme

Cette page facebook fédère les fans de la destination tout au long de l'année au travers d'actualités fortes pour faire vivre notre destination.

>>> 3875 fans Facebook

[www.instagram.com/cevennes-montlo\\_tourisme](https://www.instagram.com/cevennes-montlo_tourisme),

La promotion de la destination se fait par l'image, qui marque un moment vécu. Les utilisateurs deviennent nos ambassadeurs grâce à leur photos prise dans l'instant grâce au #cevennesmontlo



>>> 1043 abonnés Instagram



## Les plans de village

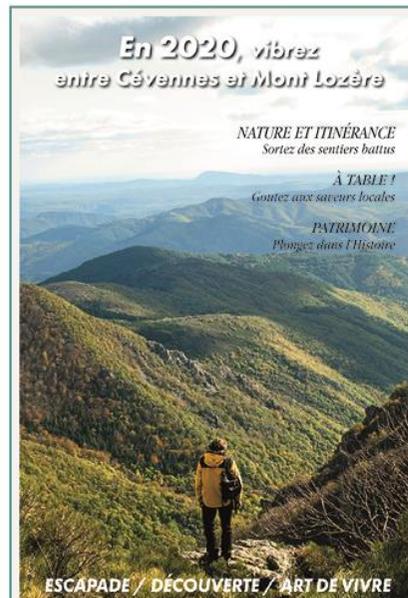
Renouvellement des plans de village prévu pour 2020/2021 ! Ces plans de village allieront le côté pratique avec les commerces et services du village situés sur un plan et le côté patrimoine avec un itinéraire de découverte du village.



## Carte touristique,

Gratuite et largement distribuée, la carte regroupe prestataires d'activités, idées de sorties, départ de randonnées, ...

Edition 2020 : tirée en 4 000 exemplaires



## Le guide de Destination

En 2020 le guide du voyageur se renouvelle ! Il présente la destination des Cévennes au Mont Lozère sous un angle plus expérientiel et immersif pour proposer aux voyageurs une réelle invitation au voyage et aux découvertes.

Edition 2020 : 76 pages ; tirée en 6 000 exemplaires

## Guide hébergements

Il référence les différents types d'hébergements dans les Cévennes et sur le Mont Lozère. Chambres d'hôtes, gîtes d'étapes, hôtels, locations de vacances... pour satisfaire tous les types de clientèle !

## Fascicule gastronomie

Celui-ci met en lumière les richesses gastronomiques de notre territoire, pour réveiller les papilles de nos visiteurs !



## Participation aux salons

L'office de tourisme se déplace chaque année au salon du randonneur de Lyon et participe aux actions de promotion du département de la Lozère

## Presse et audiovisuel

Entre 15 et 20 communiqués de presses sont envoyés chaque année aux correspondants locaux des rédactions mais aussi aux autres OT et une trentaine d'interviews radios



## Newsletter Animation

Un programme d'animation est envoyé toute l'année par quinzaine à plus de 650 contacts.

Un programme d'animation par secteur (Mont Lozère, Vallée Française, Vallée longue et Calbertois) est édité en juillet / août. Il est distribué aux visiteurs, affiché dans les panneaux d'affichages des antennes et envoyé aux prestataires.

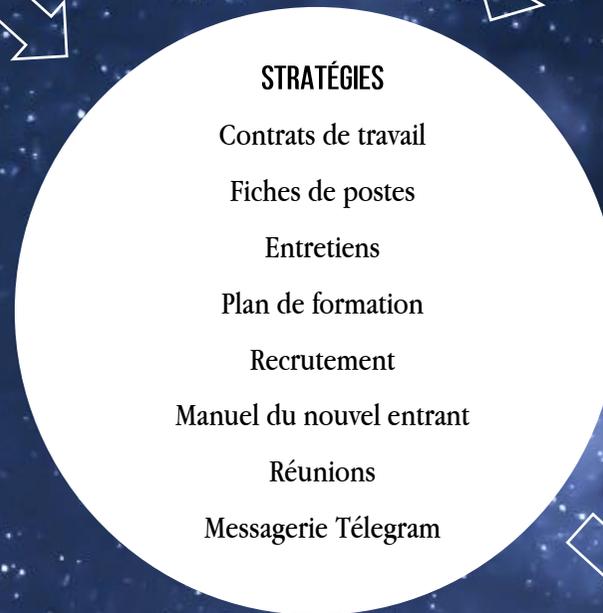
# RESSOURCES HUMAINES

## LES ATTENTES DE LA DIRECTION :

- Avoir une équipe : motivée, dynamique, performante, fidèle, bien dans son environnement.
- Développer la cohésion d'équipe et l'esprit d'équipe.
- Avoir une équipe actrice du développement de l'entreprise.

## LES ATTENTES DES SALARIÉS

- Avoir des missions clairement définies.
- Etre bien dans son poste et pouvoir évoluer.
- Etre écouté.
- Que leur travail soit reconnu.



## SATISFACTION COMMUNE

- De la direction
- Des salariés

# NOTRE ÉCOSYSTÈME

L'office de tourisme des Cévennes au Mont Lozère évolue dans un réseau de partenaires institutionnels du tourisme à différents niveaux : local, départemental, régional et national. Cela implique que nos actions sont aussi liées aux stratégies de ces organismes.

La Communauté de communes des Cévennes au Mont Lozère travaille avec nous sur la convention d'objectif et notre plan d'action. Elle est le principal financeur et met à disposition le local de l'antenne du Pont de Montvert

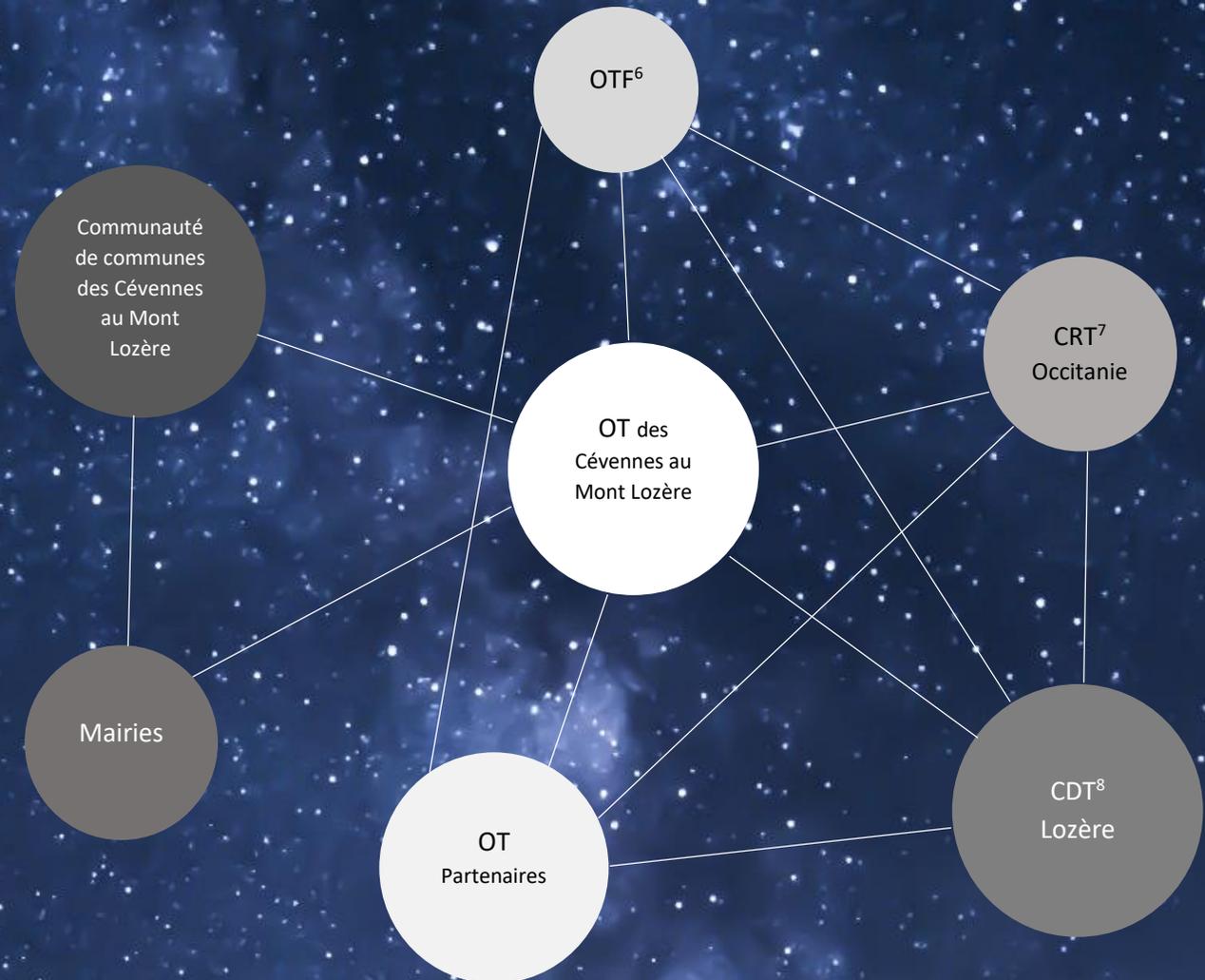
Les mairies de la communauté de communes mais surtout les mairies accueillant un bureau mettent à disposition de l'OT des Cévennes au Mont Lozère des locaux adaptés à l'accueil du public.

Les OT partenaires travaillent en commun avec notre OT dans le cadre de divers projets : accompagnement des socio-pros avec l'OT Gorges du Tarn Causses Cévennes, Communication du territoire avec Cévennes Tourisme dans le cadre du Grand Site Occitanie Cévennes

Le CDT de la Lozère travaille en étroite collaboration avec les offices de tourisme du territoire. Ils proposent des formations, des ateliers numériques, s'occupent de la base de données départementale Tourinsoft, ... Ils sont également moteur d'actions collectives : direct Lozère, Fairguest

Le CRT Occitanie nous permet d'obtenir des formations adaptées dans le domaine du tourisme.

L'OTF est la fédération nationale qui permet d'avoir une vision d'ensemble des offices de tourisme et de l'évolution de notre métier.



<sup>6</sup> Office de tourisme de France

<sup>7</sup> Comité Régional du Tourisme

<sup>8</sup> Comité Départemental du Tourisme

# ÉCOUTE CLIENTS : UNE ÉCOUTE ATTENTIVE POUR MESURER LEUR SATISFACTION ET ÉVOLUER EN FONCTION DE LEURS ATTENTES

## CONNAÎTRE NOTRE CLIENTÈLE

- Observatoires journaliers dans les BIT
- Observatoire téléphonique
- Observatoire géographique
- Mail demandeurs d'infos
- Courriers

## LUI DONNER LA PAROLE

Méthode de collecte	Fréquence	Traitement et suivi
Questionnaires de satisfaction	Distribution en continu	Synthèse annuelle permettant des pistes d'améliorations pour l'accueil dans les BIT Suivant l'importance : transmis dans les 3 jours ou traiter en fin de saison
Fiches de suggestions	A la demande	Immédiat
Fiches de réclamations	A la demande	Réponse apportée en fonction des avis
Consultation des sites avis en ligne	Hebdomadaire	Synthèse en fin de saison estivale pour un bilan annuel
Cahier de liaison pour les remarques orales	Journalière	

## SATISFACTION DE NOTRE CLIENTÈLE

- Fidéliser la clientèle sur la destination
- Une clientèle satisfaite aide à la promotion du territoire
- Venue de nouveaux clients



## LE GROUPE QUALITÉ DE DESTINATION

- se réunit au moins une fois par an
- trouve des solutions aux dysfonctionnements
- décide des actions correctives

# CÔTÉ BOUTIQUE

## LA BOUTIQUE PERMET À L'OT

- De valoriser son territoire
- De créer une ressource indispensable - 25 000 € de chiffre d'affaire annuel en moyenne
- D'augmenter l'attractivité de ses BIT
- De proposer des produits de qualité
- D'échanger avec les visiteurs et d'être à l'écoute de leurs attentes
- D'étonner les visiteurs par la diversité et la qualité des produits en vente, qu'ils soient en lien avec notre territoire ou plus variés (livres enfants, romans, ...)

## Liste des produits en vente

- Côté randonnées :**  
Cartes IGN, Topoguides, Fiches de randonnées, ...
- Côté nature :**  
Faune, Flore, Oiseaux, Champignons, ....
- Histoire et camisards**
- Beaux livres**
- Autour de Stevenson**
- Cartes postales de photographes locaux**
- Livres de recettes**
- Livres pour enfants**
- Romans et Polars**
- Agendas et calendriers**
- Goodies**

## DU CÔTÉ DES FOURNISSEURS

- Les conditions de vente sont clairement définies
- Leur interlocuteur est identifié
- Leurs produits sont mis en valeur dans les différents bureaux d'information touristique de l'office de tourisme

## EN PRATIQUE

- Evolution de l'offre en fonction des ventes
- Prise en compte des demandes des visiteurs
- L'offre des boutiques est différente selon les bureaux d'information touristique et les saisons





Office de tourisme  
**DES CÉVENNES  
AU MONT LOZÈRE**

**Siège :** Pont de Montvert, Le quai, Le Pont de Montvert,  
48220 Pont de Montvert Sud Mont Lozère

**Bureaux d'informations touristiques :** Le Collet de Dèze,  
Saint Etienne Vallée Française, Saint Germain de Calberte,  
Sainte Croix Vallée Française et Vialas

**Coordonnées :** +33(0)4 66 45 81 94 – [info@cevennes-montlozere.com](mailto:info@cevennes-montlozere.com)  
[www.cevennes-montlozere.com](http://www.cevennes-montlozere.com)