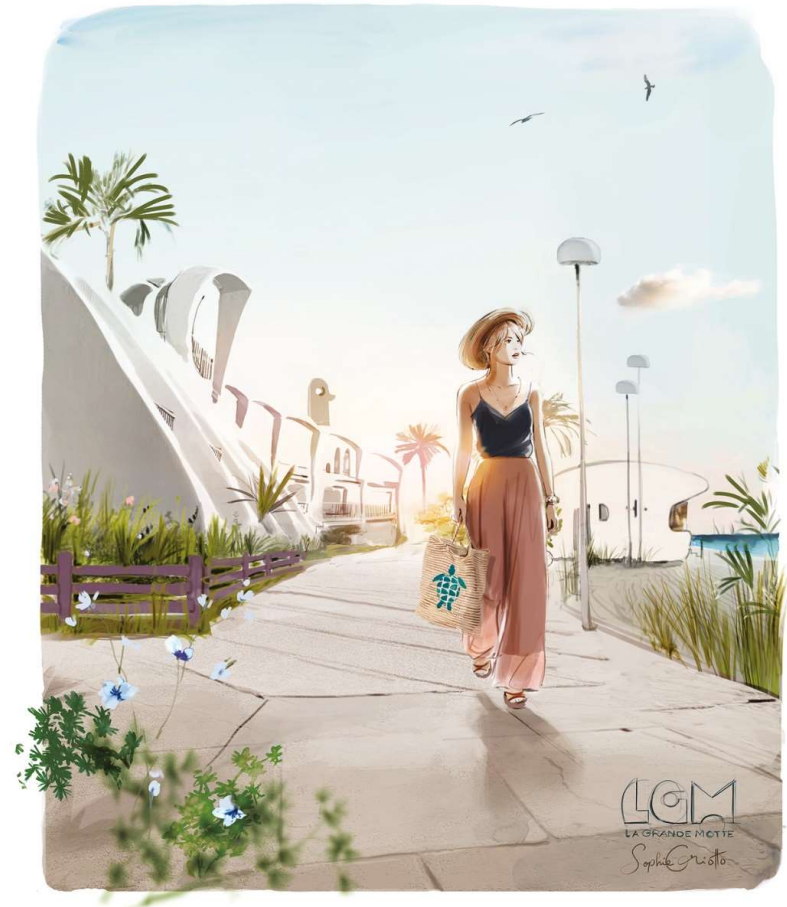




# Bilan d'activités 2023



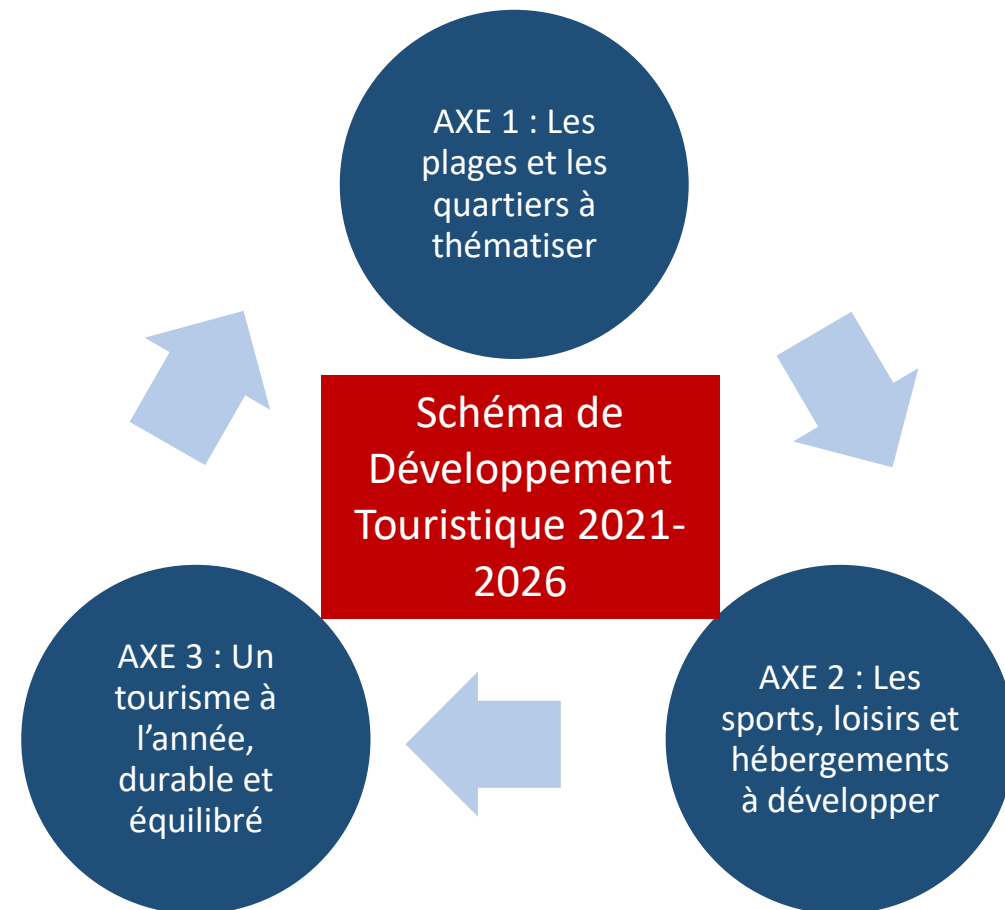
*Balade au Couchant*

6 NOVEMBRE 2023

# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## STRATEGIE- RAPPEL

- Un Schéma de Développement Touristique (SDT) établi fin 2021
- 7 défis qui indiquent la voie et les actions à mener synthétisés en 3 axes
  - Les plages et les quartiers à thématiser pour proposer des expériences différentes. Défi de la segmentation
  - Les sports, loisirs et hébergements à développer pour renforcer l'offre et rester « tendance ». Défi de la compétitivité
  - Un tourisme à l'année, durable et équilibré. Défis du tourisme d'affaires, de LGM verte, de la biodiversité et du modèle socio-économique.



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## POLITIQUE QUALITE - RAPPEL



- Satisfaire nos parties prenantes par un accueil et des prestations de qualité
  - Excursionnistes, touristes, résidents secondaires, habitants, professionnels et élus
  - Mesurer leurs niveaux de satisfaction
- S'assurer dans chacune de nos actions d'un progrès environnemental, social ou identitaire
  - Economie circulaire, gestion des ressources, biodiversité, marque LGM Eco, sensibilisation des professionnels, etc...
  - Favoriser les projets innovants à l'image de la ville
  - Valeurs de partage et bien-être au travail.



# Principaux indicateurs



*Envie de grand large!*

6 NOVEMBRE 2023

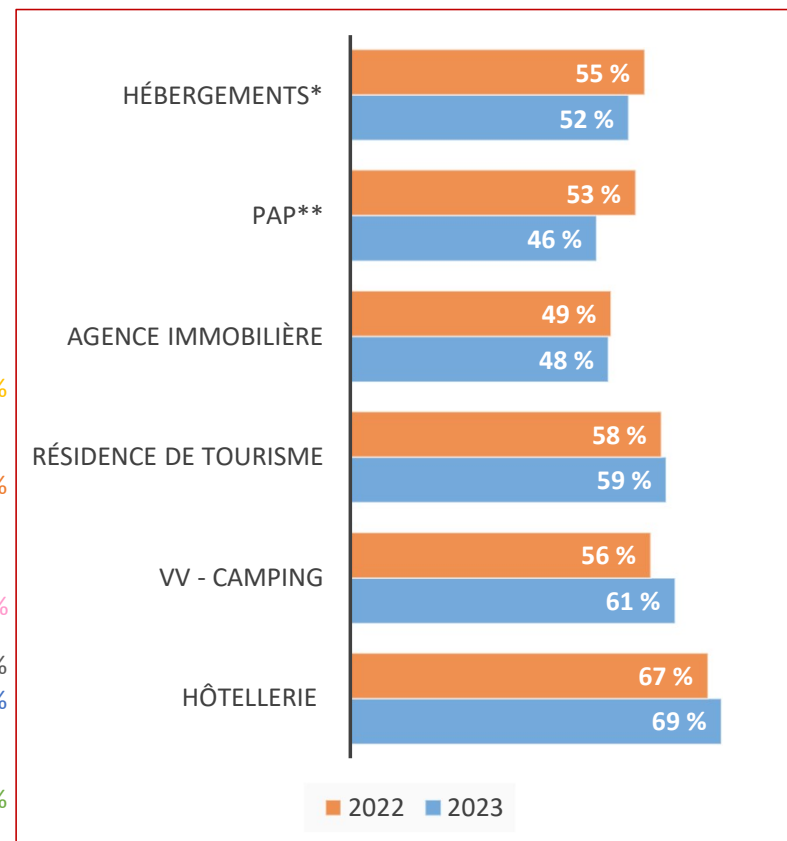
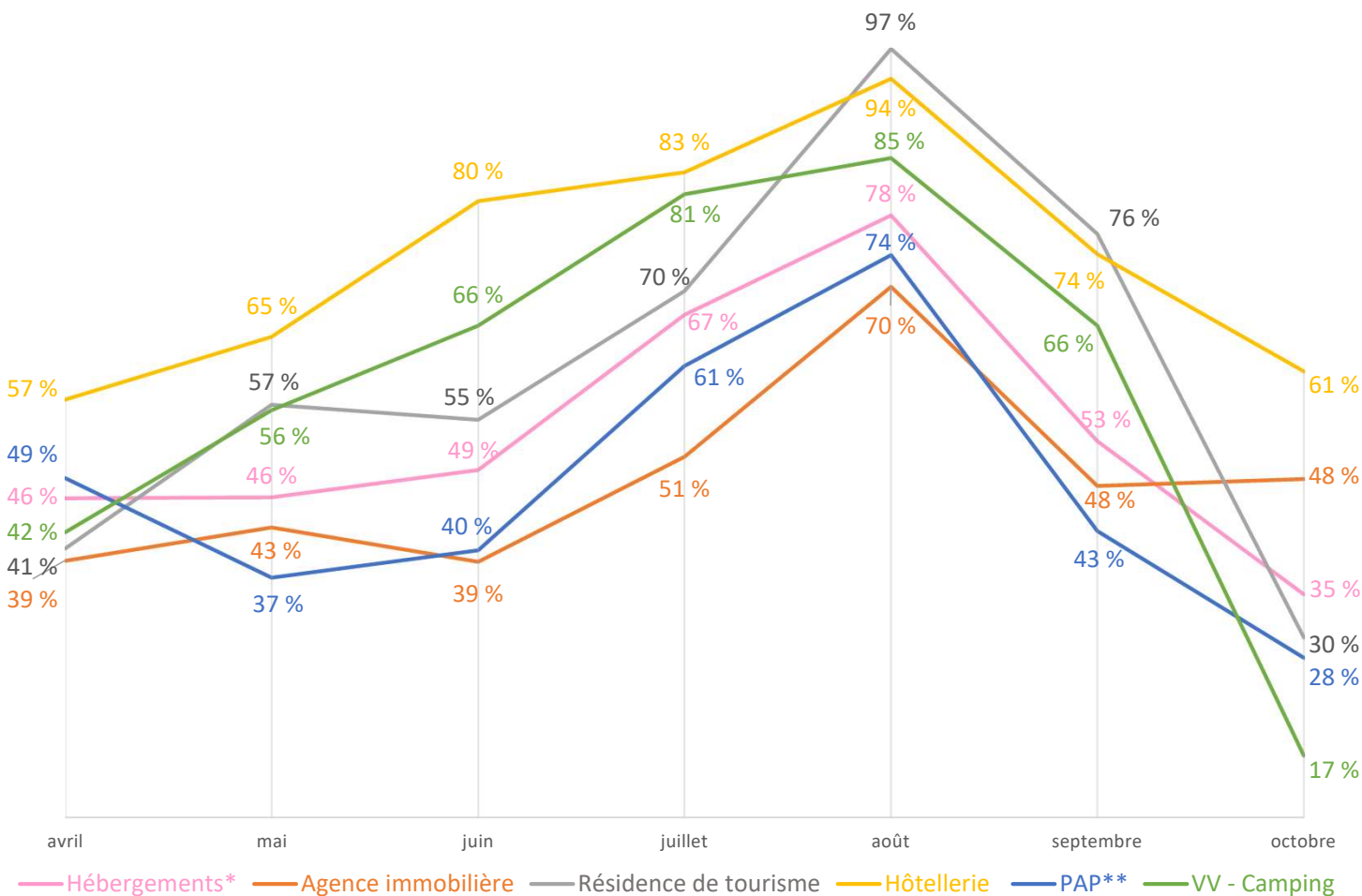
# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## FREQUENTATION TOURISTIQUE

### RAPPEL TO AVRIL A OCTOBRE 2023



Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



\* Toutes catégories  
 \*\* Particuliers à Particuliers

# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## TAXE DE SEJOUR



	2019	2020	2021	2022	2023
Janvier	24 835,61 €	23 404,65 €	13 134,86 €	22 691,16 €	21 871,72 €
Février	25 869,72 €	29 565,35 €	20 919,38 €	32 829,11 €	24 838,01 €
Mars	34 639,55 €	15 620,99 €	24 983,35 €	37 053,28 €	28 435,65 €
Avril	78 123,53 €	30,45 €	15 812,79 €	87 178,79 €	96 552,34 €
Mai	76 393,60 €	857,17 €	82 581,54 €	105 301,58 €	106 947,00 €
Juin	146 816,58 €	51 077,92 €	115 447,21 €	131 665,36 €	116 853,00 €
Juillet	203 032,38 €	176 885,66 €	216 199,34 €	198 545,09 €	201 625,00 €
Août	257 131,20 €	243 979,06 €	238 226,25 €	223 530,38 €	213 554,00 €
Septembre	126 899,22 €	103 234,26 €	123 865,91 €	124 622,34 €	120 537,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>973 741,39 €</b>	<b>644 655,51 €</b>	<b>851 170,63 €</b>	<b>963 417,09 €</b>	<b>931 213,72 €</b>
Operateurs numériques jusqu'au 09 inclus	- €	42 743,68 €	76 500,79 €	154 664,30 €	174 099,09 €
<b>TOTAL</b>	<b>973 741,39 €</b>	<b>687 399,19 €</b>	<b>927 671,42 €</b>	<b>1 118 081,39 €</b>	<b>1 105 312,81 €</b>



Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

Pour août et sept 2023, il manque des déclarations importantes de certains hôtels, résidences ou campings

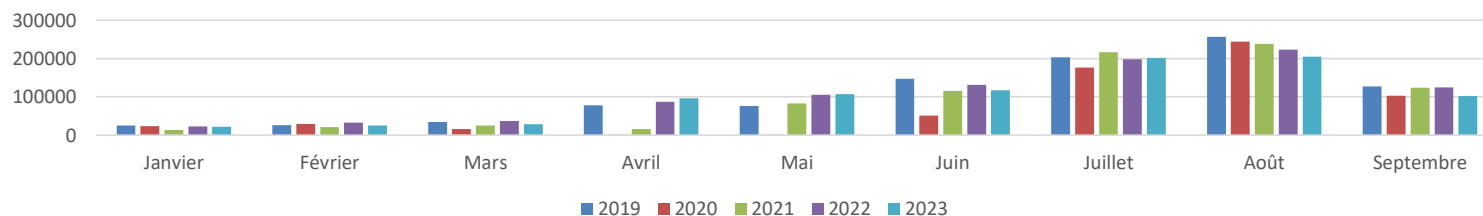
Les mois d'avril et mai 2023 ainsi que le reversement des opérateurs numériques sont les meilleurs depuis 5 ans

**1 105 313€**  
de taxe de séjour de janv. à sept 2023

Les chiffres pour 2023 vont évoluer à la hausse, car il y a des procédures en cours

Pour le 2ème et 3ème quadrimestre, les opérateurs numériques n'ont pas encore déclaré et reversé la TS. D'après la DGFIP, cela interviendra après le 18 décembre

comparaison TS 2019 à 2023 par mois sans opérateurs numériques





# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

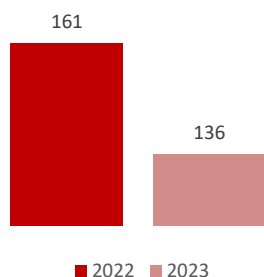
## PALAIS DES CONGRES

### EXPLOITATION

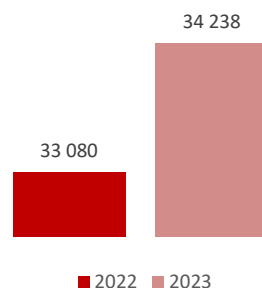


Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

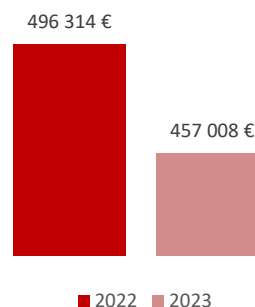
Nombre d'événements



Nombre de participants



Chiffres d'affaires



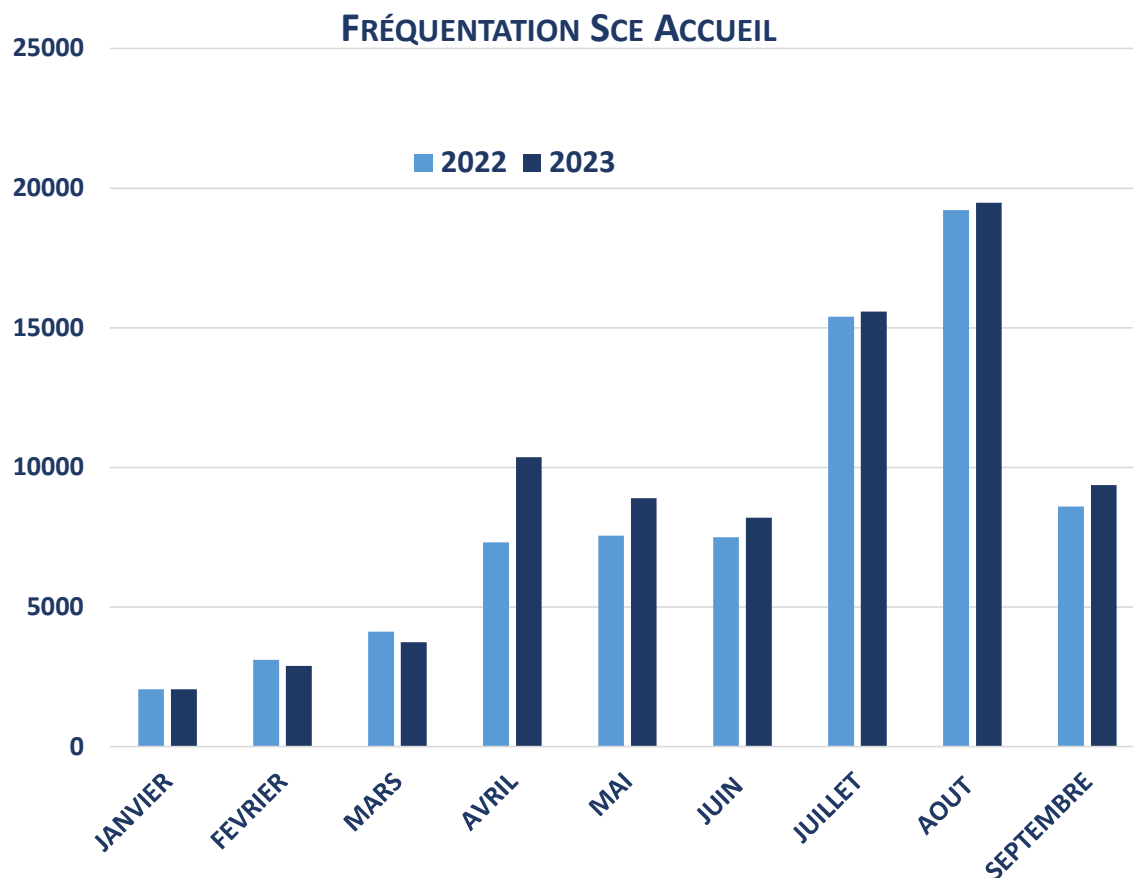
TYPE EVENEMENT	NOM EVENEMENT	DATE
CONVENTIONS SEMINAIRES	CAP FUN : 400 pers - national	Novembre
CONGRES	Congrès OFB : 130 pers - national	Décembre
MANIFESTATIONS DIVERSES	Arbres de Noël	Décembre

Événements remarquables en 2023 :

- Congrès national de la magie
- Convergences
- Outremer
- Sea, Sun & Swing
- Bridge
- Salon du livre
- Hubn'Up
- Orthodontie
- Vins des Pays d'Oc.

# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## ACCUEIL



- Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages
- Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements
- Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



80 570 pax +7,32%



843 mails



10 979 appels



26 visites de groupes organisées +10,5%  
Soit près de 600 pax



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023 BOUTIQUE

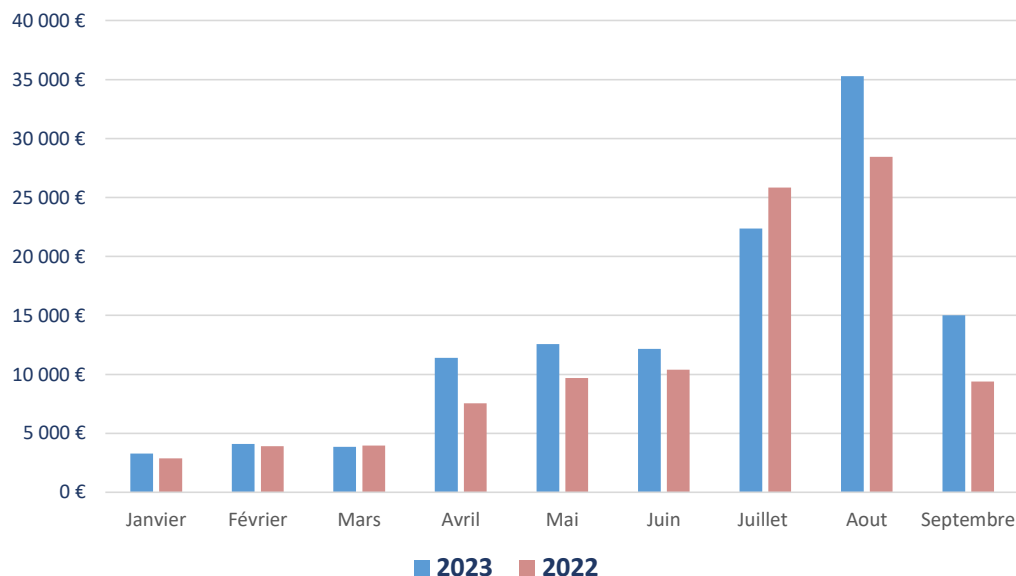


- Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages
- Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements
- Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



- CA HT : **120 011,99€** +17,66%
- Panier Moyen : **19,65€**
- Nombre d'articles vendus : **18 134 ex**

CAHT 2023 vs 2022



## TOP 3 DES RAYONS EN CA HT

**PAPETERIE**  
38 412€

- ① Affiches
- ② Cartes Postales
- ③ Stylos/Crayons

**TEXTILE/BAGAGERIE**  
22 721€

- ① Sacs/Cabas/Tote-bags
- ② Foutas
- ③ T.Shirts/Polos/Casquettes

**DÉCORATION**  
17 111€

- ① Mugs
- ② Carafes
- ③ Sous-verres

## TOP 3 DES RAYONS EN QUANTITÉ

**PAPETERIE**  
6 511 ex

- ① Cartes Postales
- ② Affiches
- ③ Tapis Souris

**PRODUIT CAISSE**  
4 068 ex

- ① Topo Guide/Fiches Vélo
- ② Porte-Clés
- ③ Magnets

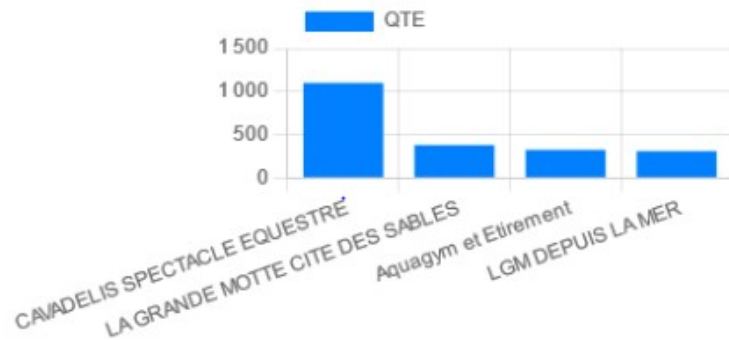
**STICKERS**  
3 201 ex

- ① Rainbow
- ② Monsieur Z
- ③ Noir

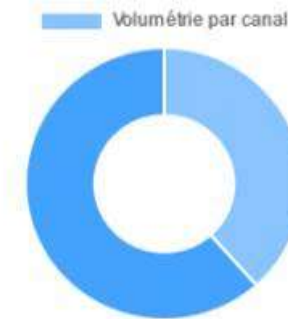
# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## BILLETTERIE / CENTRALE RESA

- CA TTC : **67 282€**
- Nombre de commandes : **4 303**



- U Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages
- U Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements
- U Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



Web : 2649 commandes  
Guichet : 1654 commandes

**welogin**

Solution de vente Full Web pour les professionnels du Tourisme et de la Culture. Mise en place à la billetterie depuis Janvier 2023. Organisation et commercialisation des produits en physique et en ligne sur le site Internet de l'OT.

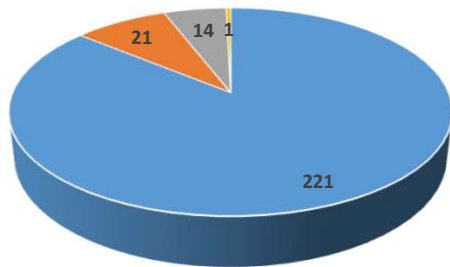


Logiciel de réservations d'hébergements porté par l'OT depuis le 19 Juillet 2023. Présentation et réservations (en temps réel) des biens par le biais des agences immobilières. 8 professionnels présents dans la centrale LGM Réservations à ce jour. 35 résas confirmées pour cette saison.

# RAPPORT D'ACTIVITES 2023 A L'ECOUTE DE NOS VISITEURS

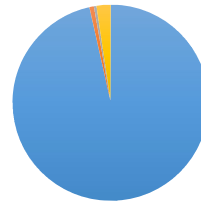


J'ai trouvé facilement l'OT ...



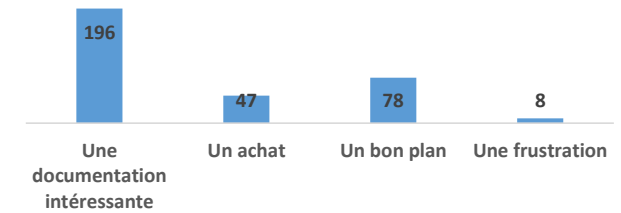
■ Oui ■ Moyen ■ Non ■ NSP

J'ai apprécié le lieu ...

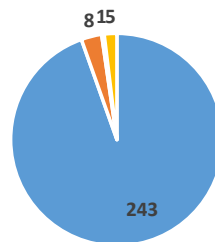


■ Oui ■ Moyen ■ Non ■ NSP

Je repars avec ...



Je suis satisfait des conseils apportés ...



■ Oui ■ Moyen ■ Non ■ NSP

## SOURCES :

- 257 questionnaires de satisfaction recueillis
- 179 suggestions orales faites au desk de l'accueil
- 30 remarques via le web
- 7 réclamations traitées

# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## ANIMATIONS



- Une structuration Ponant/Levant/Couchant/Quai d'Honneur
- Deux Festivals :
  - Spectacles en Liberté : 23 spectacles et 7 690 spectateurs
  - Piano sur l'Ô : 6 concerts et 7 500 spectateurs
- Des animations musicales et de danses :
  - Garden Party : 2 280 participants
  - Clairs de Lunes : 3 500 spectateurs
- 4 feux d'artifices : 14/07, 15/08, 27/08 et 22/12 avec à chaque fois près de 50 000 spectateurs
- Spectacles Cavadélis : 1 200 spectateurs
- Forêt Magique, feu d'artifices et spectacle de drones à venir.

- Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages**
- Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements**
- Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré**

<p><b>RASSEMBLEMENT FERRARI</b> DU 9 AU 11 JUIN Quai Eric Tabarly</p> <p><b>DU 12 JUIN AU 17 SEPTEMBRE</b> <b>LGM SPORTS COUCHANT</b> Le sport autrement. Cours collectifs gratuits, accessibles à partir de 12 ans et encadrés par une équipe de coachs dynamiques.</p> <p><b>JUILLET &amp; AOÛT</b> <b>LGM SPORTS LEVANT</b> Aquagym au Point Zéro. Inscriptions et réservations à l'Office de Tourisme (15€ les 5 séances) ou sur lagrandemotte.com (12€ les 5 séances)</p> <p><b>JUILLET &amp; AOÛT</b> <b>LGM SPORTS PONANT</b> Yoga, cours mixtes au Ponant. Inscriptions et réservations à l'Office de Tourisme (15€ les 5 séances) ou sur lagrandemotte.com (12€ les 5 séances)</p> <p><b>FÊTE DES ARÈNES</b> LES 23, 24 ET 25 JUIN Abrivados, bandidos, Roussatalo, spectacles traditions comarquaises... Gratuit. Samedi 24 juin à 21h30 : Olympiade Comarquaise «Jo Ballester» Tarifs : 7€ / 3€ - de 10 ans / Gratuit - de 5 ans. Infos et résas sur lagrandemotte.com Arènes municipales Juan Bautista</p> <p><b>CONCERT</b> <b>THE GIANTS OF ROCK</b> <b>SAMEDI 1<sup>er</sup> JUILLET</b> Tribute Festival. Concert hommage aux groupes Queen, INXS, The Corrs et Texas. 22h30, Point Zéro Accès libre</p>	<p><b>SPECTACLES EN LIBERTÉ</b> DU 3 AU 28 JUILLET Du lundi au vendredi, des compagnies de spectacles vivants se produisent dans des lieux atypiques et dans tous les quartiers de La Grande Motte. Spectacles tout public 19h, accès libre. Infos et programmation sur <a href="http://spectacles-en-liberte.com">spectacles-en-liberte.com</a></p> <p><b>FESTIVAL PIANO SUR L'Ô</b> <b>MARDI 4, 18 ET 25 JUILLET</b> <b>MARDI 8, 22 ET 29 AOÛT</b> « Les Temps du Ponant », des concerts tout à été. Piano et voix sur l'eau dans le plus romantique des théâtres naturels 21h, Étang du Ponant Accès libre</p> <p><b>DE JUILLET À SEPTEMBRE</b> <b>CLAIRS DE LUNES</b> Les mercredis, animations musicales. 21h, Étang du Ponant Accès libre</p> <p><b>DE JUILLET À SEPTEMBRE</b> <b>GARDEN PARTY</b> Initiation à diverses danses. Pique-nique, musique... Point Zéro</p> <p><b>JUILLET &amp; AOÛT</b> <b>QUAI DES LUMIÈRES</b> Quai d'Honneur (Charles de Gaulle)</p> <p><b>EXPOSITION GRÉGORIE WATIN</b> DU 5 JUILLET AU 20 AOÛT Espace Michèle Goutard Accès libre</p> <p>Programme en cours d'élaboration, plus d'infos sur <a href="http://LAGRANDEMOTTE.COM">LAGRANDEMOTTE.COM</a></p>	<p><b>TORO PISCINE</b> À PARTIR DU 9 JUILLET Tous les mardis, jeudis et dimanches à 21h30, Arènes Juan Bautista</p> <p><b>FEUX D'ARTIFICE</b> <b>PYROMÉLODIQUES</b> <b>14 JUILLET (22h) / 15 AOÛT (22h)</b> <b>27 AOÛT (22h30)</b> Front de mer. Accès libre</p> <p><b>CAVADELIS</b> <b>DIMANCHE 6 AOÛT</b> Le plus grand show équestre de l'été, un spectacle époustouflant pour petits et grands. Tarif: 19€ 21h45, Arènes Juan Bautista Infos et résas sur lagrandemotte.com</p> <p><b>FÊTES DE LA SAINT AUGUSTIN</b> <b>WEEK-END DU 26 ET 27 AOÛT</b> C'est la fête de la ville ! Des concerts seront disséminés dans les différents quartiers de la ville. Accès libre</p> <p><b>ANIMATIONS DANS LES QUARTIERS</b> Du Couchant au Ponant, en passant par le Quai d'Honneur, le front de mer et le centre-ville, de nombreux spectacles et concerts sont proposés par l'Office de Tourisme et les associations des commerçants.</p>
--	--	---

# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## SITE WEB



Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages



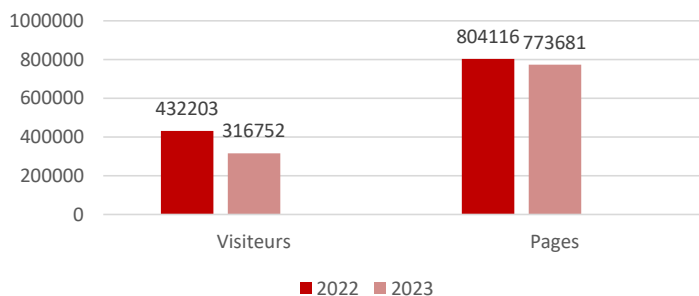
Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements



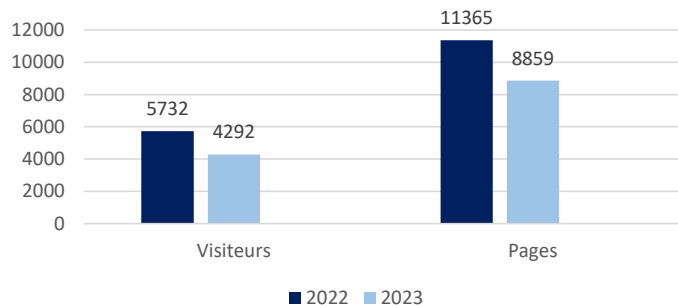
Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



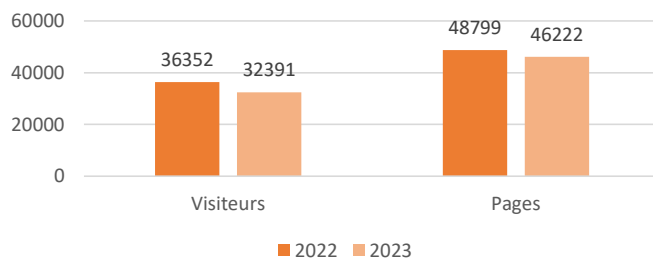
LAGRANDEMOTTE.com



CONGRES.com



BLOG



### Contenus plébiscités :

1. Agenda
2. Marchés
3. Grands moments
4. Parkings
5. Visites et balades

### Contenus plébiscités :

1. Espaces réception
2. Contact
3. Un Palais singulier
4. Accès
5. Espace pro

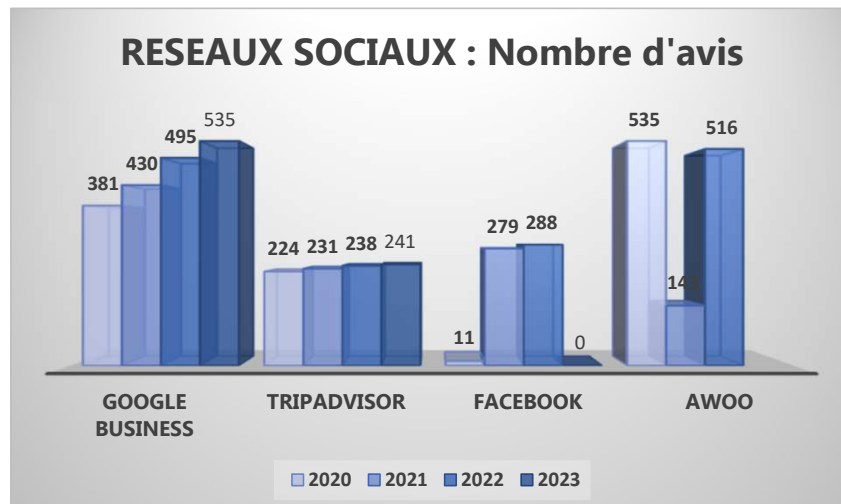
### Contenus plébiscités :

1. Les 6 bonnes raisons de venir à LGM pour les vacances
2. Visiter LGM autrement : nos 5 lieux préférés
3. L'Architecture de LGM : on vous dévoile ses secrets
4. 10 anecdotes sur les pyramides de LGM
5. Pistes cyclables de LGM : choisissez votre itinéraire

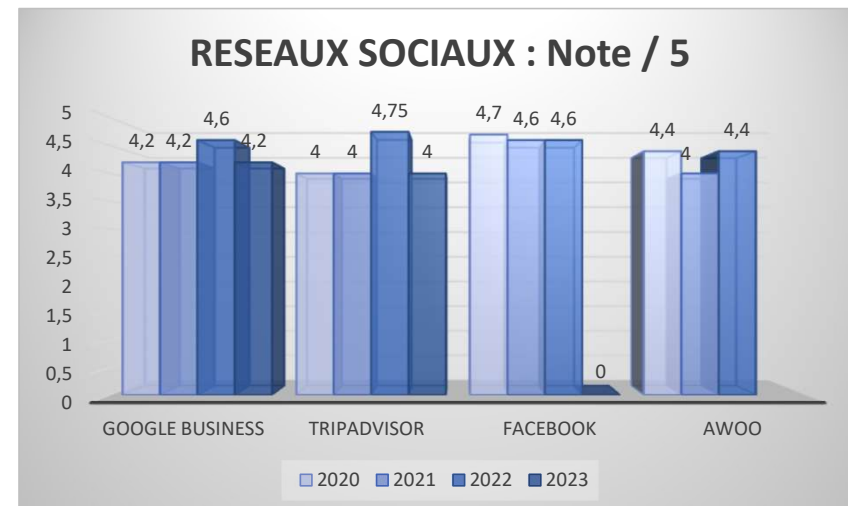
# RAPPORT D'ACTIVITES 2023 E-REPUTATION



-  **Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages**
-  **Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements**
-  **Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré**



NB : les avis Facebook ont été enlevés en 2023 car ils n'étaient pas destinés à l'OT (mais plus à la mairie, aux évènements,...)



Une note sur 5 sur les réseaux sociaux qui est élevée et stable depuis 2020

# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## E-REPUTATION



- Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages**
- Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements**
- Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré**

### Odile Jonchier

Rarement eu un tel accueil dans un office du tourisme. Un grand merci à la personne a pris le temps de nous expliquer le plan, nous donner des infos sur les transports en commun, le numéro de téléphone des arènes et même un plan du Grau du Roi 🙏  
Visité en septembre

### Eddy

Clair, pratique et agréable.  
Visité en juillet

### Sofia M'RAD

Anastascya nous a très bien renseignés. Accueillante et souriante. Elle nous a donné de très bon conseil. Merci pour son professionnalisme.  
Visité en août

### Anaïs

Bon accueil et on remercie la personne qui a occupé notre fille lors de notre passage.  
Bonnes explications qui ont été claires et précises  
Visité en août

### So

Encore merci au personnel de l'office du tourisme qui a été très aimable et très professionnel lors de notre visite. Notre séjour s'est bien passé grâce à toutes les informations ! Passage obligé pour les souvenirs de vacances avec les sacs de plage stylés, t-shirt.....  
Merci pour tout.  
Visité en octobre



### Sylvie Grolier

Le personnel est à l'écoute, disponible et très agréable. Le sourire du Sud ! Wifi gratuit présente à l'intérieur avec confort pour consulter. Des idées cadeaux à rapporter  
Visité en août

### Louis Filsack

Personnel très gentil, très avenant pour cette ville très agréable à vivre, avec ses nombreuses zones boisées, pinèdes, et ses 55km de pistes cyclables .. UN VRAI BONHEUR, surtout hors saison ...  
Visité en juillet

### Patricia R

Personnel très sympathique. De nombreuses informations disponibles  
Visité en mars

### Régine DUFOUR

Merci pour la bienveillance et tous les renseignements donnés !... Bravo au service d'accueil....  
Visité en juin

### Camille Bataillon

J'adore faire un tour à l'office du tourisme pour ramener chaque année un chouette souvenir de la Grande Motte et repartir avec le programme de l'été  
Visité en juillet

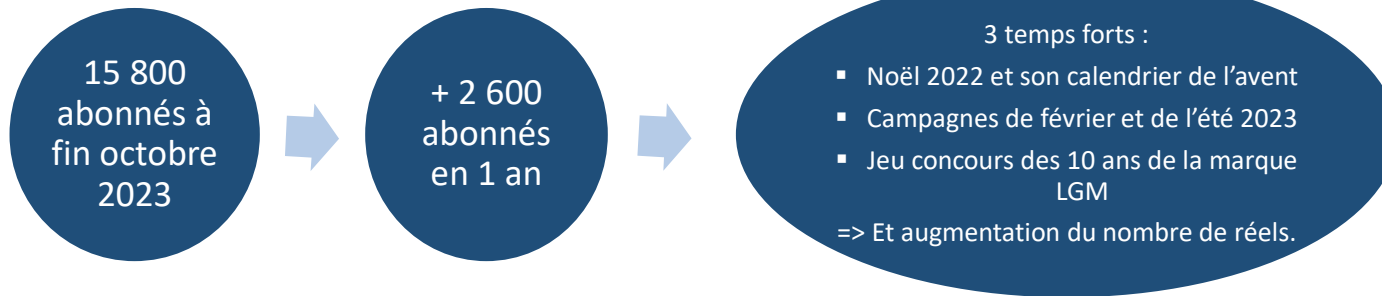
### Océane Satre-Buisson

Personnel de l'office très accueillant, sympathique et arrangeant !  
Visité en février



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## RESEAUX SOCIAUX - INSTAGRAM



- Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages
- Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements
- Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

← Statistiques sur la publication

10 août, à 1:00

1102 1022 - 31

**Vue d'ensemble**

Comptes touchés	11 150
Comptes ayant interagi avec le contenu	-
Activité du profil	430

**Couverture**

11 150  
Comptes touchés

← Statistiques de vos reels

Rendez-vous dimanche 1er octobre à 21h, place de l'Épi, pr...

Richy Mitch & The Coal Miners - Evergreen

29 septembre · Durée : 1:00

10049 275 5 - 8

**Vue d'ensemble**

Comptes touchés	5 915
Interactions avec les reels	-

**Couverture**

5 915  
Comptes touchés

← Statistiques de vos reels

Du rêve à la réalité !...

Giulio Cercato - Beautiful

26 septembre · Durée : 0:33

14644 619 18 - 15

C'est l'un de vos meilleurs reels au cours des 30 derniers jours. Il a touché 8 821 comptes. Créez plus de reels similaires.

**Vue d'ensemble**

Comptes touchés	8 821
Interactions avec les reels	-

**Couverture**

8 821  
Comptes touchés

← Statistiques de vos reels

Début de la Braderie des Quais !...

lagrandemotte - Audio d'origine

8 septembre · Durée : 0:35

14835 714 23 - 11

**Vue d'ensemble**

Comptes touchés	13 127
Interactions avec les reels	-

**Couverture**

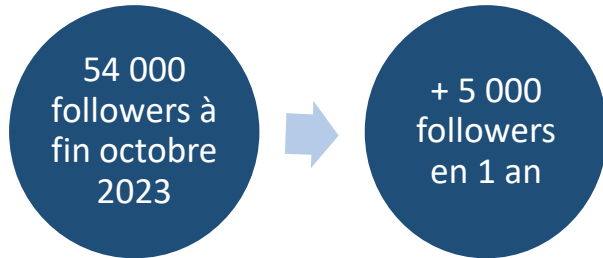
13 127  
Comptes touchés

# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

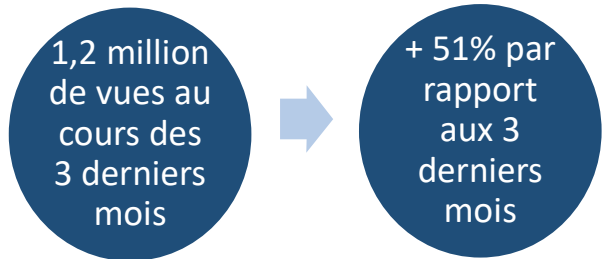
## RESEAUX SOCIAUX - FACEBOOK



- Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages**
- Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements**
- Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré**



2 fois moins qu'en 2022 versus 2021 car pas de campagne de recrutement en 2023.



Les photos et vidéos ont touché 87,6% de non-followers.



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

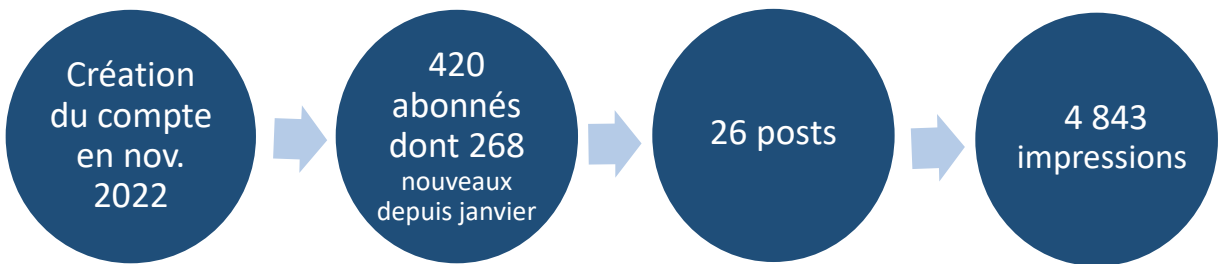
## RESEAUX SOCIAUX - LINKEDIN



- Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages
- Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements
- Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



### COMPTE PALAIS DES CONGRES DE LA GRANDE MOTTE

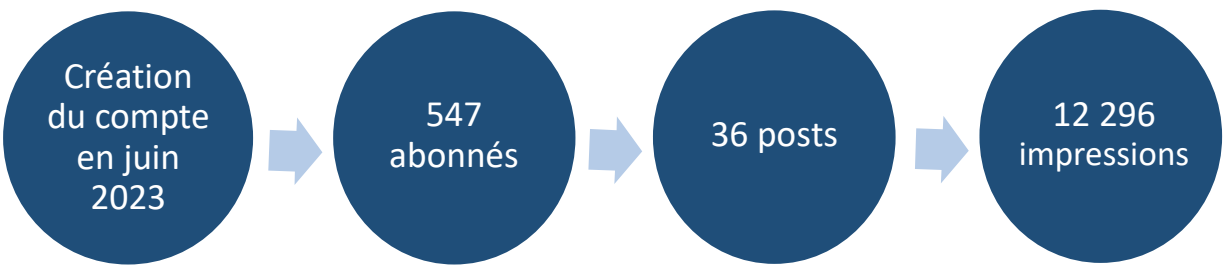


51% de professionnels montpelliérains, 7% de Grand-Mottois et 6% de Nîmois.

#### Posts les plus performants :

- Vidéo drone du Palais (607 impressions)
- Visiter le Palais (438)
- Votre événement de fin d'année au Palais (353)
- Retour sur le sea, sun & swing summer camp (386)
- Offres danse au Palais (297).

### COMPTE OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRES DE LA GRANDE MOTTE



29% de professionnels montpelliérains, 19% de Franciliens et 8% de Grand-Mottois.

#### Posts les plus performants :

- LGM mise à l'honneur dans Télématin (990 impressions)
- Fréquentation de septembre (945)
- 3<sup>ème</sup> étape de la tournée Midi Libre (784)
- Fréquentation de la saison d'avril à octobre (764)
- Fréquentation en août (716).

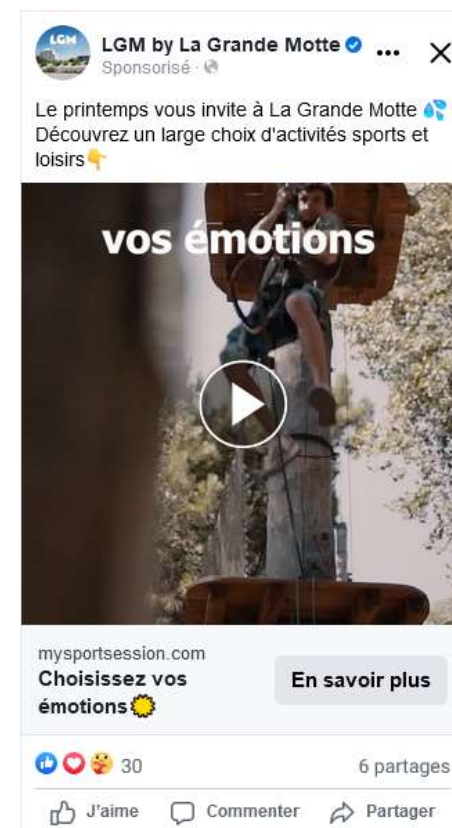
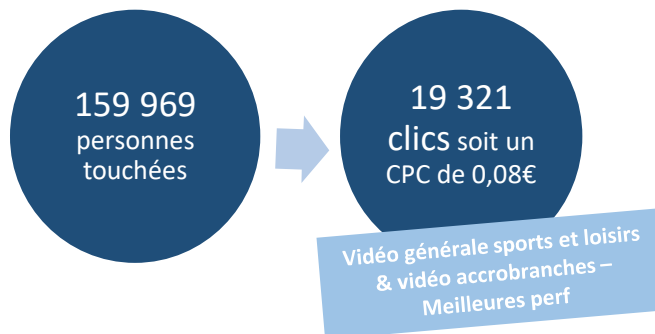
# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## LGM CAMPAGNE PRINTEMPS



- Campagne social média Méta (Facebook + Instagram) diffusée du 27 mars au 02 mai
- Objectif de générer du trafic en renvoyant vers la landing page <https://www.mysportsession.com/portail/lagrandemotte>
- Cibles
  - Résidants de **PACA, Occitanie et Auvergne Rhône-Alpes**
  - **Parents entre 25 et 50 ans** affinitaires sur la destination Plage et les activités famille et loisirs
  - **Tribus/couples entre 25 et 50 ans** affinitaires activités nautiques, sports et bien-être
  - **La communauté LGM Facebook et l'audience similaire** (en terme démographique et affinitaire) générée sur cette communauté.

- 📌 **Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages**
- 📌 **Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements**
- 📌 **Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré**



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## LGM CAMPAGNE ETE



- Campagne générique social média Méta (Facebook + Instagram) et Google Ads sur activités estivales, de juillet à septembre, à des fins de trafic en renvoyant vers la plateforme LGM sports et loisirs

- 2 audiences

### Générique Activités

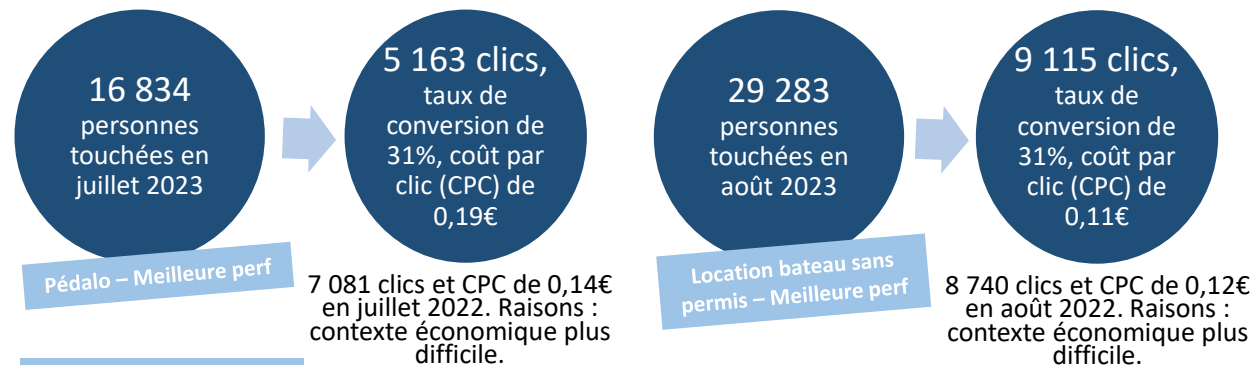
- Lieu : 45 km autour de LGM
- Âge : 25-46 ans
- Intérêts : ski nautique, loisirs de plein air, wakesurfing, vélo électrique, planche à voile, plongée, sport, remise en forme physique, paddleboard, yoga, tennis, golf, jet ski, wakeboard, vélo ou Stand up paddle

### Famille Parents

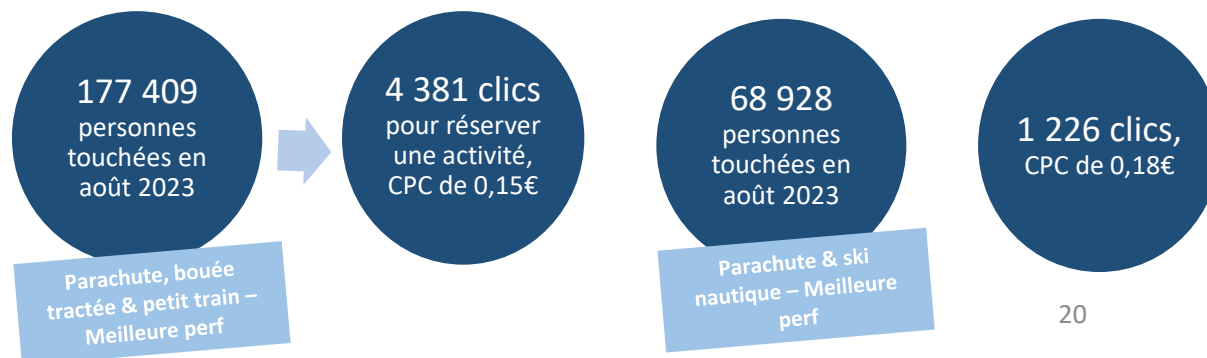
- Lieu : 45 km autour de LGM
- Âge : 33-60, parents avec enfants
- Intérêts : Divertissement ou Kids Activities.

- U Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages
- U Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements
- U Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

### GOOGLE ADDS



### SOCIAL ADDS





# RAPPORT D'ACTIVITES 2023 CAMPAGNES D'AUTOMNE LITTORAL OCCITAN



Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## CAMPAGNES D'AUTOMNE

### LITTORAL OCCITAN



Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

#### **Validation campagne de Notoriété Internationale**

- Campagne digitale de Notoriété du 15 septembre à mi-octobre pour valoriser l'automne et l'hiver à la mer sur 4 marchés étrangers
- Budget total du collectif hors Atout France : 100 000€ TTC  
Grande Bretagne 45k€ TTC, Allemagne 45K€ TTC, Belgique 30K€ TTC, Suisse 30K€ TTC.
- Éléments de la campagne : utilisation des 5 vidéo thématiques littorales
- Ciblage géographique : les bassins émetteurs liés à des lignes aériennes (notamment sur l'Allemagne).

#### **Validation campagne de Notoriété France et Région Occitanie**

- Campagne digitale de Notoriété du 15 septembre à mi-octobre pour valoriser l'automne et l'hiver à la mer
- Concept de communication retenu et plan média : « Y'a plus de saison, quand il s'agit de profiter du bord de mer en Occitanie. »
- Répartition budgétaire : 50K€ TTC sur les grandes métropoles + 50K€ TTC sur une communication de proximité sur régions à conforter : Auvergne Rhône Alpes – Ile de France – Haut de France – Paca ; Youtube 30 800€ TTC ; Programmatique display 27 000€ TTC ; RS Méta et Instagram 20 000€ TTC ; TikTok 5 000€ TTC



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## STRATEGIE DE MARQUE LGM



- Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages
- Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements
- Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

- Une marque, pourquoi et comment ?
  - Comme signe d'authenticité et de singularité
  - Créatrice de valeur pour :
    - ✓ le consommateur (promesse de trouver à LGM une singularité, une seule station littorale possède en France cette personnalité-là)
    - ✓ l'entreprise (valeur commerciale, qui fait vendre et fidélise)
- Les valeurs de la marque
  - Singularité (il n'y a pas 2 villes comme LGM)
  - Audace (Jean Balladur a osé construire une ville à la dimension d'un rêve)
  - Universalité (LGM reliée à Brasilia, Chandigarh, Teotihuacan)
  - Hédonisme (une ville pour tous les plaisirs et le bonheur)
  - Créativité (derrière le geste architectural, intelligence de la vision et inventivité)
  - Avant-gardisme (un devoir envers Jean Balladur)
  - Source d'inspiration (la pensée de notre architecte doit continuer à inspirer vocations et rêves)
  - Aux frontières de l'utopie (LGM est utopie réalisée).



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## LES 10 ANS DE LA MARQUE LGM



Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages

Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements

Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

### 2013

Ouverture de la boutique en Juin  
Gamme "Pop"  
Collection "Studio Livio"  
Patrizia Mussa

### 2015

Livres "Guide Archi" & "Urban Utopia"  
Concours Dessin LGM  
2nde Collection avec Oxyo  
Concours "Summer Life"

### 2017

Collection "Flat Design"  
Mise en place de la carte Fidélité  
1ère Récolte de miel du Ponant  
Edition du Livret Nicolas Millet  
Concours "LGM & M&M's"

### 2019

Collection "Madame" & "Monsieur" LGM  
Banderoles publicitaires aériennes  
Collection "French Utopia"

### 2021

2nd Collection Monsieur Z  
Vidéos Mr Z 1968/2021/2068  
Réédition du guide archi  
Création structure #LGM au Couchant  
Covering LGM petit train

### 2023

Collection Sophie Griotto  
Moule Eden  
Digigraphies Sophie Griotto  
Bateau Lucille "LGM Eco"

### 2014

1ère opération "Colle ton sticker"  
Partenariat avec Cestmed "Tortue"  
1ère Collection Design LGM By avec Oxyo  
Voile LGM sur Catamaran Lucille2

### 2016

Collection "Eté Tropical"  
Sculpture LGM au point Zéro  
Concours cadenas au Point Zéro  
Edition de la Monographie Vélo Caminade  
Collection "WelcHome" avec Lexon  
Concours Forêt Magique

### 2018

Collection "50 ans"  
Concours "Kidnapping Georges"  
1ere covering Vitrine Boutique avec Photos Diane Fontaine  
Concours Pronostics World Cup Football

### 2020

1ère Collection Monsieur Z  
2nd Covering Vitrine OT/Bâche entrée de Ville  
Mr Z  
Collaboration avec "Armor Lux"

### 2022

Réédition de la monographie Guide identité architecturale  
Création bombes à graines  
Collection "Prendre l'étang au Ponant"



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## LES 10 ANS DE LA MARQUE LGM

### JEU CONCOURS

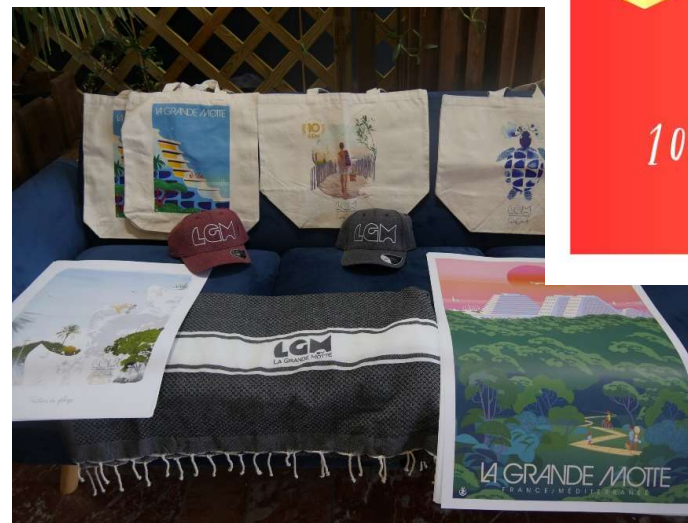


- Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages
- Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements
- Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

- Jeu concours sur Instagram du 10 au 17 août
- Principe
  - S'abonner au compte Insta de LGM
  - Liker et commenter la publication du jeu
- 10 lots à gagner (casquettes, foutas, tote-bags, affiches, etc...)



1 020 participants et le nombre d'abonnés a augmenté de 2,3% passant de 15 282 à 15 635





# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## RETOMBÉES PRESSE

### PRESSE ECRITE FRANCE & EUROPE



- Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages**
- Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements**
- Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré**



Découverte et patrimoine

Détour en France



Private banking resan



L'express



Leven in Frankrijk 26

# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## RETOMBÉES PRESSE

### TV & WEB MEDIA



**Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages**

**Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements**

**Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré**



France info



France info



Télématin



France Bleu



France Ouest



20 minutes



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## RETOMBÉES PRESSE

### SHOOTINGS

Missions régaliennes

Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages

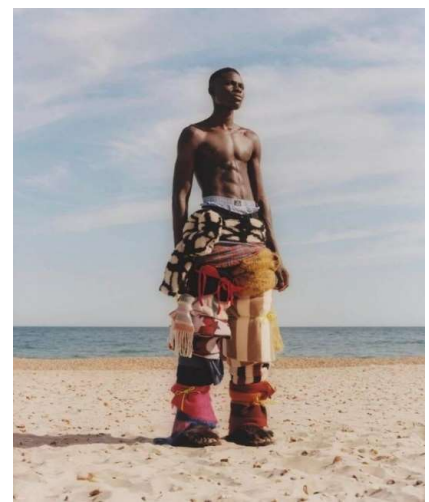
Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements

Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



JEROME DREYFUSS  
PARIS

THE GREATEST



L'ARE DOU TEU



4 octobre



11-13 octobre



Photos à venir, véhicules soumis à la confidentialité

# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## RETOMBÉES PRESSE

## TOURNAGES



- Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages
- Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements
- Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



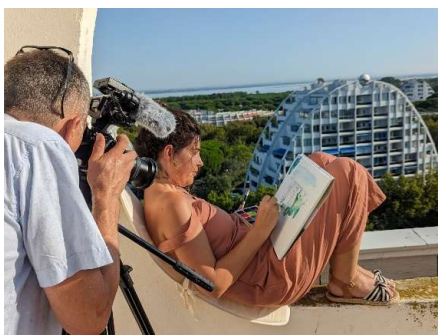
Vous êtes formidables,  
France 3 Occitanie

Télématin, France 2

Panda, TF1



Les Pennac,  
France 3





**LGM**  
BY  
LA GRANDE MOTTE

# Nouveautés



*Envie de grand large!*

6 NOVEMBRE 2023

# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## NOUVEAUTES

## NOUVELLE IDENTITE VISUELLE



- Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages
- Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements
- Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



*À l'horizon je vois l'océan*



*Paddle au Soleil Couchant*



*Envie de grand large!*



*Ode à la Méditerranée*

- Depuis 10 ans, collaboration avec de nombreux artistes, inspirés du potentiel créatif et innovant de La Grande Motte et création de collections uniques
- En 2023, c'est Sophie Griotto, une illustratrice de talent et de renommée internationale, qui a collaboré avec les plus grands noms de la haute couture
- 8 illustrations commandées et déclinées en affiches, digigraphies (tirages d'art), cartes postales et sacs cabas
- Total des ventes d'avril à octobre :
  - 31 digigraphies : 23 en 50x50 et 6 en 90x90cm
  - 700 affiches (40x50 cm) avec ou sans cadre
  - 1 720 cartes postales
  - 230 sacs cabas.



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## NOUVEAUTES – EDEN



- Création d'une identité culinaire à La Grande Motte où chacun peut proposer sa recette. Baseline « Quand l'architecture devient gourmande »
- Collaboration avec des MOF et création de 2 formats de moules en vente à la boutique de l'Office
- Lancement le 12 juin en présence de 150 professionnels
- Création d'un pack complet de communication : CP, dossier de presse, 16 pages explicatifs, site Internet dédié, flyer FR/GB, dibonds, bache 2m par 3m, collaboration avec des influenceurs et posts sur les réseaux sociaux
- Bilan :
  - 112 moules offerts aux professionnels depuis juin
  - 40 établissements ont testé des recettes
  - 15 établissements ont actuellement l'Eden sur leurs cartes
  - 8 000 flyers distribués
  - Près de 150 moules vendus en boutique
  - De nombreuses retombées Presse.



Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



**Connaissez-vous la singulière spécialité culinaire de La Grande Motte ?**

**EDEN**  
LGM  
*L'architecture gourmande*

**Où déguster un Eden ?**  
Chez tous les professionnels des métiers de bouche de La Grande Motte où chacun vous proposera de déguster sa recette de l'Eden.

**Un Eden, c'est quoi ?**  
Un Eden c'est un met en forme d'immeuble, une vraie pyramide de La Grande Motte dans l'assiette !!



**Did you know?** about La Grande Motte's unique culinary speciality ?  
Where can you enjoy an Eden?  
At any of La Grande Motte's culinary professionals.

**What is an Eden?**  
An Eden is a dish in the shape of a building, a real La Grande Motte pyramid on the plate.



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## NOUVEAUTES

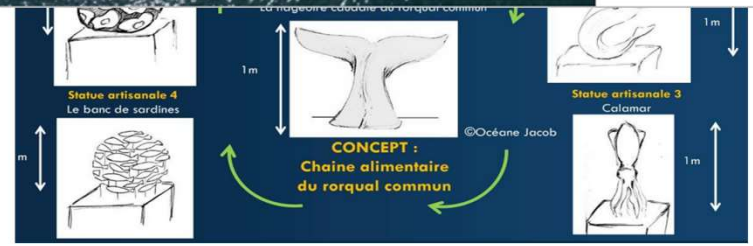
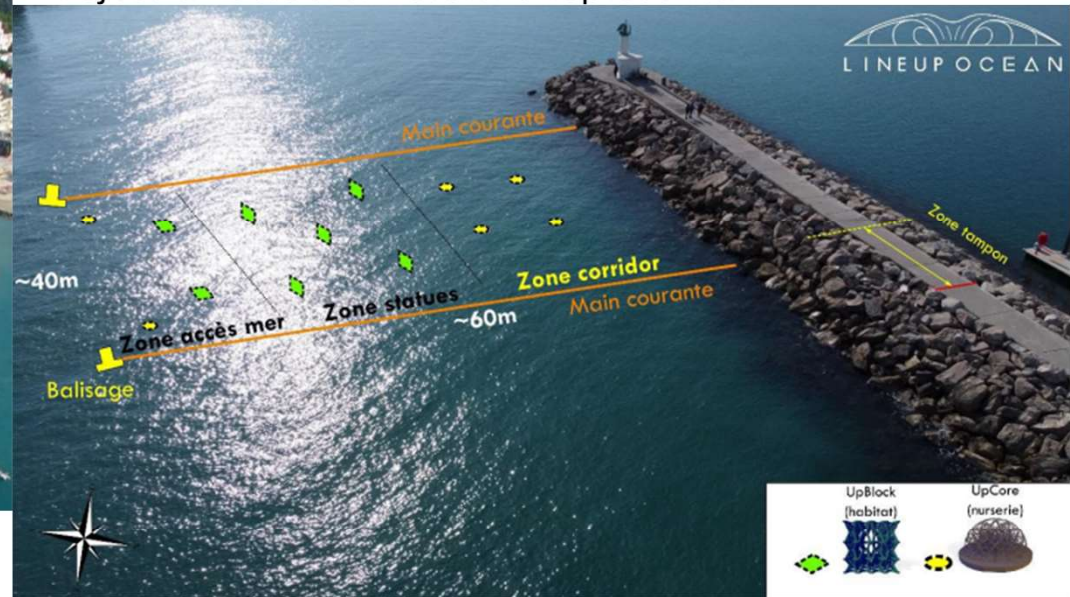
### SENTIER SOUS-MARIN



- Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages**
- Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements**
- Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré**



Coût réalisation : 150 000 €  
 Financement sollicité : 110 000€ (81%) auprès du FIM,  
 rejeté en octobre. Dossier à représenter.



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## NOUVEAUTES – QUAÏ DES LUMIERES



 **Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages**

 **Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré**

- Etape test pour le quai d'Honneur avec le nouveau projet quai des Lumières : mise en lumière des candélabres et animations sur le thème des lumières
- Participation des commerçants notamment avec les Dame-Jeanne éclairées offertes par l'OT (geste très apprécié)
- Première édition n'a pas complètement atteint ses objectifs malgré la présence des estivants et la très bonne qualité de la danse en lumière
- Pour 2024 :
  - Illuminer le quai par du mapping au sol et des ambiances sonores
  - Mettre plus en valeur les entrées du quai
  - Proposer des animations type magiciens qui passeraient de commerce en commerce
  - Mettre en place éventuellement des marchés nocturnes, expositions, peintures 3D sur le sol, mise en lumière des pontons, ...



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

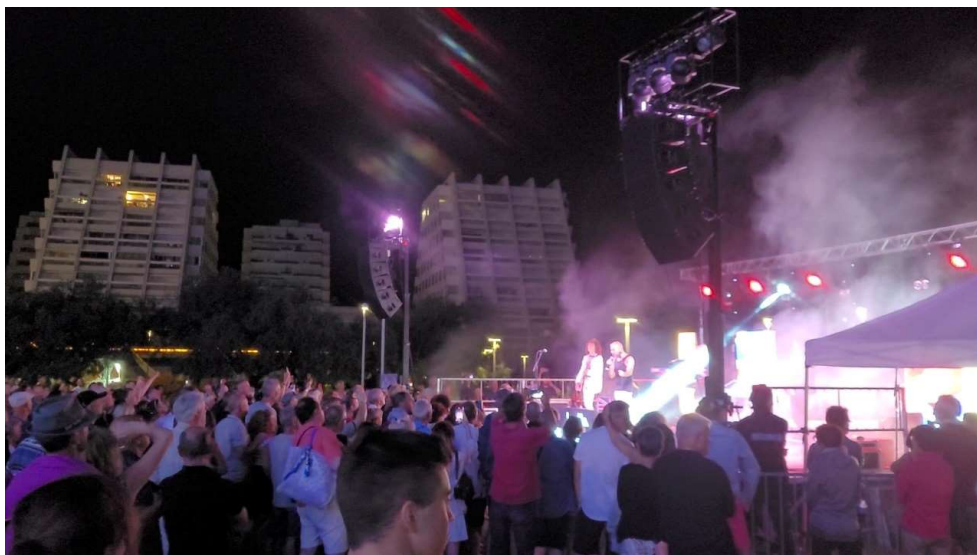
## NOUVEAUTES – GIANTS OF ROCK



Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages



Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

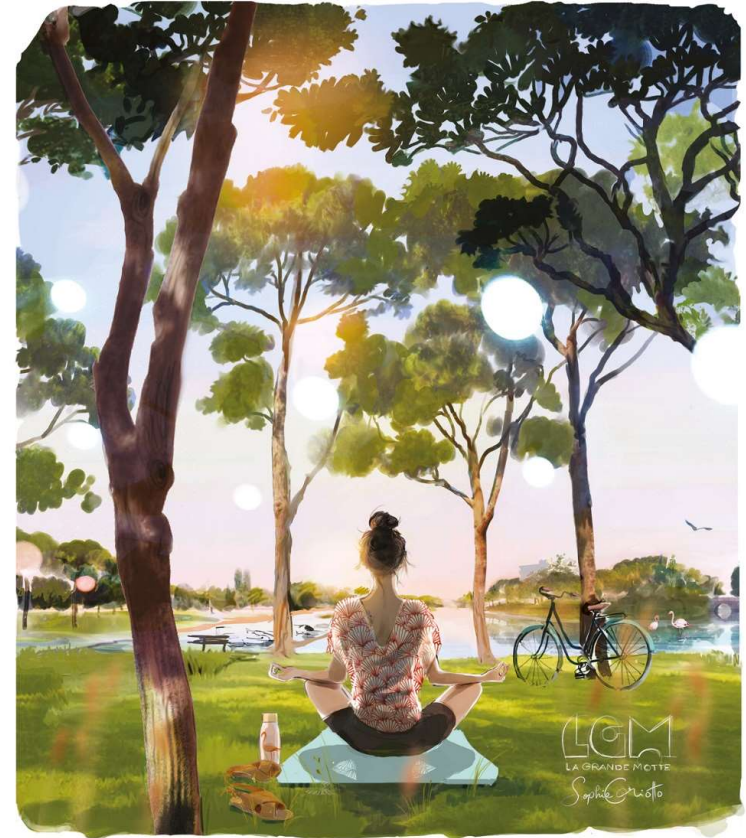


- Grand succès pour ce concert Tribute du 1<sup>er</sup> Juillet 2023 au Point Zéro
- 3 000 personnes présentes sur le site (Grands-Mottois , touristes, habitants de proximité...)
  - Les bodegas proposées à proximité de cet évènement devant quelques bars-restaurants ont permis de bonnes retombées économiques pour les commerçants
  - Ce concert GEANT a vraiment lancé la saison et apporté beaucoup de joie au public
  - En 2024, l'idée serait de renouveler ce genre d'événements plusieurs fois dans l'été.



**LGM**  
BY  
LA GRANDE MOTTE

# Actions récurrentes



*Méditation au Ponant*

6 NOVEMBRE 2023



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## ACTIONS RECURRENTES –

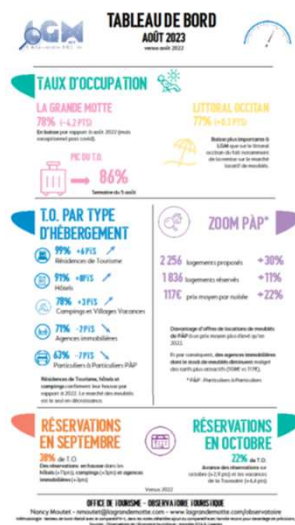
### ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS



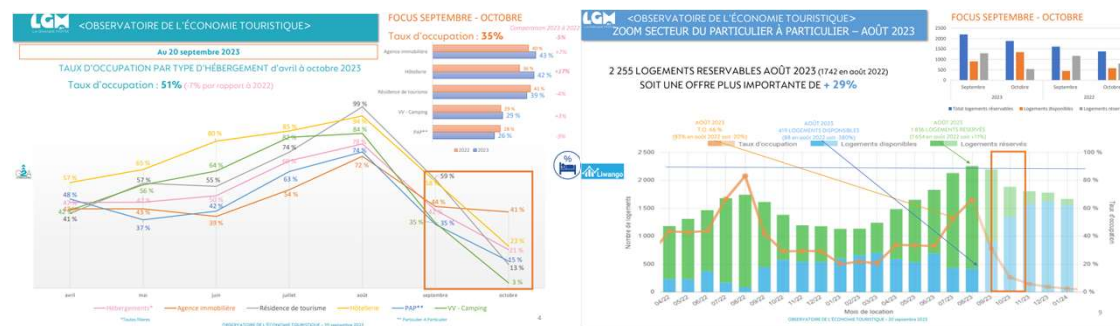
#### Observatoire Touristique

Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

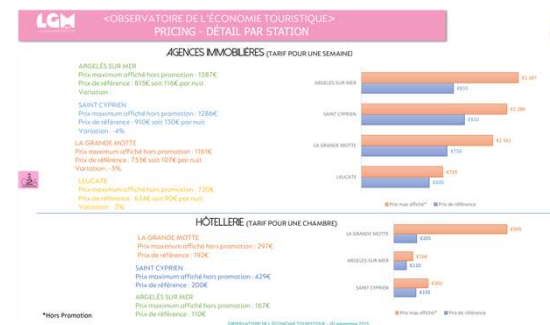
Une newsletter avec quelques chiffres



Un document avec scores, analyses des indicateurs et pricing par filières d'hébergement, par mois...



Toutes les données actualisées sur le site internet



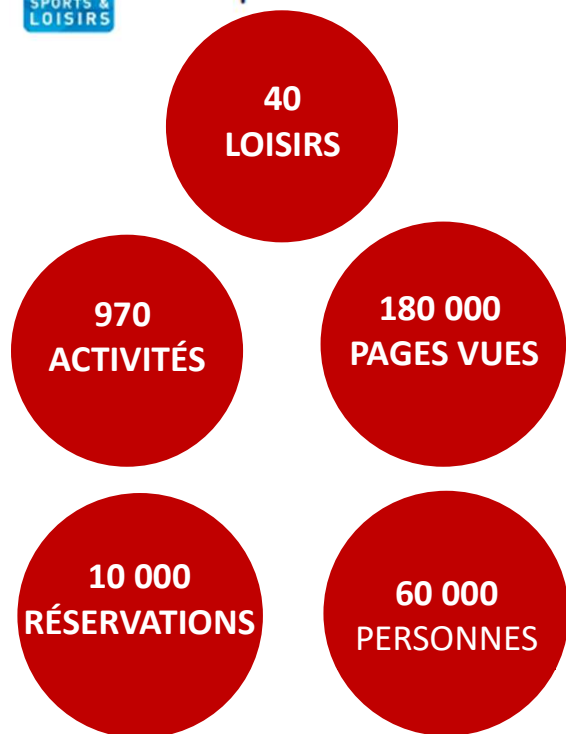
# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## ACTIONS RECURRENTEES –

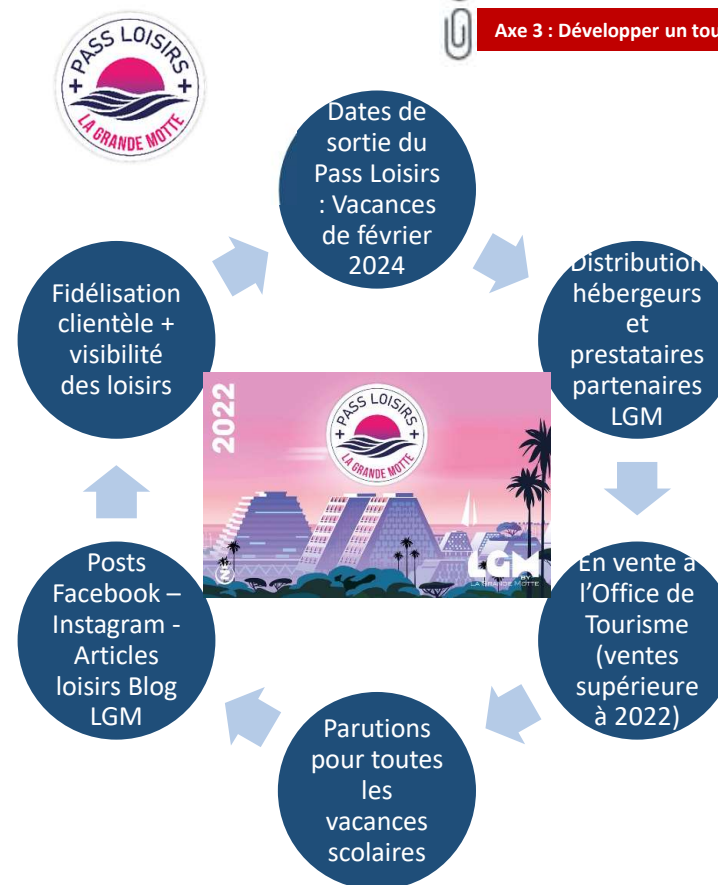
### ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS



#### Loisirs



- Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages
- Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements
- Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

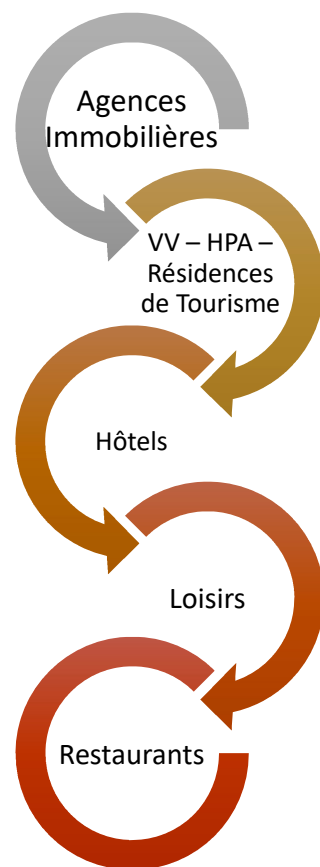
## ACTIONS RECURRENTES –

### ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS



#### Filières

- Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages
- Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements
- Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



Réunions présentation actions

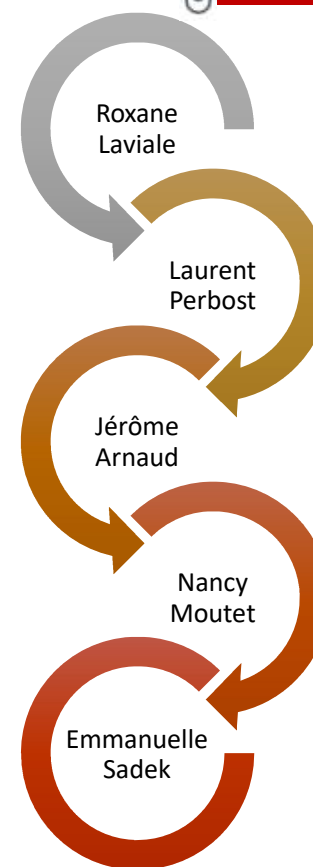
Tournée des hébergeurs

Bourse aux dépliants

Editions

Visites Guidées

Bilan de saison



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## ACTIONS RECURRENTES –

### ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS



Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

#### COOPÉRATION AVEC LES ARCS

**Objet :** Conférence et regards croisés : La Grande Motte invitée à témoigner par Les Arcs dans le cadre de l'évènement *Les Arcs Archi'Design*

Propos de la conférence et des regards croisés animés par Thomas Blancart de l'Agence Temaprod, spécialisée en valorisation du patrimoine.

- *De la Grande Moche à La Grande Mode* ou comment La Grande Motte s'est saisie de son patrimoine architectural pour transformer l'image de sa destination touristique. Avec Jérôme Arnaud, Directeur de station de La Grande Motte et Jean Sébastien Blanc, designer et fondateur du Studio 5.5.

- *Regards croisés sur La Grande Motte et Les Arcs*, une mise en perspective des points communs entre ces deux grandes destinations touristiques, avec Julie Daurel, journaliste spécialiste de l'architecture et Jean-Marie Chevronnet guide conférencier de l'Office de Tourisme des Arcs - Bourg Saint Maurice.

**Collaboration future :** Plusieurs pistes de rapprochements entre les stations (culturel via une exposition commune? Economique via une politique de recrutement des saisonniers en commun ?)...





# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## ACTIONS RECURRENTES

### SENTIER DU PONANT



Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages

Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements

Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

- Objectifs
  - Proposer une offre touristique durable à la croisée des enjeux artistiques, culturels et écologiques pour retrouver l'harmonie entre l'Humain et le reste du Vivant
  - Amorcer une sanctuarisation et une réappropriation de la presqu'île du Ponant
  - Sensibiliser aux enjeux écologiques et à l'urgence de la préservation de la biodiversité
- Concept
  - Déambulation libre de découverte d'œuvres d'art créatrices ou protectrices de biodiversité
  - Action concrète et durable où le tourisme vient réparer et protéger le milieu naturel qui le porte et qu'il a contribué à dégrader
- Inauguration en mars 2024.



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## ACTIONS RECURRENTES

### SENTIER DU PONANT



Missions contractuelles

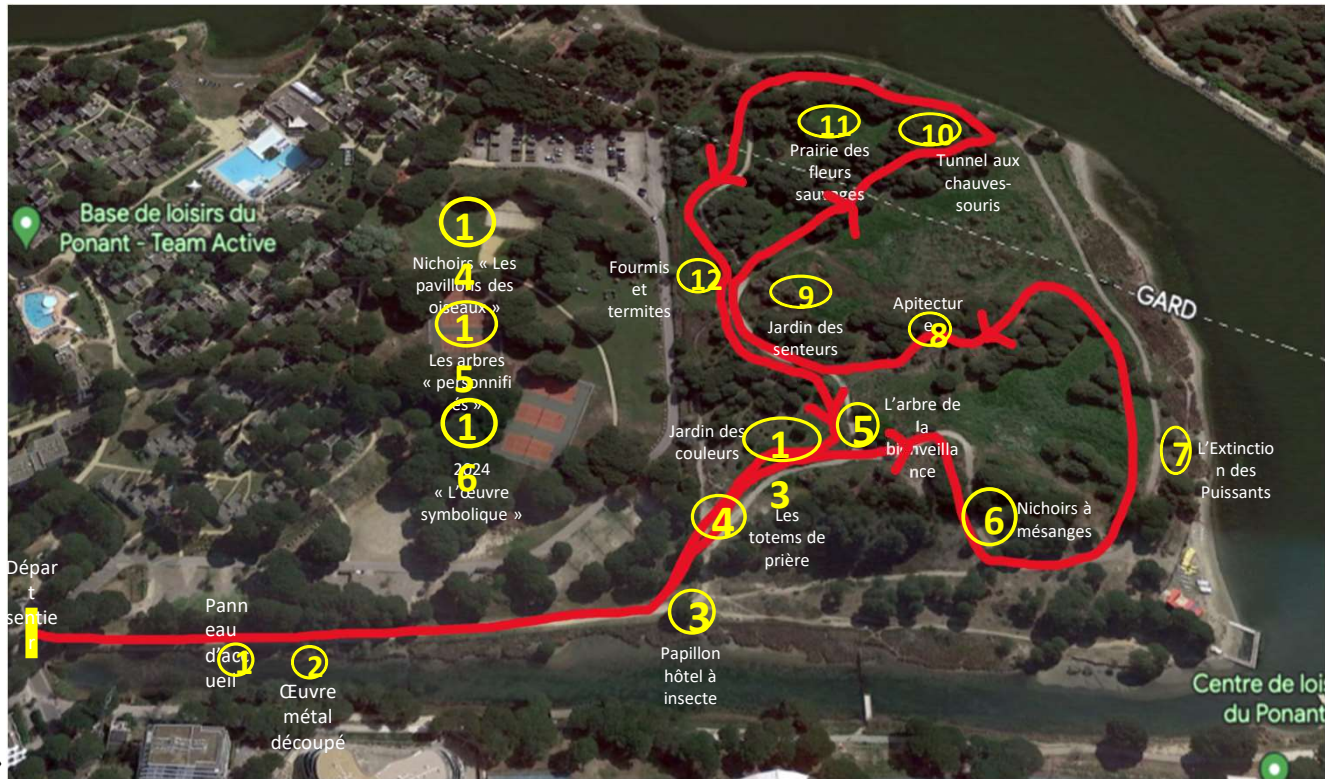


Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages

Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements

Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

1. Panneau d'accueil
2. Œuvre métal découpé
3. Papillon hôtel à insectes
4. Les totems de prière
5. L'arbre de la bienveillance
6. Nichoirs à mésanges
7. L'Extinction des Puissants
8. Apitecture
9. Jardin des senteurs
10. Tunnel aux chauves souris
11. Prairie des fleurs sauvages
12. Fourmis et termites
13. Jardin des couleurs
- Les œuvres à venir et non positionnées
14. 2023 : Nichoirs « Les pavillons des oiseaux »
15. 2023 : Les arbres « personnifiés »
16. 2024 : « l'œuvre symbolique »



Départ sentier

Panneau d'accueil

Œuvre métal découpé

Papillon hôtel à insecte

Les totems de prière

Nichoirs à mésanges

L'Extinction des Puissants

L'arbre de la bienveillance

Jardin des senteurs

Fourmis et termites

Nichoirs « Les pavillons des oiseaux »

Les arbres « personnifiés »

Prairie des fleurs sauvages

Tunnel aux chauves souris



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## ACTIONS RECURRENTE

### RENOVATION DES MEUBLES

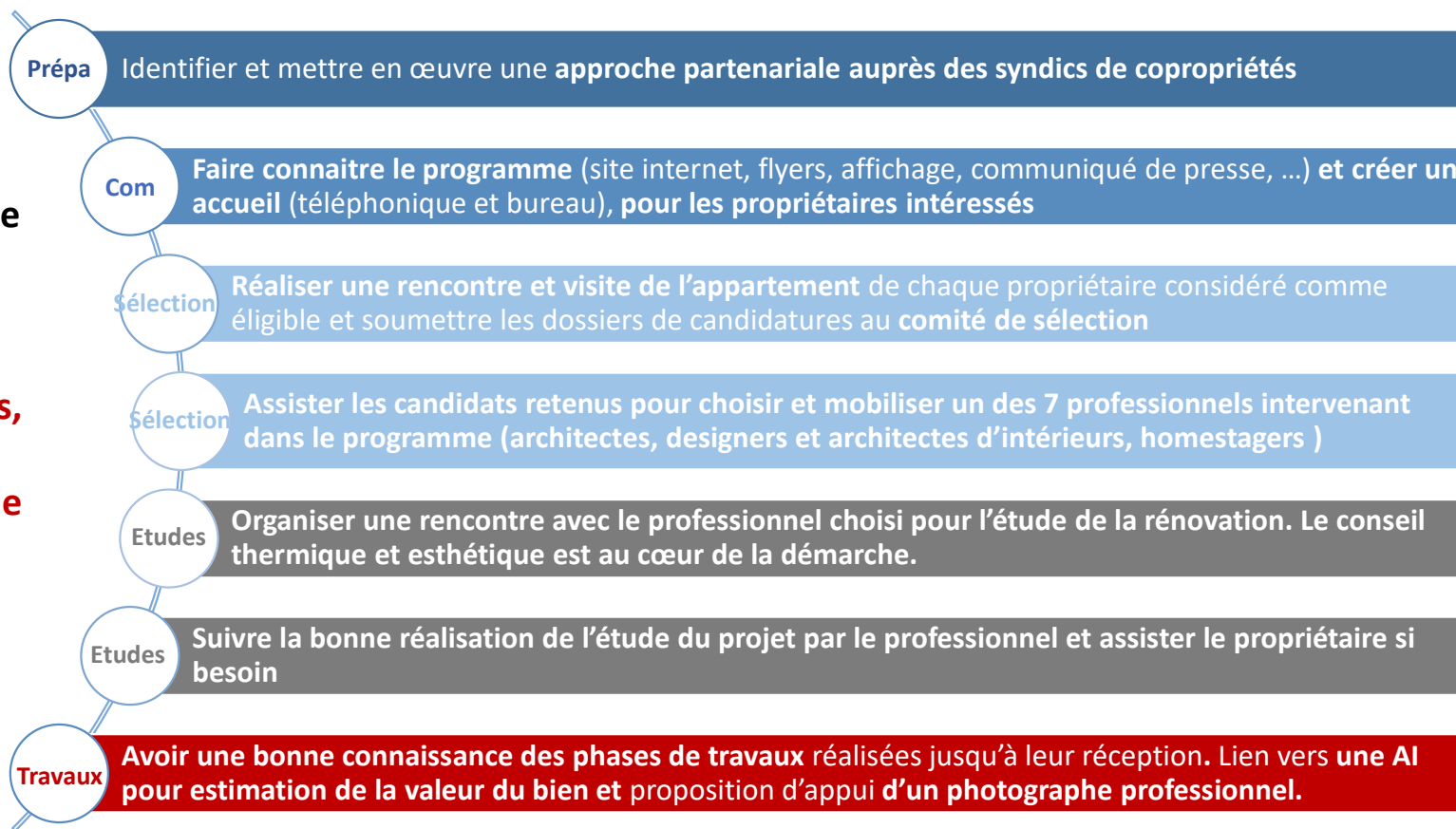


Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements

Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



**Objectif du programme expérimental :**  
**Accompagner des propriétaires de résidences secondaires, intéressés à un projet de rénovation de leurs appartements.**





# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## ACTIONS RECURRENTE

### RENOVATION DES MEUBLES



Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements

Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

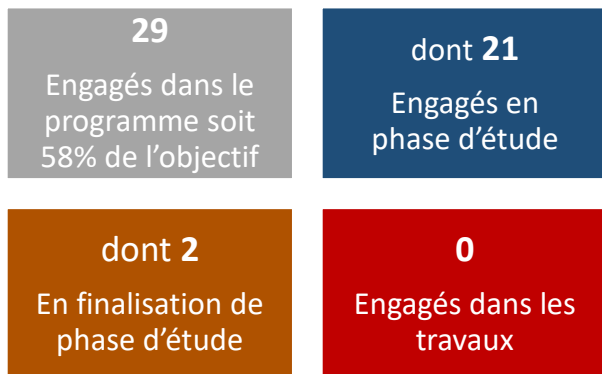


Lancement du programme en Mars 2023

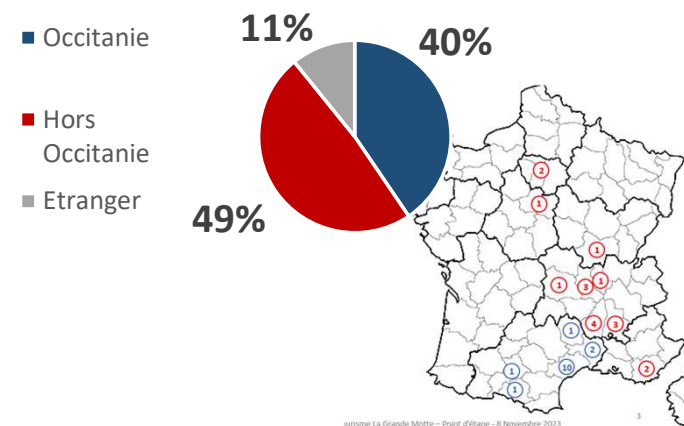
Au 23/10/2023 : 50 propriétaires ont pris contact - 42 éligibles

50 meublés rénovés

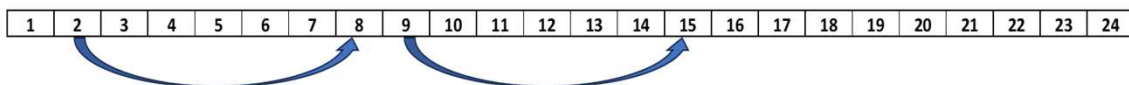
8 copropriétés  
964 appartements potentiels



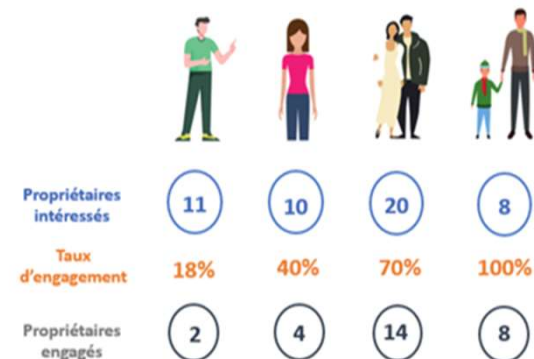
Lieu de résidence principale des propriétaires intéressés



Frise chronologique démonstrative d'un cycle à 12 mois minimum



Taux d'engagement selon le profil des propriétaires intéressés



(\*)Exemple d'un propriétaire étant rentré au tout début du programme en mois n°2 – Tenant compte des premières analyses, au mieux son projet de rénovation aboutira en mois 15. Partant de constat un propriétaire s'engageant en mois n°10 verra son projet abouti aux environs du mois n°25

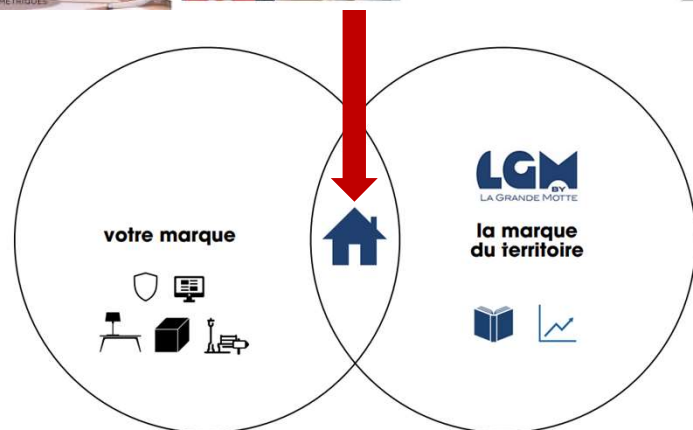
# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## ACTIONS RECURRENTES - ESPUMA



Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements

Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



- Valoriser/associer les établissements et leur identité à La Grande Motte
- Actions réalisées :
  - Visite d'Espuma chez les hébergeurs (Novotel, Mercure, Hôtel Saint Clair, Hôtel La Plage, Le Prose Hôtel, Les Corallines, Golf Hôtel, My Résidence Hôtel ...)
  - Elaboration d'une version dédiée aux socio-pros du guide architectural dedans-dehors
  - Proposition de solutions identitaires et responsables pour les aménagements intérieurs et extérieurs dans le respect de l'esprit Balladurien
- Bilan à date et prochaines actions :
  - Cadrage identitaire et recommandations pour l'Hôtel Saint Clair
  - Cadrage identitaire et recommandations pour My Résidence Hôtel, La Petite Plage, Billy Boy's et Le Grand Angle
  - Proposition pour l'aménagement Accueil/Boutique de l'Office de Tourisme dédié aux socio-pros LGM.

# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## ACTIONS RECURRENTES – DESIGN

### LAMPE HEGER DEMUMIEUX



Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements



Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

- Objectif : retour du Design à la boutique avec la création d'objets et de mobilier identitaires par de nouveaux designers
- Eté 2023 :  
Réception et exposition des prototypes de 3 lampes autour des thèmes du vent & de la lumière et de 3 couleurs évoquant la mer, le soleil et le végétal
- Prochaines étapes :
  - Etude de réalisation en série
  - Tests des séries
  - Réservation Boutique LGM
  - Produits disponibles à l'été 2024.



# RAPPORT D'ACTIVITES 2023

## AUTRES ACTIONS RECURRENTES

### VIE INSTITUTIONNELLE

- ADT34
  - Réunions Marque Qualité Tourisme, éductours, formations et webinaires
  - Réseau des directeurs des OT34
  - RDV du réseau des OT
- CRTL Occitanie
  - Contrat de Destination Littoral Occitan (campagnes de communication)
  - Participation aux webinaires et formations
  - Accueil des Convergences les 16, 17 et 18 octobre
- ADN Tourisme (participation au congrès annuel)
- Grands sites d'Occitanie & Atout France (campagnes de promotion).



Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements

Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

