



Rapport d'activités 2024



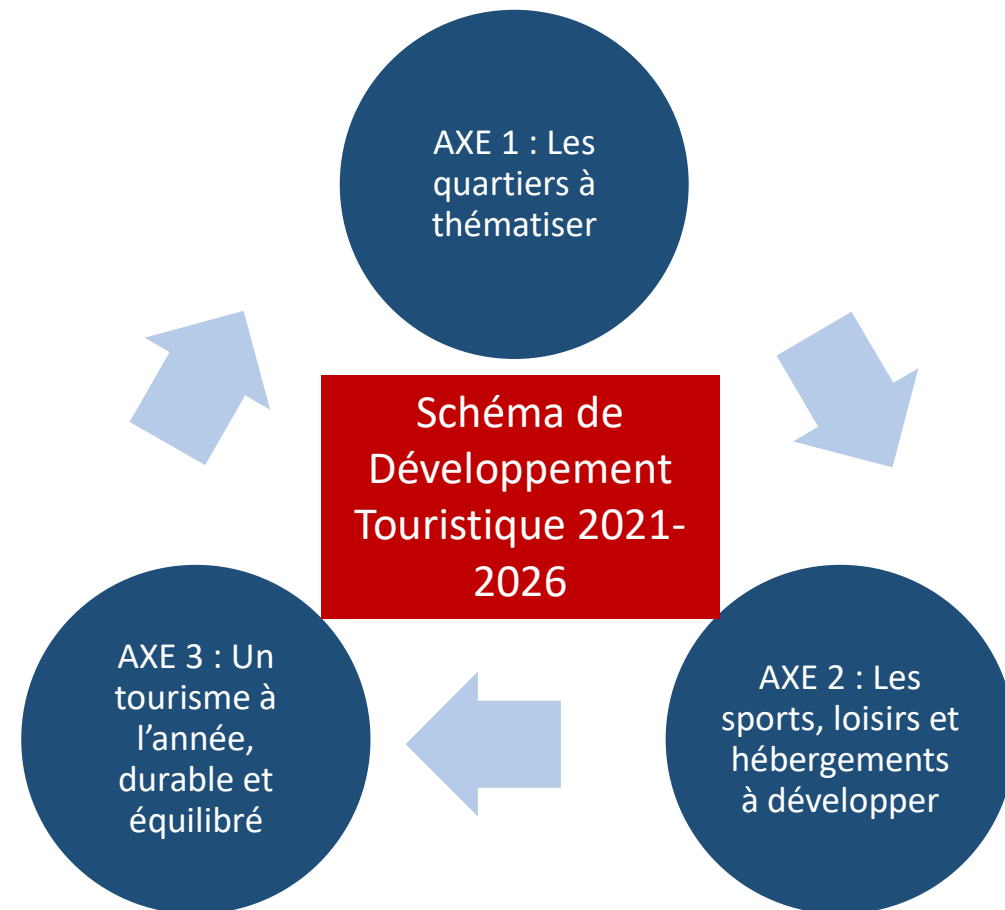
Soir de fête

18 NOVEMBRE 2024

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

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 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. Défi du tourisme d'affaires, de LGM verte, de la biodiversité et du modèle socio-économique.



RAPPORT D'ACTIVITES 2024

LIGNES FORTES DE 2024

- La saison touristique confirme que la Grande Motte est sur une tendance ascendante (seuil des 6 millions de nuitées dépassé) malgré un début de saison délicat
- Un sujet qui s'impose : la Grande Motte verte et vertueuse (écriture du projet de tourisme durable, RDV du tourisme durable avec les pros, bilan de saison, préparation candidature au label Green Destination, etc...)
- La Grande Motte est forte et singulière quand :
 - Elle capitalise sur son identité (New York Times, Eden, travail de rénovation identitaire avec Espuma, etc...) et sa marque (Boutique, stickers, etc...)
 - Elle mise sur le retour du design, c'est une des langues que la Grande Motte doit parler
 - Elle fait parler d'elle dans les médias (New-York Times, Echappées Belles, TF1, France 2, France 3, M6, etc...).



RAPPORT D'ACTIVITES 2024

POLITIQUE QUALITE



- 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
- Obtention du renouvellement du classement de l'Office en catégorie 1 en juillet 2024 après l'obtention de la Marque Qualité Tourisme en décembre 2023 pour 5 ans.

LGM
BY
LA GRANDE MOTTE

Bilan de la saison



Envie de grand large!

18 NOVEMBRE 2023

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

LA STRUCTURE DES LITS 2024



CAPACITÉ TOURISTIQUE TOTALE, EN NOMBRE DE LITS :

90 014

Perte importante de lits pour les Agences Immobilières.

CATEGORIE	2024	2023
RESIDENCES DE TOURISME	1 629 lits	-77 lits
HÔTELS	1 314 lits	+4 lits
AGENCES IMMOBILIERES	3 090 lits	- 476 lits
VILLAGES VACANCES	2 761 lits	-63 lits
CAMPINGS	3 698 lits	+146 lits
LITS PROFESSIONNELS	12 492	- 466 lits
LITS DE PARTICULIERS A PARTICULIERS	8 151	+183 lits
LITS NON-COMMERCIALISES	69 188	+ 437 lits

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

FREQUENTATION TOURISTIQUE

RAPPEL TO AVRIL A OCTOBRE 2024



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

HÔTELS

69%
-4,1PTS

RÉSIDENCES DE TOURISME

60%
-0,8 PT

VILLAGES VACANCES

58,5%
+2,5 PTS

CAMPINGS

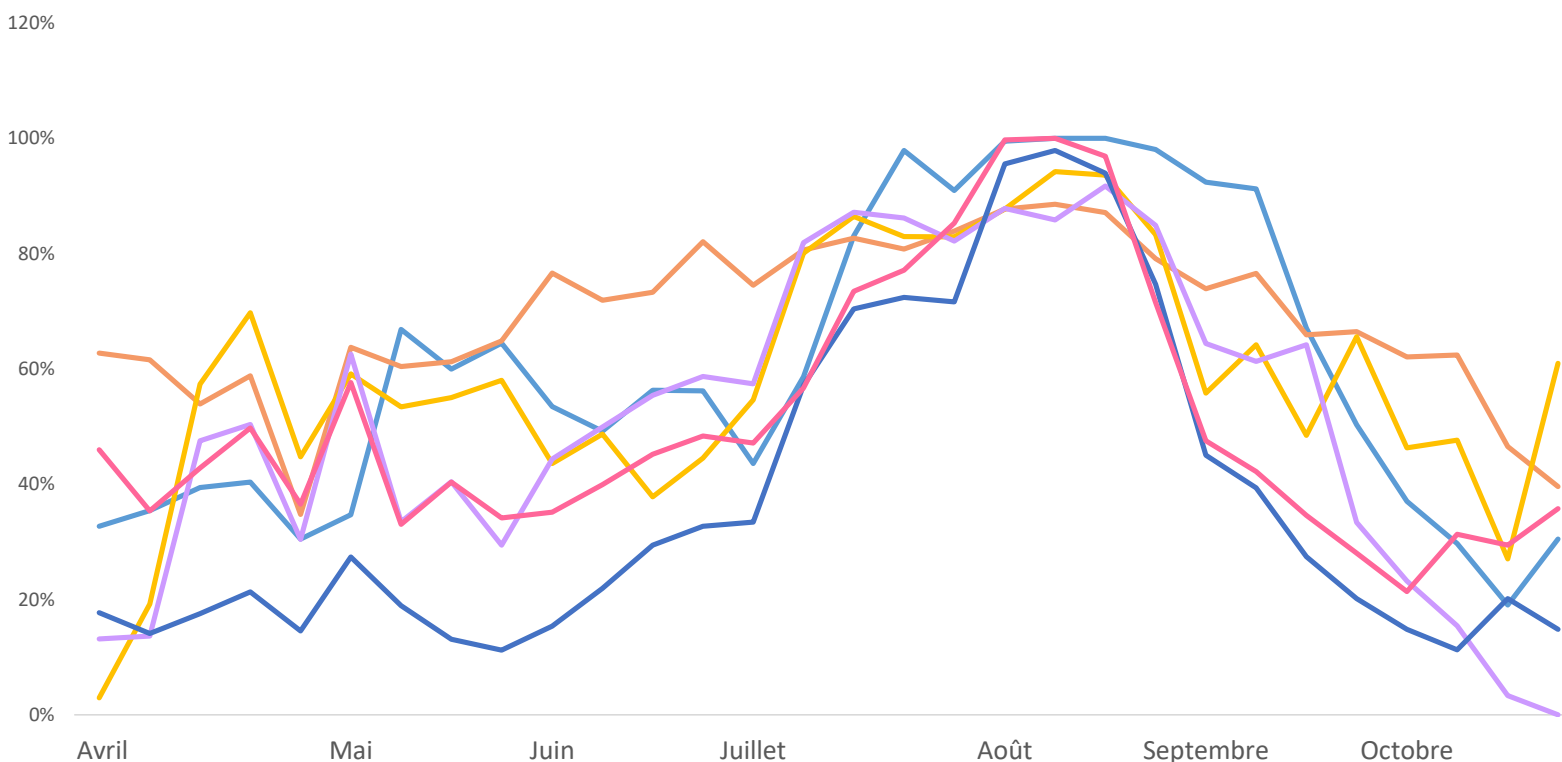
51%
-0,5 PT

PARTICULIERS
A
PARTICULIERS

51%
+3,2PTS

LES AGENCES
IMMOBILIERES

37%
+2,9PTS



* Toutes catégories

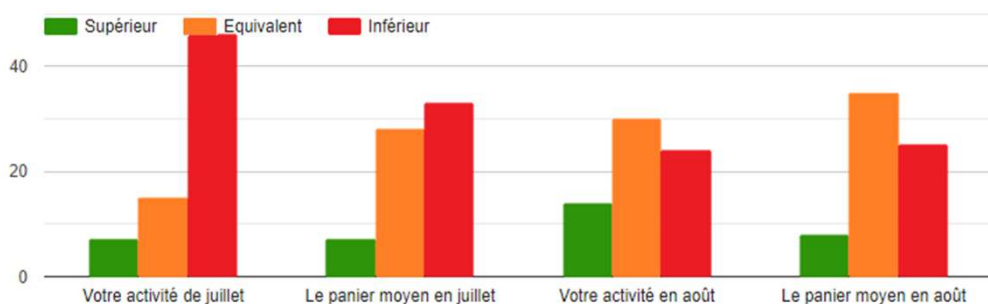
** Particuliers à Particuliers

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

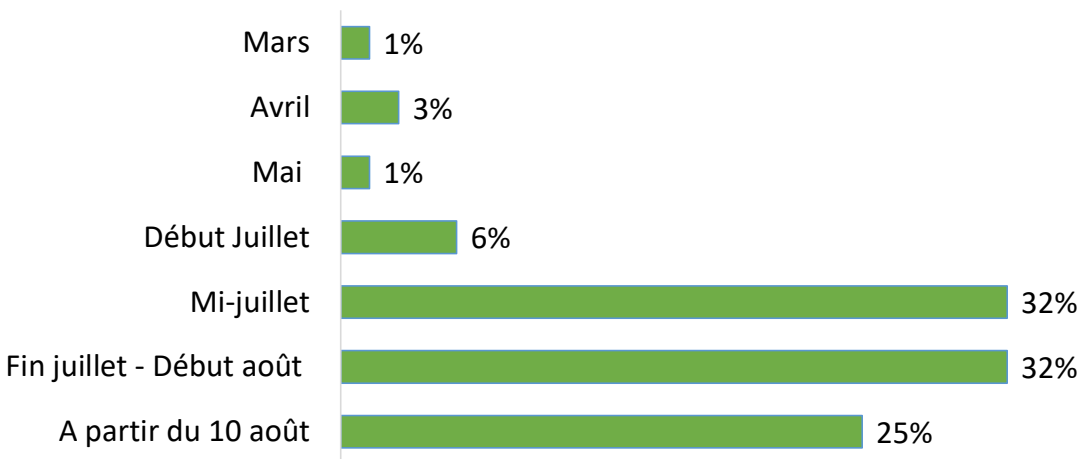
BILAN DE LA SAISON – ENQUÊTE AUPRES DES PROS



PAR RAPPORT À 2023, COMMENT ESTIMEZ-VOUS ?



A QUELLE DATE, DIRIEZ-VOUS QUE LA HAUTE SAISON A COMMENCÉ POUR



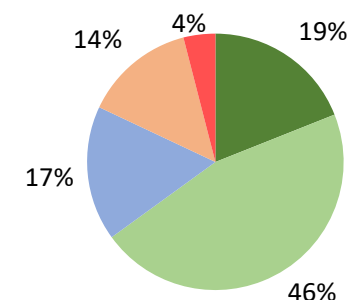
- Jeux Olympiques : 26 juillet – 11 août 2024
 - Jeux paralympiques : 28 août – 8 septembre 2024

70 professionnels – échantillon représentatif des filières Restaurants – Commerces – Loisirs
 Enquête administrée du 2 septembre au 2 octobre en face à face –LGM

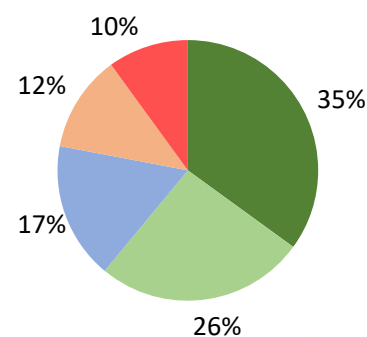
ETES-VOUS SATISFAIT DE ...



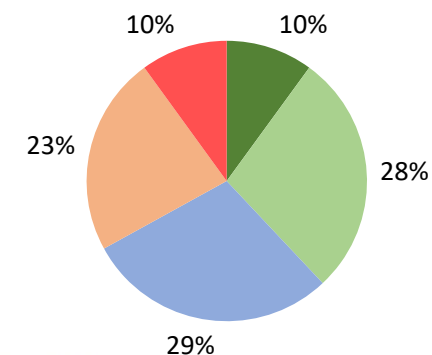
COMPORTEMENT DE LA CLIENTÈLE ?



RECRUTEMENT DE VOTRE ÉQUIPE ?



FONCTIONNEMENT DE LA STATION ?

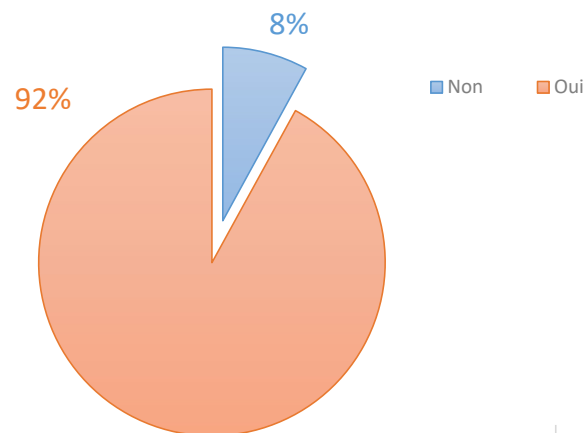


■ Très satisfait
 ■ Plutôt satisfait
 ■ Moyen
 ■ Plutôt pas satisfait
 ■ Pas du tout satisfait

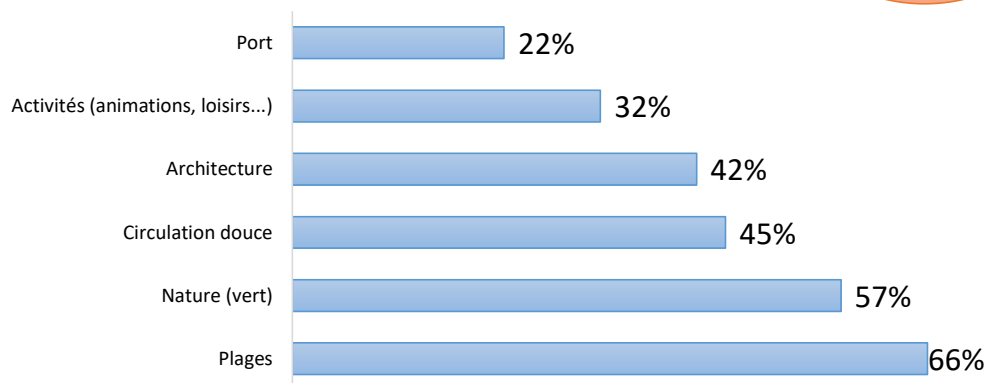
RAPPORT D'ACTIVITES 2024

BILAN DE LA SAISON – ENQUÊTE AUPRES DES PROS

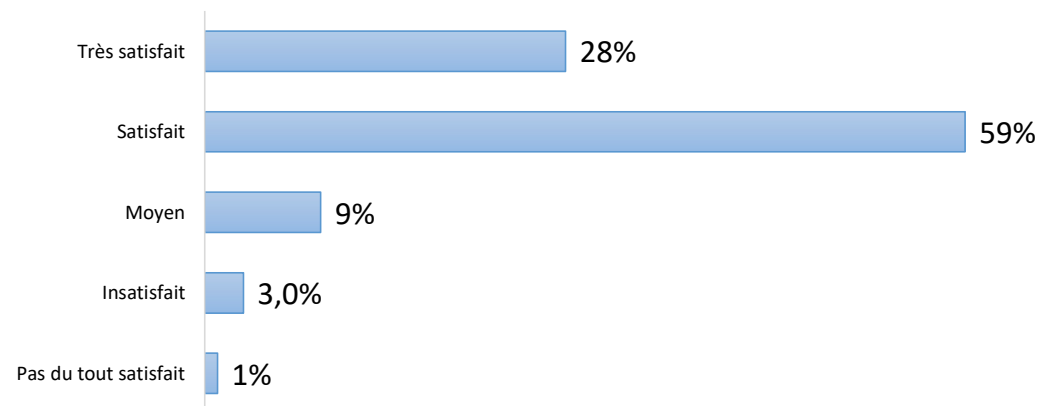
LA GRANDE MOTTE CORRESPOND À VOS ATTENTES ?



POINTS APPRÉCIÉS À LGM



SATISFACTION SÉJOUR À LGM



RAPPORT D'ACTIVITES 2024

BILAN DE SAISON
INTEGRATION
D'INDICATEURS
DURABLES

NEW





TABLEAU DE BORD D'UNE SAISON / STATION





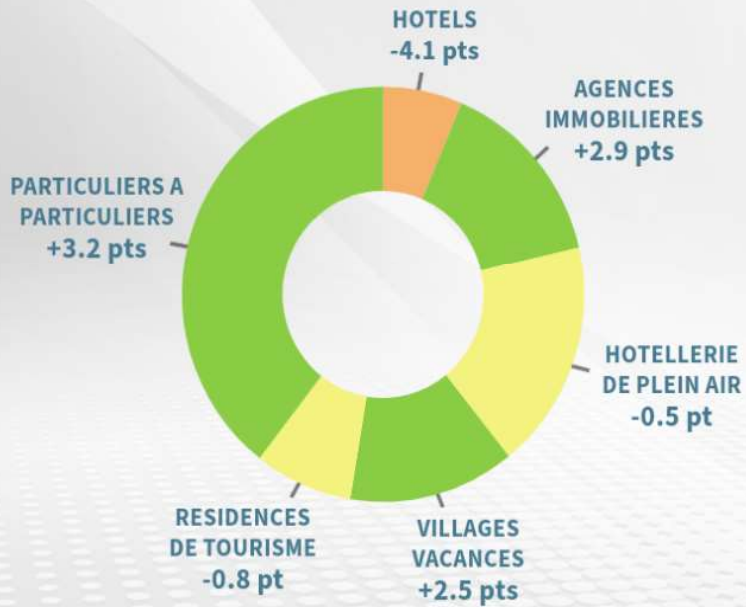
Nombre de nuitées

6 084 000



Taux d'occupation

AVRIL	MAI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPTEMBRE	OCTOBRE
40%	44%	48%	76%	91%	48%	34%
-2.1pts	+2.9pts	+0.7pt	+4.2pts	+14.7pts	+0.9pt	+1.5pt

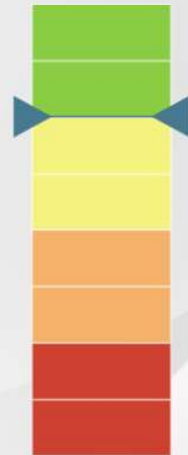


Taxes de séjour

+ 5%

Stationnement

+ 7%



Dépense globale touristique





EAU

Gestion de la ressource



Economie/consommation d'eau potable



N-1 : - 2%

Qualité de l'eau potable



MILIEUX NATURELS

Plages 

Dunes 

Mer 

Pinèdes 

Etangs et lagunes 



BIODIVERSITE

Avril 

Mai 

Juin 

Juillet 

Août 

Septembre 

Octobre 



QUALITE DE L'AIR

Avril 

Mai 

Juin 

Juillet 

Août 

Septembre 

Octobre 

En cours de collecte

QUALITE DES EAUX DE BAINADE



GISEMENTS SABLE



EROSION TRAIT DE COTE



ACCUEIL



ECONOMIE



RESSOURCES NATURELLES



ENERGIE & DECHETS



SERVICES COLLECTIFS



ORGANISATION ET RESILIENCE



SATISFACTION & ACCEPTABILITE



ENERGIE

Consommation électricité/an

39 millions KW

KW/habDGF

Evolution :

Consommation gaz/an

36 396 MWh

Evolution : **-19%**

ACTIONS EN ECONOMIE D'ENERGIE

Ville : ○ ○ ● ●

Professionnels : ○ ● ● ○

Vacanciers : ● ● ○ ○

Habitants : ○ ○ ● ○



DECHETS



Tonnage total

1 043,95 t

84 kg / habDGF / an



Part recyclable

Huiles de friture



Compostage



ACCUEIL



ECONOMIE



RESSOURCES
NATURELLES



ENERGIE
& DECHETS



SERVICES
COLLECTIFS



ORGANISATION
ET RESILIENCE



SATISFACTION &
ACCEPTABILITE



SECURITE

Atteintes aux personnes



Deux évènements forts dans l'été

Atteintes aux biens



Sécurité plage



Sécurité routière



TRANSPORTS

Collectifs aggro



Collectifs intermodaux



Offre vélo



Demande vélo



Label accueil vélo



EMPLOI

Volume ETP



Volume saisonnier



Recrutement



HABITAT

Saisonnier





ECO LABELS



**DESIMPERMEABILISATION
DES SOLS**



**LABELS ET
PROGRES PMR**



RESTAURATION
Recours aux circuits courts



Ville et port :

Professionnels :

GREEN DESTINATION

En cours



ACCUEIL



ECONOMIE



RESSOURCES
NATURELLES



ENERGIE
& DECHETS



SERVICES
COLLECTIFS



ORGANISATION
ET RESILIENCE



SATISFACTION &
ACCEPTABILITE

SATISFACTION



VISITEURS



LOISIRS



HEBERGEURS



RESTAURANTS



COMMERCES



ACCUEIL

ECONOMIE

RESSOURCES NATURELLES

ENERGIE & DECHETS

SERVICES COLLECTIFS

ORGANISATION ET RESILIENCE

SATISFACTION & ACCEPTABILITE

ACCEPTABILITE DU TOURISME PAR LES HABITANTS (CESEL)



Vivre en station touristique



Saison 2024



ACCUEIL



ECONOMIE



RESSOURCES
NATURELLES



ENERGIE
& DECHETS



SERVICES
COLLECTIFS



ORGANISATION
ET RESILIENCE



SATISFACTION &
ACCEPTABILITE

LGM
BY
LA GRANDE MOTTE

Autres indicateurs



Jour de marché

LGM
LA GRANDE MOTTE
Sophie Griso

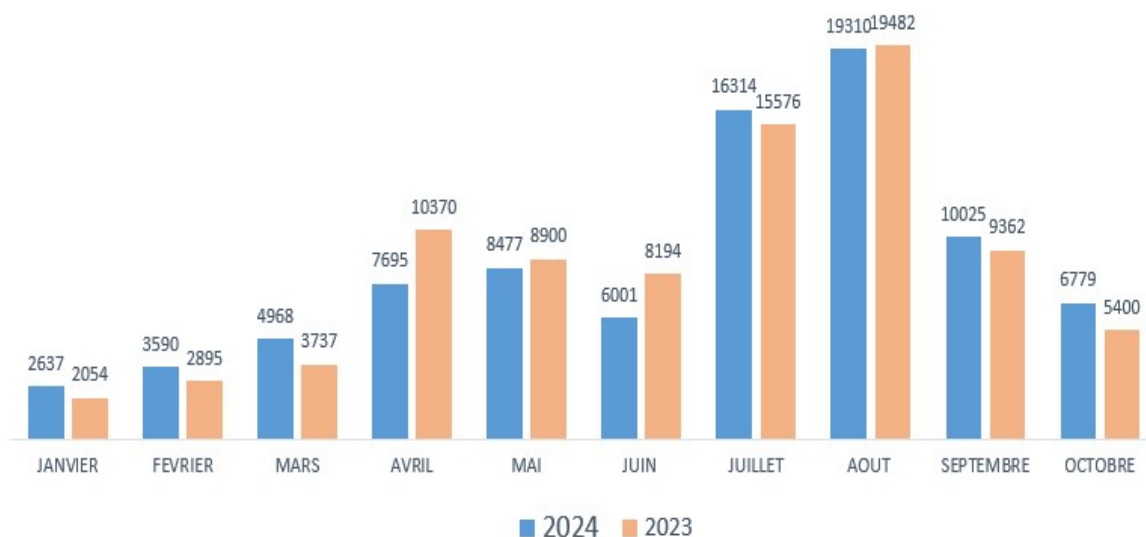
18 NOVEMBRE 2023

RAPPORT D'ACTIVITE 2024

ACCUEIL



Janvier à Octobre 2023/2024



85 796 pax = **Fréquentation stable**



32 visites de groupes organisées **+17%**
Soit près de 700 pax



76 visites individuelles programmées
Soit près de 1 600 pax

RAPPORT D'ACTIVITES 2024 BOUTIQUE



Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages

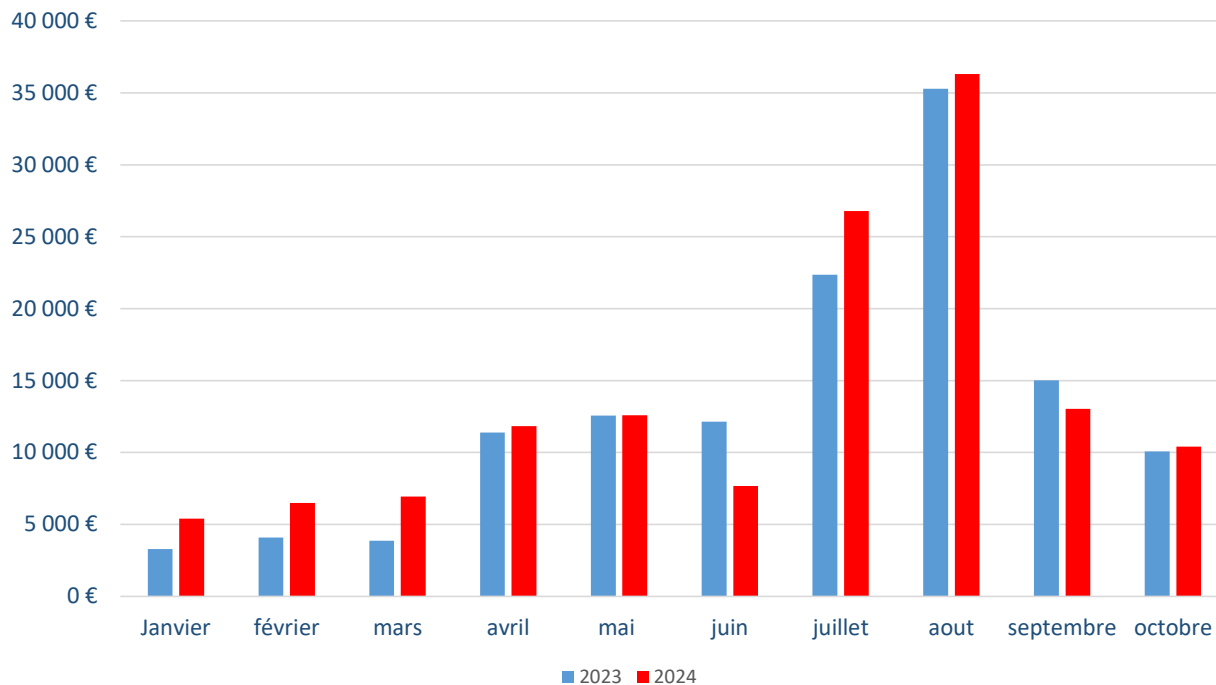
Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements

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



- CA HT : **137 501€** ↗ +5,7%
- Panier Moyen : **20,81€** ↗ +4,5%
- Nombre d'articles vendus : **18 134 ex** ↗ +2,8%

CAHT 2024 vs 2023



TOP 3 DES RAYONS EN CA HT

PAPETERIE
45 262€

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

TEXTILE/BAGAGERIE
30 197€

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

DÉCORATION
14 391€

- ① Mugs
- ② Carafes
- ③ Sous-verres

TOP 3 DES RAYONS EN QUANTITÉ

PAPETERIE
7 735 ex

- ① Cartes Postales
- ② Affiches
- ③ Tapis Souris

PRODUIT CAISSE
4 652 ex

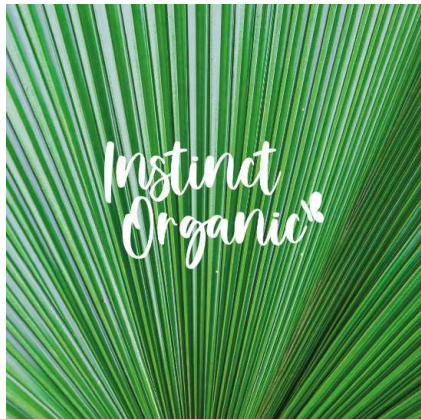
- ① Topo Guide/Fiches Vélo
- ② Porte-Clés
- ③ Magnets

STICKERS
3 430 ex

- ① Rainbow
- ② Monsieur Z
- ③ Noir

RAPPORT D'ACTIVITE 2024

LES 3 NOUVELLES COLLECTIONS



Corner Instinct Organic

- ① Affiches S. Griotto
- ② Cartes Postales S. Griotto
- ③ Tote-bags S. Griotto

Ventes Digigraphies S. Griotto

- 13 Grands Formats
- 28 Petits Formats



19 Lampes LGM
Werkraum



Corner Archi Addict

- ① Carafes
- ② Tee-Shirts
- ③ Foutas Maxi

Corner 70's Iconic

- ① Tee-shirts
- ② Cabas Eponge
- ③ Lunettes

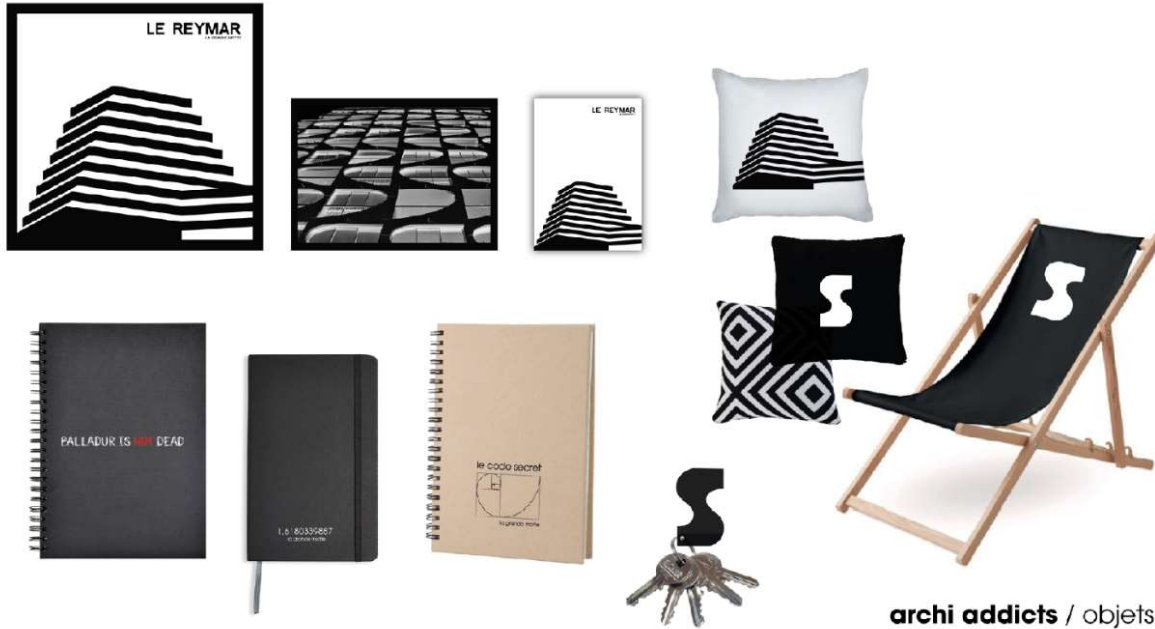


Ventes Robert Combas

- 188 Affiches
- 59 Cartes postales

RAPPORT D'ACTIVITE 2024

COLLECTION 1 - ARCHI ADDICTS



archi addicts / objets

- Ils apprécient les coupes sobres, les belles matières et sont très attentifs aux finitions
- Rebelles dans l'âme, ils assumeront le petit détail punk signature.

- Ils sont exigeants, aiment le graphisme pur et engagé
- Ils aiment la sobriété du noir et du blanc



archi addicts / vêtements

RAPPORT D'ACTIVITE 2024

COLLECTION 2 - 70'S ICONIC

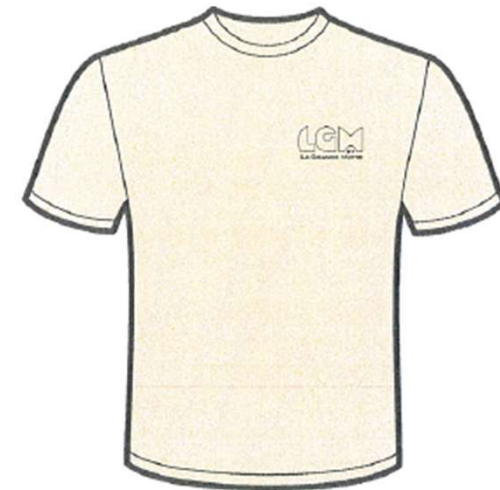


- Quinquas flamboyants ou septuagénaires heureux, ils sont nostalgiques de ces années, synonymes d'insouciance
- Les années 70 sont leur période repère car soit ils y ont investi soit ils y ont passé leurs vacances.

revival 70's / vêtements

RAPPORT D'ACTIVITE 2024

COLLECTION 3 – INSTINCT ORGANIC



- De LGM, ils apprécient le côté ville-nature, la quiétude des espaces ombragés, la mobilité douce et ses couchers de soleil
- Soucieux de l'environnement, ils sont adeptes d'une consommation éthique avec l'achat de produits éco-responsables.

RAPPORT D'ACTIVITES DU 1/01 AU 31/10/2024

BILLETTERIE / COMMERCIALISATION LOISIRS

76 108 €

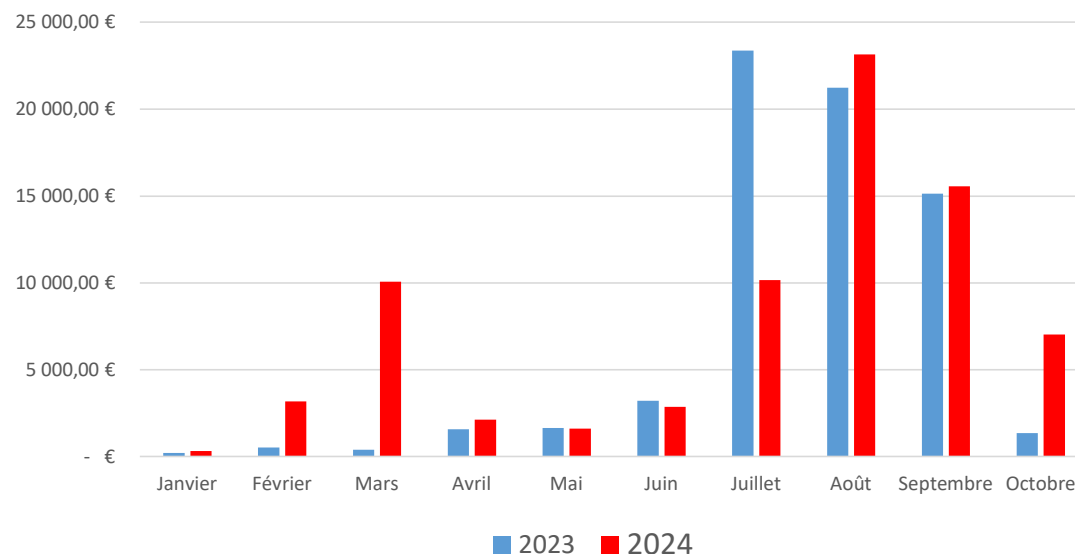
Volumétrie par canal

Vtes Web: 4 181
(65%)



Vtes Guichet: 2 245
(35%)

CA 2023 VS 2024



TOP 5 DES VENTES

- ① Visite Bateau La Grace
- ② Le Royaume Enchanté Halloween
- ③ César et Cléopâtre
- ④ Visite LGM expliquée depuis la mer
- ⑤ Visite LGM Cité des Sables

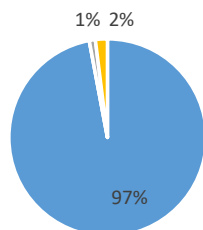
RAPPORT D'ACTIVITES 2024 A L'ECOUTE DE NOS VISITEURS



SOURCES :

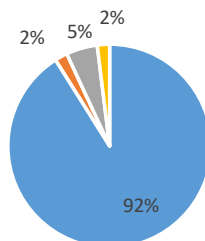
- 193 questionnaires de satisfaction recueillis
- 757 remarques suggestions au desk
- 55 remarques via le web
- 7 réclamations traitées

Appréciation du lieu



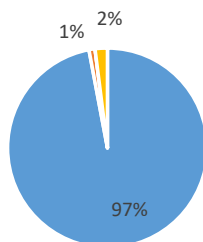
■ Oui ■ Non ■ Moyen ■ NSP

Facilité d'accès



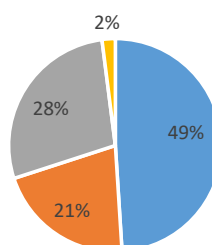
■ oui ■ non ■ Moyen ■ NSP

Satisfaction des Services



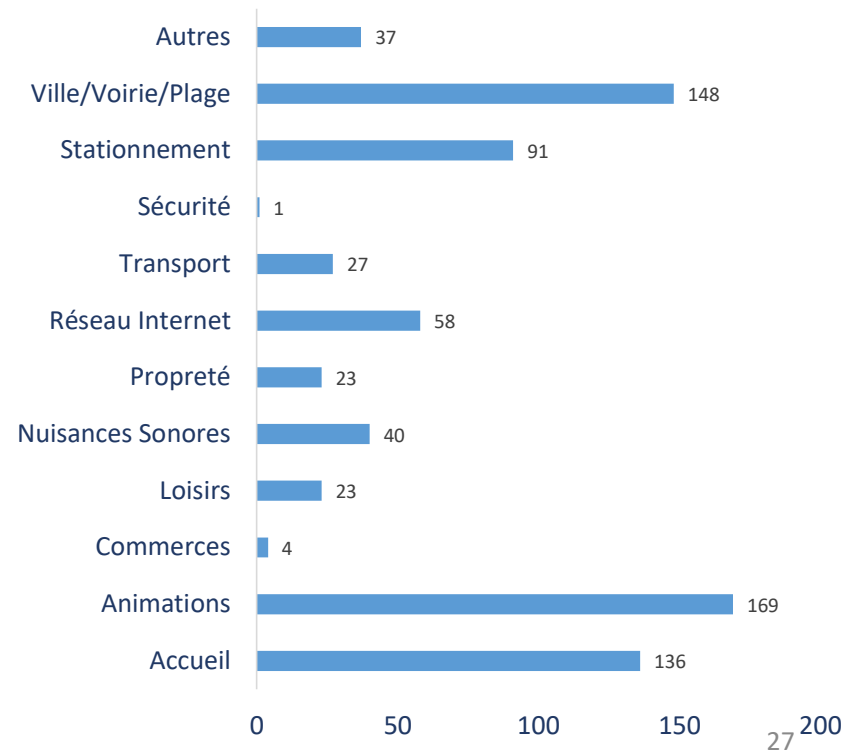
■ Oui ■ Non ■ Moyen ■ NSP

Sont repartis avec...



■ Documentations ■ Achats ■ Bons Plans ■ Frustration

Remarques & Suggestions



27 200

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

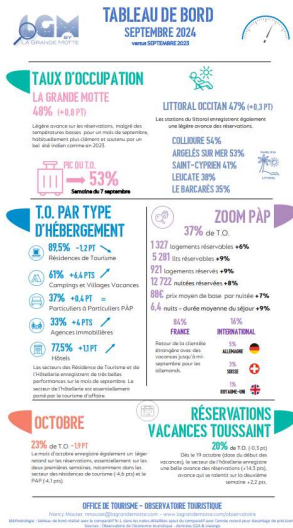
ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS



Observatoire Touristique

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

Une newsletter avec quelques chiffres

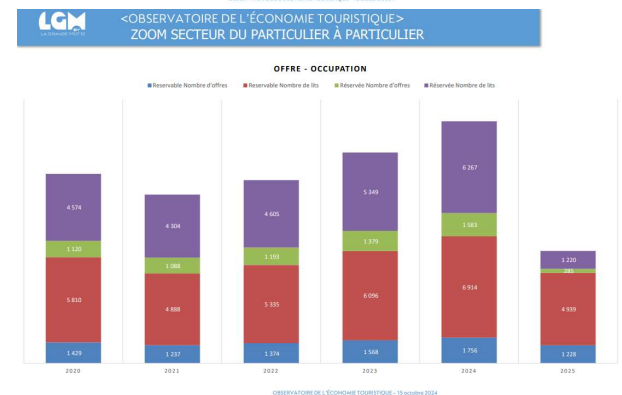
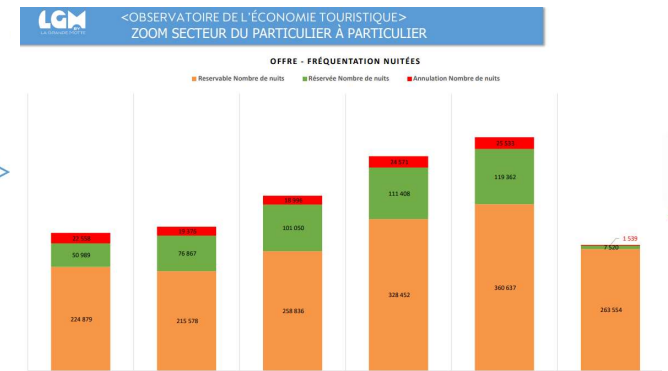


Des documents réalisés avec scores, analyses des indicateurs et pricing par filières d'hébergement...

<OBSERVATOIRE DE L'ÉCONOMIE TOURISTIQUE>

SCORES ET INDICATEURS

OFFICE DE TOURISME LA GRANDE MOTTE - 15 octobre 2024



Toutes les données actualisées sur le site internet

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS



Loisirs

2 OUTILS POUR PROMOUVOIR LES LOISIRS



LGM Sports et Loisirs

- Outils d'animation du réseau des Loisirs
- Fidélisation clientèle
- Lien avec les hébergeurs
- Posts Facebook – Instagram - Articles loisirs Blog LGM
- 44 prestataires loisirs
- Plus de 55 activités



En vente à l'Office de Tourisme
Offerte par les hébergeurs et les prestataires 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

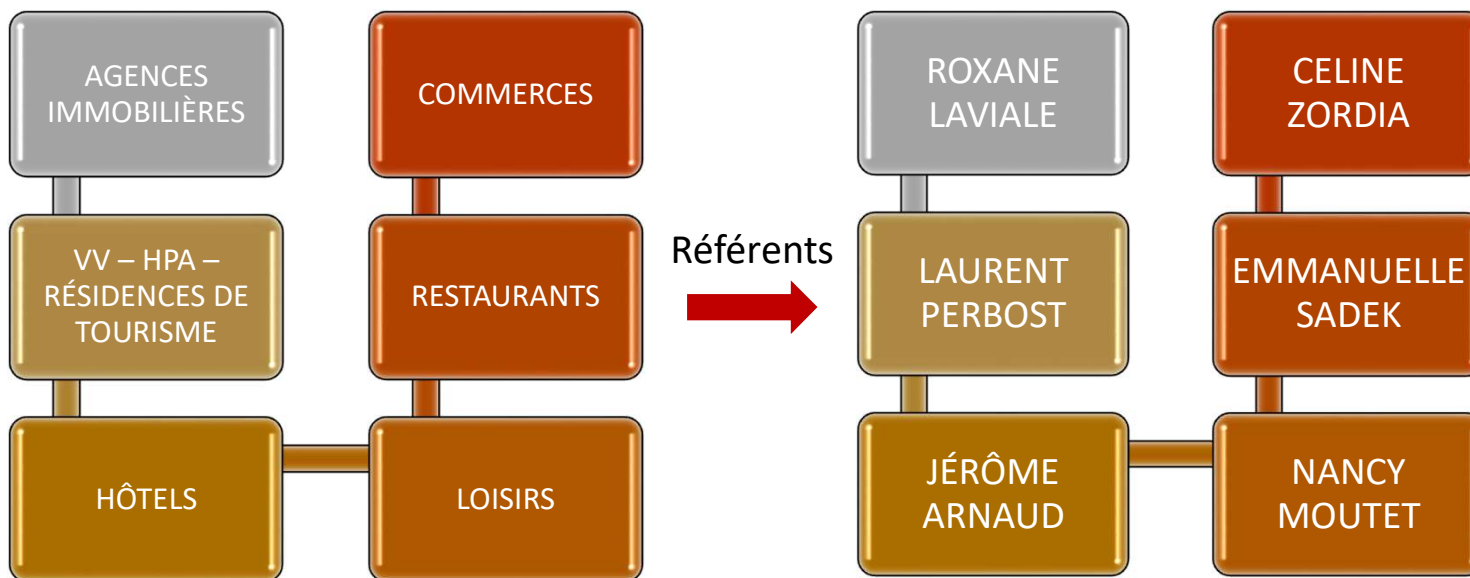
RAPPORT D'ACTIVITES 2024

ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS



Filières

HÉBERGEMENTS



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
- ✓ Réunions Tourisme Durable (Eau – Energie – Déchets)
- ✓ Guide identitaire LGM
- ✓ Accompagnement dans l'obtention des labels

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

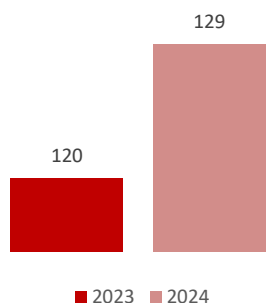
PALAIS DES CONGRES

EXPLOITATION

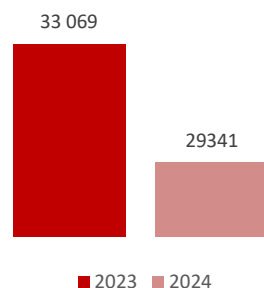


Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré

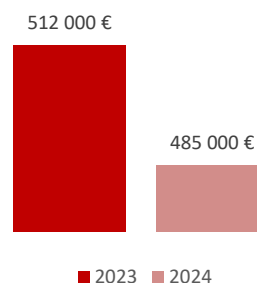
Nombre d'événements



Nombre de participants



Chiffres d'affaires



TYPE EVENEMENT	NOM EVENEMENT	DATE
SALON	SALON DU LITTORAL	Novembre
CONGRES	SÉMINAIRE DES RÊVEUSES ENTREPRENEUSES 2024	Décembre
MANIFESTATIONS DIVERSES	Arbres de Noël	Décembre


Événements remarquables en 2024 :

- Les 6e Assises de l'Orthoptie
- Congrès GPMSE Fédération 2024
- Les journées partenaires HUBN'UP 2024
- Outremer
- Sea, Sun & Swing
- Bridge
- Journées montpellieraines de rhumatologie 2024
- Salon du livre
- Festival Holistic
- Salon du Littoral

RAPPORT D'ACTIVITES 2024 CLUB BUSINESS DES SITES DE CARACTERE

NEW





**LE CLUB BUSINESS
DES SITES DE
Caractère**

**AIGUES-MORTES
LE GRAU-DU-ROI
LA GRANDE MOTTE
SAINT-CHRISTOL**



**LES TOURS ET REMPARTS
D'AIGUES-MORTES**

**LE DOMAINE
COSTE MOYNIER**

**LE SEAQUARIUM
INSTITUT MARIN**

**LE PALAIS DES CONGRÈS
JEAN BALLADUR**

Le Club Business des Sites de Caractère réunit à ce jour quatre acteurs du tourisme d'affaires de la région Occitanie. Choisissez ces lieux d'exception pour donner de la personnalité à votre événement.

AIGUES-MORTES

**LES TOURS ET REMPARTS
D'AIGUES-MORTES**

Cette forteresse au cœur de la Camargue vous propose un accueil privilégié en soirée.

Au programme : visite privatisée, cocktail sur la terrasse, possibilité de dîner dans la cour d'honneur.

De septembre à mi-novembre et de mi-mars à fin avril :
17h30 - 21h00

De mai à août :
19h00 - 22h00



Cocktail cour d'honneur :
300 personnes debout,
200 personnes assises.


Cocktail sur la terrasse :
50 personnes.

Contact : Benjamin
benjamin.dingrando@monuments-nationaux.fr

LA GRANDE MOTTE

**LE PALAIS DES CONGRÈS
JEAN BALLADUR**

Dans un cadre exceptionnel, vue sur le port, à 3 minutes à pied des hôtels, des restaurants et des commerces, le Palais des Congrès propose des espaces adaptés à votre événement sur une superficie de 18000m², dans une station balnéaire labellisée Architecture Contemporaine Remarquable.



1 hall d'accueil de 300m².

2 auditoriums de 130 et 430 places.

8 salles de commission avec patios ou terrasses : de 30m² à 100m².

1 salle d'exposition / restauration de 520m².

Contact : Julie & Mathieu
event@lgmda.com / 04 67 56 72 88



10% DE REMISE

Pour tout événement dans l'un des quatre sites, dès lors que le client a déjà réalisé un événement dans un premier lieu du Club Business des Sites de Caractère. Cette remise est valable dans tous les lieux du Club Business pendant 2 ans.



LES TOURS ET REMPARTS D'AIGUES-MORTES

Contact : Benjamin & Laurence
benjamin.dingrando@monuments-nationaux.fr
laurence.lartigau@monuments-nationaux.fr



DOMAINE COSTE MOYNIER
Contact : Mathilde
mathilde@coste-moynier.com
06 47 86 02 10



SEAQUARIUM INSTITUT MARIN
Contact : Fanny
fanny@seaquariumpro.fr
06 22 98 38 91



LE PALAIS DES CONGRÈS JEAN BALLADUR
Contact : Julie & Mathieu
event@lgmda.com
06 29 53 72 58



RAPPORT D'ACTIVITES 2024

TAXE DE SEJOUR AU 9 NOV



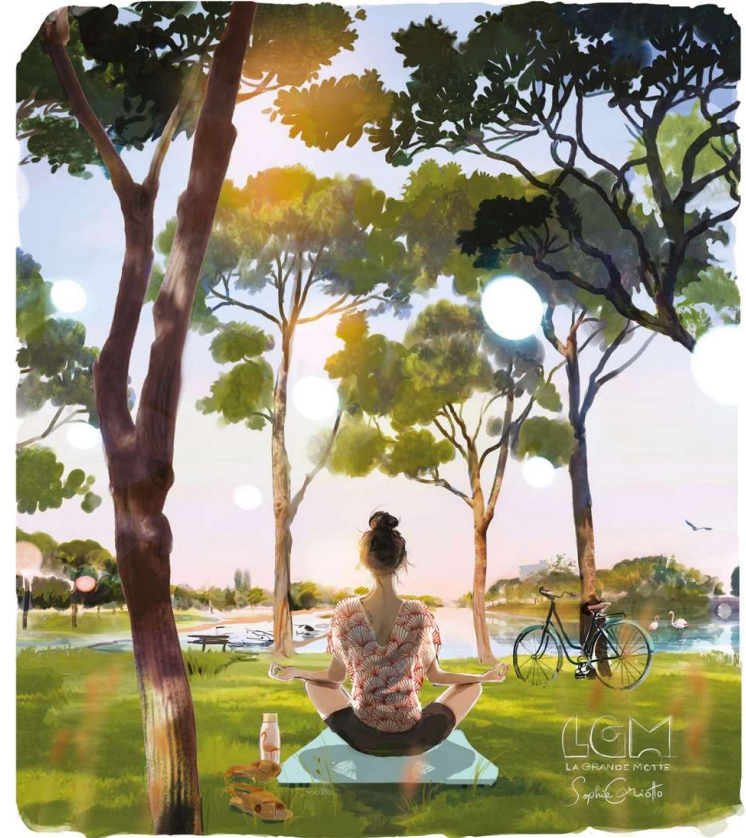
Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



	2023			2024			
	TS Brute	TS Ville	Taxe Dép.	TS Brute	TS Ville	Taxe Dép.	Taxe Rég.
Janvier	21 875 €	19 887 €	1 989 €	30 349 €	21 076 €	2 108 €	7 166 €
Février	24 838 €	22 580 €	2 258 €	31 833 €	22 107 €	2 211 €	7 516 €
Mars	28 448 €	25 862 €	2 586 €	46 069 €	31 992 €	3 199 €	10 877 €
Avril	96 561 €	87 783 €	8 778 €	119 640 €	83 084 €	8 308 €	28 248 €
Mai	107 043 €	97 311 €	9 731 €	164 371 €	114 147 €	11 415 €	38 810 €
Juin	116 941 €	106 310 €	10 631 €	154 739 €	107 458 €	10 746 €	36 536 €
Juillet	202 138 €	183 762 €	18 376 €	256 219 €	177 930 €	17 793 €	60 496 €
Août	257 156 €	233 778 €	23 378 €	285 021 €	197 931 €	19 793 €	67 297 €
Septembre	137 503 €	125 003 €	12 500 €	137 145 €	95 239 €	9 524 €	32 381 €
Octobre	72 595 €	65 996 €	6 600 €	47 839 €	33 221 €	3 322 €	11 295 €
Novembre	23 970 €	21 791 €	2 179 €	49 780 €	34 569 €	3 457 €	11 754 €
Décembre	26 276 €	23 887 €	2 389 €		- €	- €	- €
Total déclarations	1 115 344 €	1 013 949 €	101 395 €	1 323 004 €	918 753 €	91 875 €	312 376 €
Opérateurs numériques	476 230 €	432 936 €	43 294 €	326 920 €	236 620 €	23 639 €	66 661 €
Total général	1 591 574 €	1 446 886 €	144 689 €	1 649 924 €	1 155 373 €	115 514 €	379 037 €

LGM
BY
LA GRANDE MOTTE

Tourisme durable



Méditation au Ponant

18 NOVEMBRE 2023

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

LE PROJET DE TOURISME DURABLE

Un tourisme « qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil » - Définition de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT).

Quatre thèmes,
quatre exigences

Environnemental



Economique

Identitaire

Social

- Le projet du tourisme durable de la station est écrit avec l'aide de Michèle Cabanis du cabinet Vues sur Mer
- Une première étape de ce projet lors du bilan de saison
- Une présentation de la feuille de route pluriannuelle à Monsieur le Maire est à programmer puis au Comité Directeur.

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

LES RDV DU TOURISME DURABLE

NEW

LGM
LA GRANDE MOTTE



- Objectifs
 - Accompagner les professionnels (hébergements et loisirs) dans la transition écologique
 - Faire de la démarche collective un facteur de positionnement de la destination
 - Thèmes abordés :
 - Besoins de solutions techniques, simples et rapides
 - Besoin d'accompagnement à la recherche de
- Bilan du 18 mars sur l'eau et l'énergie
 - Un format qui semble convenir aux professionnels
 - Des experts apportant des solutions concrètes et opérationnelles
 - Des professionnels au rendez-vous et qui ont partagé leurs expériences
- Perspectives : une prochaine ½ journée consacrée aux déchets le 9 décembre prochain.

RAPPORT D'ACTIVITES 2024 GREEN DESTINATIONS



- Un label connu et reconnu au niveau mondial (seulement 2 villes en France déjà labellisées : Bagnoles de l'Orne et Granville)
- Une façon de se démarquer des autres destinations surtout pour une station parfois injustement associée au tourisme de masse
- LGM a candidaté à l'AMI du CRTL Occitanie et fait partie des 15 territoires lauréats
- Travail préparatoire d'1 an à l'échelle de la station sur la transition écologique, sociale et économique
- Objectif de candidature au label mars 2025.

RAPPORT D'ACTIVITES 2024 GREEN DESTINATIONS



- Travail transverse avec les différentes parties prenantes
 - Tous les services de la Ville (PLU, PCS, SCoT, étude Ecovia 4 saisons, inventaires des arbres remarquables, etc...)
 - Pays de l'Or (Natura 2000, PCAET, ...)
 - Etc...
- 80 critères répartis en 6 familles pour réaliser un diagnostic de LGM et valoriser ce qui existe déjà
 - Gestion de la destination
 - Nature & paysage
 - Environnement & climat
 - Culture & Tradition
 - Bien-être social
 - Entreprises & Communication
- Et mettre en place un plan d'actions collégial pluriannuel.

Quelques ex. de critères	Ex1 (parties prenantes)	Ex2 (parties prenantes)	Ex3 (parties prenantes)
Gestion de la destination	Plan d'actions tourisme durable (OT)	Satisfaction des visiteurs et des habitants (VILLE/OT)	Dépenses moyennes des visiteurs (OT)
Nature & Paysage	Protection des milieux naturels sensibles (CDL/AGGLO/VILLE/OT)	Protection de la faune (CDL/AGGLO/VILLE/OT)	Interactions avec la nature et la faune (CDL/AGGLO/VILLE/OT)
Environnement & Climat	Nuisances sonores (VILLE/OT)	Pollution lumineuse (VILLE/OT)	Réduction des conso. d'eau, d'énergie et des déchets (AGGLO/VILLE/OT)
Culture & Tradition	Préservation du patrimoine culturel matériel (VILLE/OT)	Préservation du patrimoine culturel immatériel (VILLE/OT)	Gestion des impacts liés au tourisme sur la culture (VILLE/OT)
Bien-être social	Droits à la propriété et utilisation des ressources (VILLE/OT)	Accessibilité (VILLE/OT)	Gestion des risques et des crises (VILLE/OT)
Entreprises & Communication	Promotion de la ville verte (CDL/AGGLO/VILLE/OT)	Mise en place de critères de durabilité (VILLE/OT)	Egalité et équité dans l'emploi (CDL/AGGLO/VILLE/OT)

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

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

■ Poursuite des aménagements en 2024

■ Inauguration au printemps 2025.

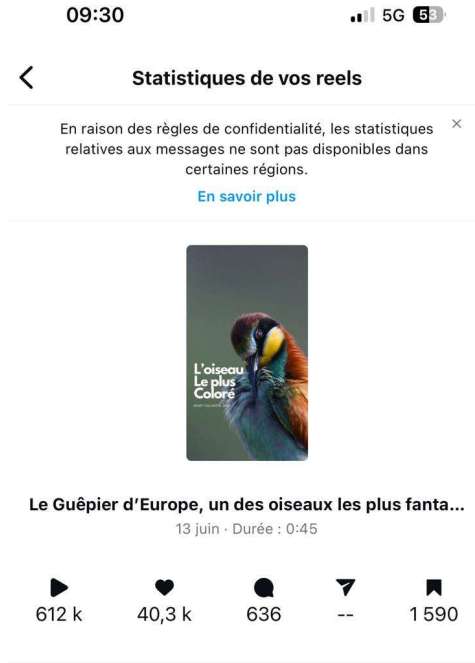
RAPPORT D'ACTIVITES 2024 PHOTOGRAPHE ANIMALIER



203K



458K



- 1 espèce présentée chaque semaine sur Instagram et TikTok
- Des performances peu élevées sur le compte de l'Office
- A contrario, sur les réseaux sociaux de Théo, des centaines de milliers de vues car public avertis et connaisseurs.

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

JARDIN MINERAL



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



- Aménagement :
 - Création de panneaux de médiations (6 QR codes renvoient sur l'histoire du jardin minéral)
 - Article accompagné d'un audio de l'artiste enregistré lors de son interview « il était une fois, ... Joséphine Chevy » réalisée par l'Office
- Résultat : 400 visites en 2 mois
- Concours photos « le jardin minéral : les 4 saisons de Joséphine » : plus de 100 photographies reçues, dont 20 récompensées et exposées pendant le salon de Noël.



Animations & Evénements



Soir de fête

18 NOVEMBRE 2023

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

LA GRACE A LGM DANS LE CADRE D'ESCALE A SETE



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



4 BATEAUX NAVETTES Départs à 7h30 Retours entre 18h et 19h

INFORMATIONS ET RÉSERVATIONS DES BATEAUX :

			
Évidence etnavo-croisiere.com 06 29 45 12 37 evidence@etnavocroisiere.com	Lucile 3 cattamaran-lucile-experience.com 06 98 09 12 30 corinne.cattalucile@gmail.com	Picardie II cattamaran-picardie.com 06 62 37 87 03 cattamaranpicardie@outlook.com	Providence laprovidence.fr 06 46 05 37 45 laprovidence@orange.fr

- La Grande Motte partenaire d'Escale à Sète, le plus grand festival des traditions maritimes en Méditerranée depuis 2018.
- Accueil de la Grâce, brick tchèque (corsaire) de 32m, du 13 au 17 mars et mise en place de visites du bateau.
- Billetterie OT pour la visite de La Grace : 1 648 billets vendus soit un CA de 10 468€.
- Changement de modèle pour les dessertes en navettes du 26 mars au 1^{er} avril
 - Cadre contractuel, communication et relation portuaire portés par l'Office
 - Billetterie et réservations portées en direct par les bateaux (fin de l'affrètement).

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

ANIMATIONS

- Une structuration Ponant, Couchant, quai Pompidou, quai d'Honneur, front de mer
- Deux Festivals :
 - Spectacles en Liberté : 19 spectacles et 6 000 spectateurs
 - Piano sur l'Ô : 5 concerts et 10 000 spectateurs
- Moment qui Conte : nouveauté qui a plu avec 4 contes
- Concert Tribute : succès de cette 2^{ème} édition malgré le report dû à la météo – 3 000 personnes
- Cinéma : 1^{ère} édition gratuite au Point Zéro cette année, réussite,
- Pâques et Halloween : animations proposées pour les enfants, toujours très attendues par les familles
- Feux d'artifices de l'été : 14/07 & 15/08, avec à chaque fois près de 50 000 spectateurs
- Agora sport : encore plus de succès en 2024



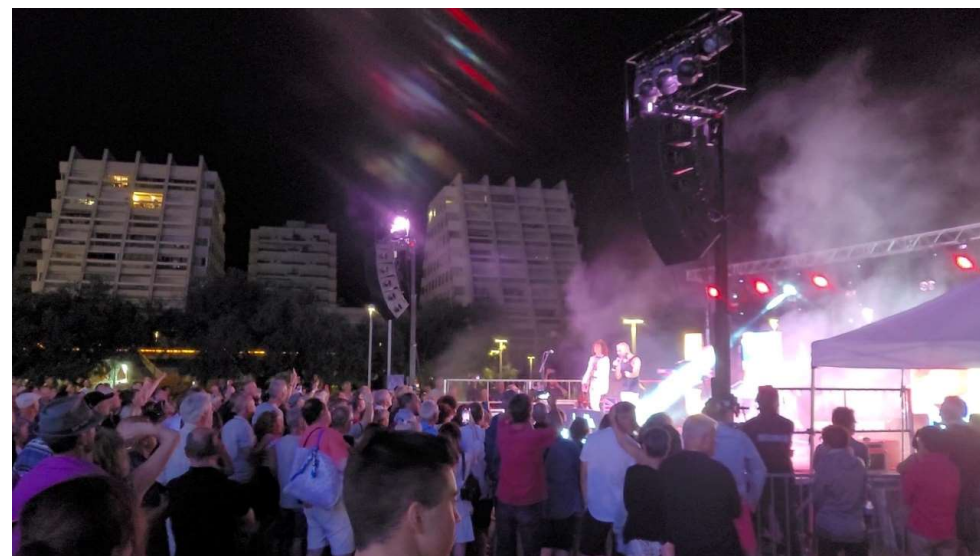
Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages



Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements



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



RAPPORT D'ACTIVITES 2024

BILAN DES ANIMATIONS



10 000 spectateurs pour 5 concerts



6 000 spectateurs pour 19 spectacles (315 personnes par spectacle)

50 000 spectateurs par soirée



NEW



Entre 60 et 80 personnes par Conte (petite jauge souhaitée)



Entre 200 et 600 personnes chaque soir

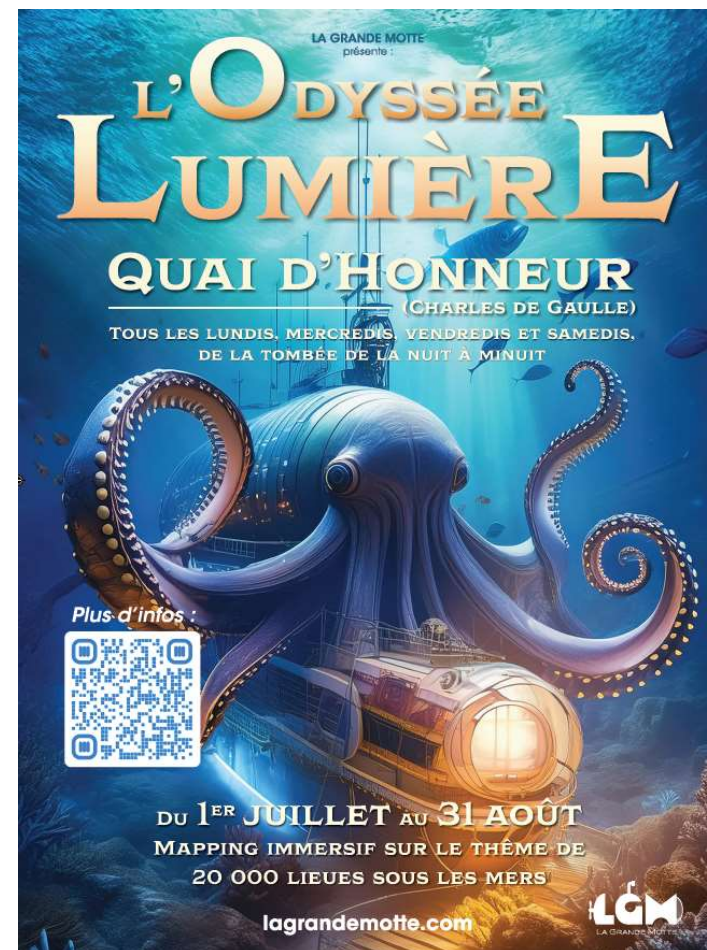


RAPPORT D'ACTIVITES 2024

BILAN DES ANIMATIONS



- Un résultat qui nous a paru décevant, un effet «waouh» qui n'a pas eu lieu au regard du prix et de l'ambition
- 79% des visiteurs et habitants interrogés sont satisfaits (échantillon de 400 personnes)
- Des commerçants plus mitigés : flux absents, peu y voient un résultat, beaucoup sont indifférents
- Pour autant la lumière reste le bon concept pour ce quai (investissement sur 2 mois, pour un même coût 12 mns de drones)
- Au final, des commerçants en demande de requalification urbaine : éclairage et soins apportés aux entrées du quai => Urbanisme.




RAPPORT D'ACTIVITES 2024

ANIMATIONS DE FIN D'ANNEE

LA GRANDE MOTTE

SALON DE NOËL



JARDINS D'HIVER
& ARTS DE LA TABLE

LA GRANDE MOTTE - PALAIS DES CONGRÈS
SAM. 30 NOVEMBRE & DIM. 1^{ER} DÉCEMBRE 2024
Ateliers créatifs, animations, conférences, cinéma pour enfants (Le Lorax)

10h > 19h - **ENTRÉE LIBRE**
lagrandemotte.com

LA GRANDE MOTTE **LGM** LA GRANDE MOTTE

- Noël à La Grande Motte constitué de
 - Forêt Magique du samedi 30 novembre au dimanche 5 janvier
 - Salon de Noël au Palais les samedi 30 novembre et dimanche 1er décembre
 - Spectacles de drones le samedi 28 décembre à 20h.

NEW

NOËL

À LA GRANDE MOTTE

Salon de Noël

30 Nov & 1^{ER} Dec

La Forêt Magique

Du 30 Nov au 5 Jan

Drones & feu d'artifice

Le 28 Dec à 20h



LA GRANDE MOTTE LAGRANDEMOTTE.COM 2024 **LGM** LA GRANDE MOTTE



Communication & retombées médiatiques



Envie de grand large!

18 NOVEMBRE 2023

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

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 2024

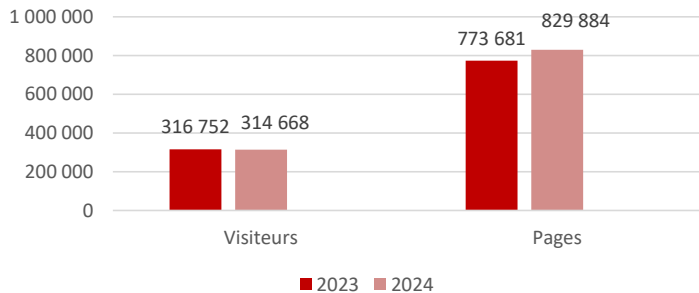
SITE WEB



- 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



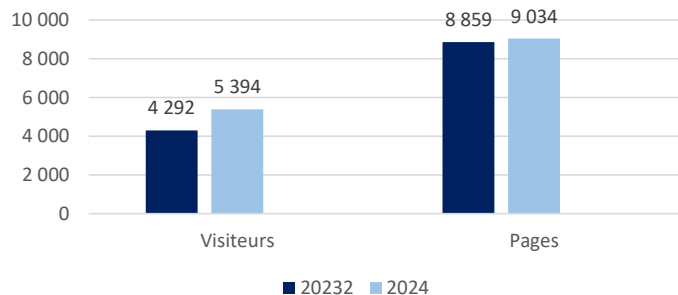
LAGRANDEMOTTE.com



Contenus plébiscités :

1. Agenda
2. Marchés
3. Rendez vous de l'été
4. Les plages
5. Parkings

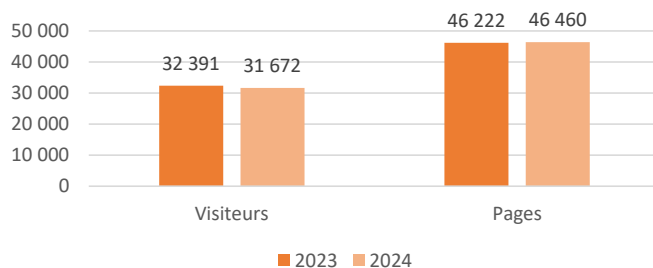
CONGRES.com



Contenus plébiscités :

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

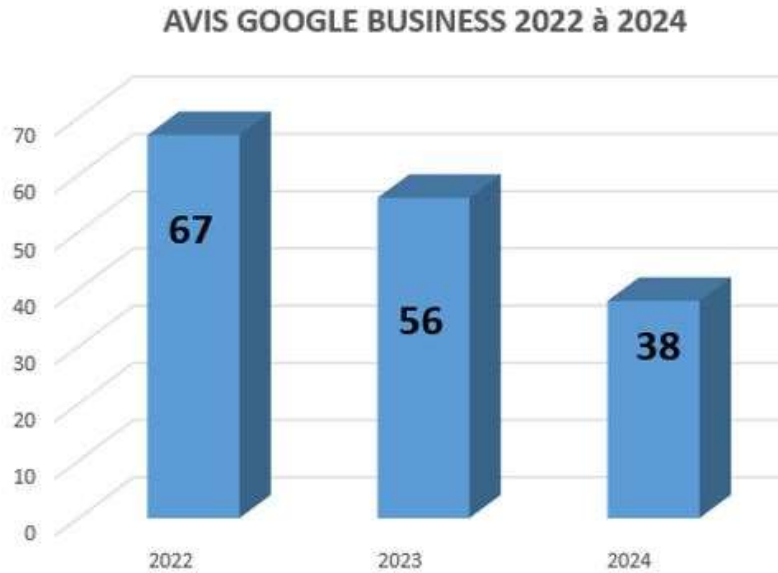
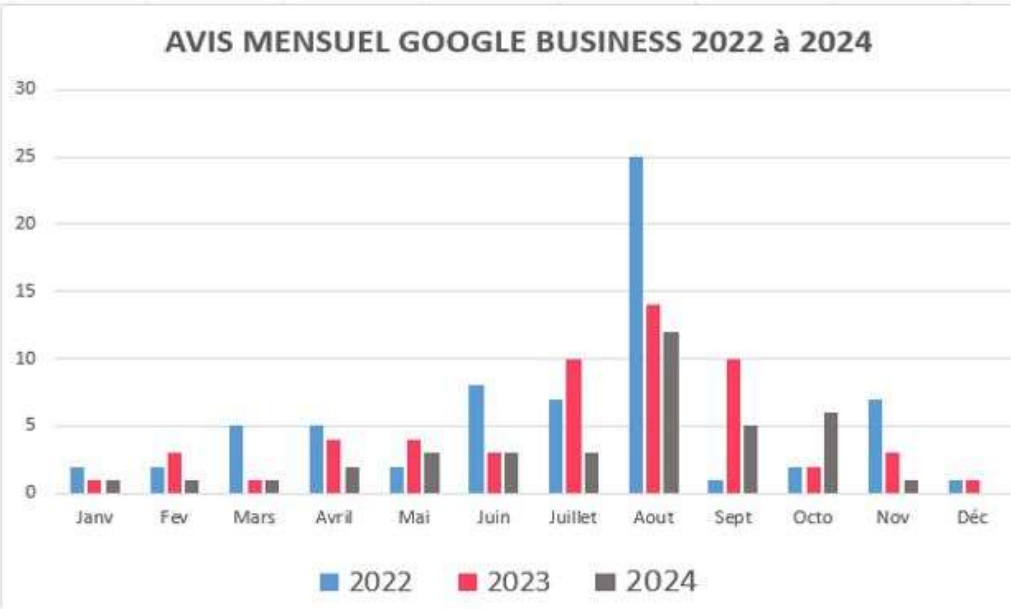
BLOG



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 2024 E-REPUTATION



Baisse des avis ↘ de 43% constatée entre 2022 et 2024 .
 En revanche, la note globale reste stable: 4,2 ★★★★★ sur un bel échantillon de 585 avis.

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

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

Pascal
★★★★★
Récemment rénové, l'Office de Tourisme vous accueillera dans un endroit calme. La boutique propose de très beaux produits de qualité. Personnel très professionnel et souriant. Un conseil, faites un petit tour.

Morgane
★★★★☆
Personnel accueillant et de bons conseils.

Jeanne
★★★★★
Office de Tourisme au top.



Gabrielle
★★★★★
Suite à un mail envoyé ce jour pour des renseignements afin d'organiser un weekend entre filles, je remercie Anaïs pour ces précieux conseils et adresses incontournables, des réponses précises et même au-delà, merci pour votre professionnalisme et votre rapidité ! Je recommande à 100% 😊

Sandrine
★★★★★
Très bien conseillée

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

RESEAUX SOCIAUX - INSTAGRAM



17 800 abonnés à fin octobre 2024

+ 3 000 abonnés
 + 35% de personnes touchées (170K)
 + 15% de visites (42K)

Temps forts :

- Campagnes de février et d'avril autour des JO
- Réflexion sur la stratégie : montée en qualité des visuels associées aux publications.

- 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

Contenu populaire par couverture

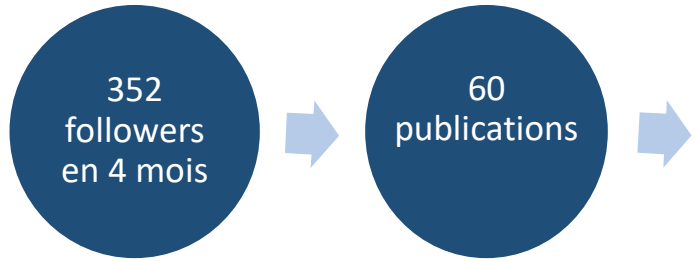
[Booster du contenu](#) [Voir tous les contenus](#)

<p>Des dauphins au large de La Grand...</p> <p>Mercredi 5 juin 09:01</p> <p>44,6 K 3,3 K 64 110</p>	<p>Un mot pour définir l'architectu...</p> <p>Mercredi 3 avril 22:00</p> <p>11 K 932 68 5</p>	<p>Ce matin, c'était démonstration de...</p> <p>Samedi 8 juin 02:59</p> <p>10 K 300 6 3</p>	<p>Derrière le sable, le Poséidon ! 🏹 ...</p> <p>Jeudi 15 août 01:00</p> <p>9 K 712 4 0</p>	<p>Que faire à La Grande Motte en février ? ...</p> <p>Vendredi 9 février 09:00</p> <p>9 K 651 4 10</p>	<p>Voy... lunette</p> <p>Mercredi 2</p> <p>8,9 K 11</p>
--	--	--	--	--	--

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

RESEAUX SOCIAUX – INSTAGRAM

lagrandemotte_boutique



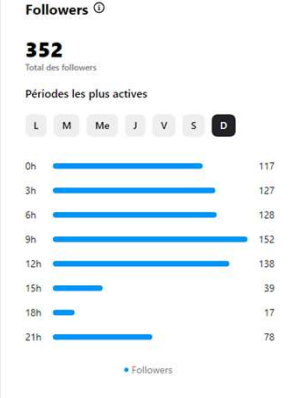
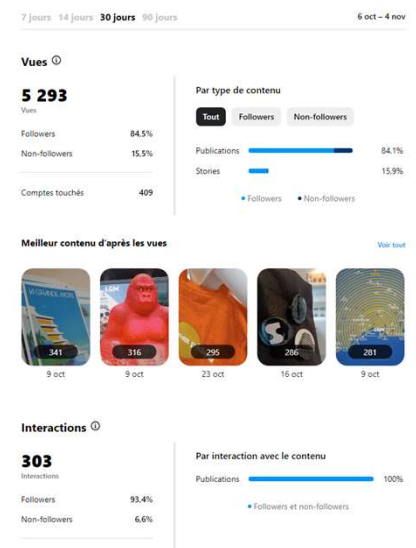
- Temps forts :
- Création de la page Instagram le 1^{er} juillet.
 - Campagne sponsorisée via We Like Travel Novembre-Décembre.
 - 1^{er} concours photo destiné au recrutement de followers en lien avec le salon de Noël au Palais des Congrès.

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

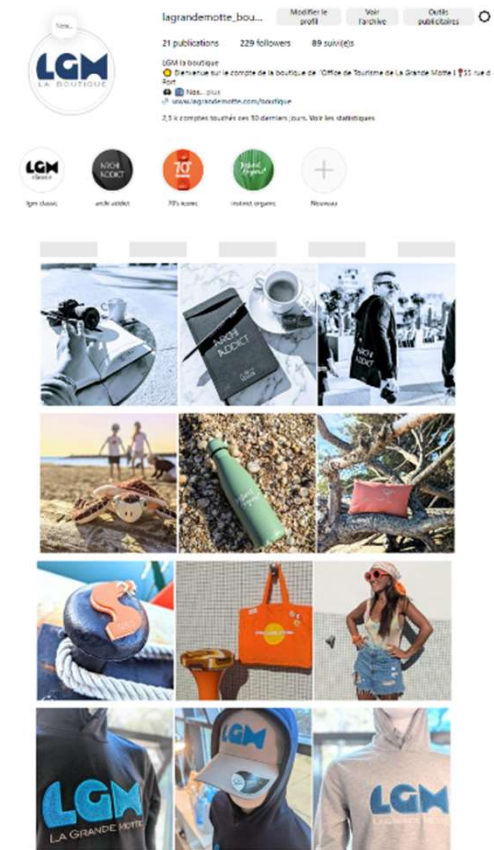
Stratégie :

- Monter en qualité
- Affirmer l'identité
- Créer une communauté
- Mettre en place une communication numérique responsable

- Publications épurées (pas de réel, vidéos sont destinées aux stories à la une et aux campagnes sponsorisées).
- Mise en situation des articles
- Thématisation des publications par sociotype (archi addict, 70's iconic, instinct organic, LGM classic)
- Humaniser les photos

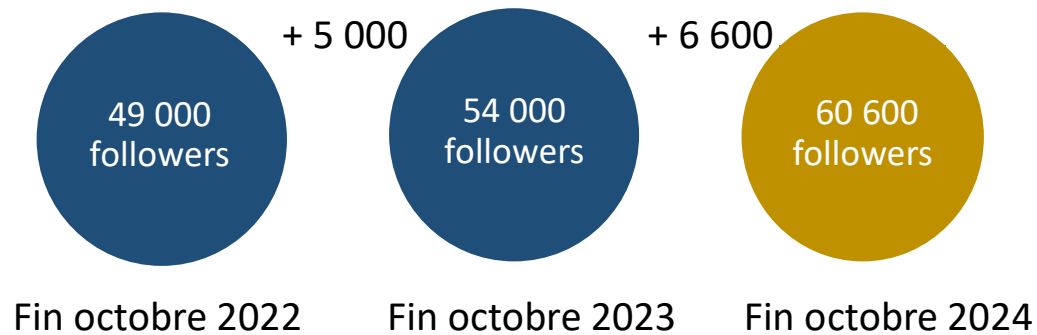


Des statistiques intéressantes : Une communauté qui a grandi naturellement (100 abonnés par mois environ, sans sponsoring, ni concours). Mais surtout une communauté intéressée avec 84% des followers qui visionnent les publications.



RAPPORT D'ACTIVITES 2024

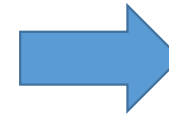
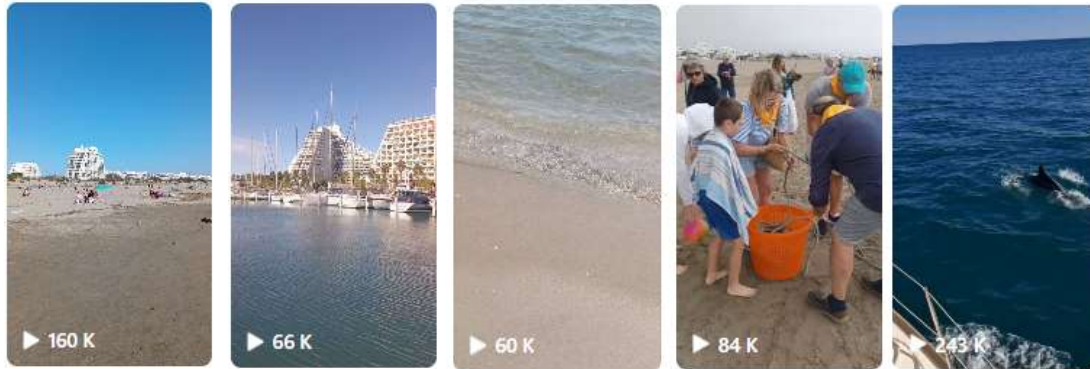
RESEAUX SOCIAUX - FACEBOOK



- Depuis janvier, près 3 millions de comptes touchés
- Augmentation de 63% du nombre de visites
- Explications : davantage de contenus sponsorisés et performance des réels.

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

RESEAUX SOCIAUX - FACEBOOK



Des réels avec un nombre important de vues.
Avant 2023, le réel le plus vu comptait 35K vues.

Contenu populaire par couverture

<p>Même en novembre, l'été se... Vendredi 1 novembre 06:46 140,5 K 3,6 K 436 601</p>	<p>ANNULATION Le concert du group... Mardi 13 août 11:38 75,1 K 67 26 9</p>	<p>A la une de The New York Times ! La Cité... Mardi 17 septembre 01:36 60,8 K 1,2 K 135 158</p>	<p>Brasucade et braderie Samedi 5 octobre 03:31 54,8 K 869 35 118</p>	<p>Feu d'artifice pyromélodique Dimanche 29 septembre 09:30 52,9 K 1,3 K 146 284</p>	<p>Passage dans Echappées belles... Lundi 14 octobre 09:30 45,4 K 1,1 K 82 315</p>	<p>En direct de la plage du Couchant, l... Vendredi 2 août 06:10 42,2 K 719 117 77</p>	<p>Le Provence, l'une des premières... Dimanche 18 août 01:00 33,3 K 310 30 12</p>
--	---	--	---	--	--	--	--

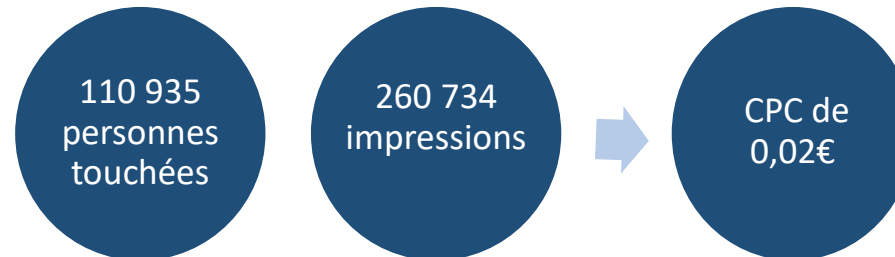
Les contenus ayant touchés le plus de monde. 3 réels et la moitié des contenus le sont hors saison estivale.

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

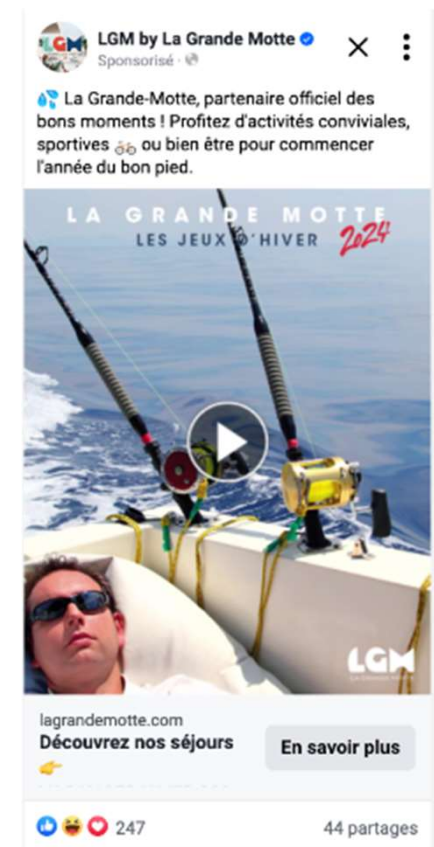
LGM CAMPAGNE JEUX D'HIVER



- Campagne social média Méta (Facebook + Instagram) diffusée du 30 janvier au 25 février 2024
- Objectif : générer du trafic vers les offres de séjour en renvoyant vers la landing-page lagrandemotte.com
- Cibles
 - Résidants de PACA, Occitanie et Auvergne Rhône-Alpes,
 - La communauté LGM Facebook et les audiences similaires (en terme démographique et affinitaire)
 - Cibles entre 35 et 64 ans.



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



RAPPORT D'ACTIVITES 2024

LGM CAMPAGNE AVRIL



- Campagne social média Méta (Facebook + Instagram) diffusée du 5 avril au 12 mai
- Objectif : générer du trafic en renvoyant vers la landing-page www.lgmsl.com
- Cibles
 - Résidants de PACA, Occitanie et Auvergne-Rhône-Alpes
 - Tribus/familles entre 30 et 60 ans
 - La communauté LGM Facebook et les audiences similaires (en termes démographique et affinitaire)
 - Cibles engagées :
 - 35-44 : 33%
 - 45-54 : 31%
 - 55-64 : 19%
 - 25-34 : 16%.



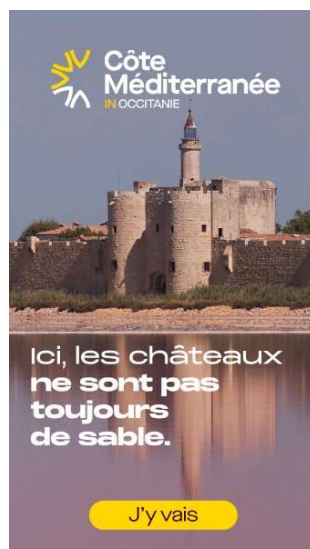
- U Axe 1 : Thématiser les quartiers et les plages
- U Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements
- U Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



RAPPORT D'ACTIVITES 2024 CAMPAGNES D'AUTOMNE CÔTE MEDITERRANEE EN OCCITANIE



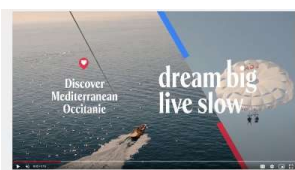
Axe 3 : Développer un tourisme à l'année, durable et équilibré



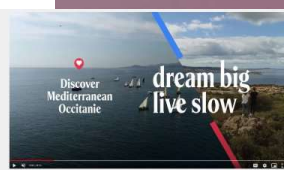
- Les campagnes digitales et sociales :
 - Objectif : 100% notoriété
 - Marchés : GB, BEL, ESP, ALL et SUI
 - Cibles : Couples (40-55 ans) sans enfants
 - Période : automne pour un tourisme à l'année.

- Une campagne digitale commune de mi-avril à mi-juin sur la **France**, renforcée par une **campagne TV de 15 j début septembre sur M6**

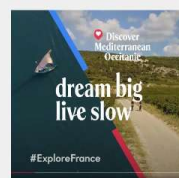
- Autres actions :
 - Partenariat avec des influenceurs
 - Partenariat avec le planificateur d'itinéraires Komoot pour cible nature Outdoor.



Bord de mer active



Bord de mer slow



Gastronomie



Environnement



Patrimoine et Culture



RAPPORT D'ACTIVITES 2024

RETOMBÉES PRESSE

LE NEW YORK TIMES



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



La cité Oasis, par Charly Broyez et Laurent Kronental que l'Office de Tourisme accompagne depuis 2020.

Un projet en 3 temps :

- **Une série photographique** envoyée à la presse internationale qui a permis d'obtenir un article dans le prestigieux New York Times
- **Un livre d'art** qui devrait être édité au printemps 2025
- **Une exposition photographique** qui sera destinée à voyager pour être ambassadrice de la station.



Des immeubles d'appartements en forme de pyramide à La Grande Motte, une station balnéaire des années 1960 dans le sud de la France, photographiés par Laurent Kronental et Charly Broyez en 2020, pour leur projet « La Cité Oasis ». © Charly Broyez et Laurent Kronental

Dans le sud de la France, une ville utopique inspirée des pyramides antiques

Autrefois moquée, La Grande Motte, station balnéaire surréaliste des années 1960 dans le sud de la France, est de plus en plus considérée comme étant en avance sur son temps.

Share full article Read in app

Par Alice Cavanagh
10 septembre 2024

RAPPORT D'ACTIVITES 2024 RETOMBÉES PRESSE L'APRES NEW YORK TIMES



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



The New York Times

- Objectifs
 - Surfer sur ce succès
 - Faire parler de La Grande Motte aux Etats-Unis
 - Pour voir si la station peut intéresser les Américains
- Actions :
 - Collaborer avec le CRTL Occitanie et l'Office de Tourisme de Montpellier qui travaillent cette cible de clientèle
 - Le CRTL Occitanie parlera de la Grande Motte le 10 novembre à Boston lors de la réunion annuelle de l'ensemble des Tour-Opérateurs américains.
 - 2025 : sponsoring Booking et Airbnb (en projet).

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

RETOMBÉES MEDIATIQUES

TV



- 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 2 Télématin mercredi 18 septembre 2024



France 3 Occitanie 13H mardi 17 septembre 2024



France 5 Echappées Belles 12 octobre 2024



France 2 Journal télévisé 13h mercredi 18 septembre 2024



BFM TV Jeudi 19 septembre 2024



France 3 Occitanie 19H mardi 17 septembre 2024

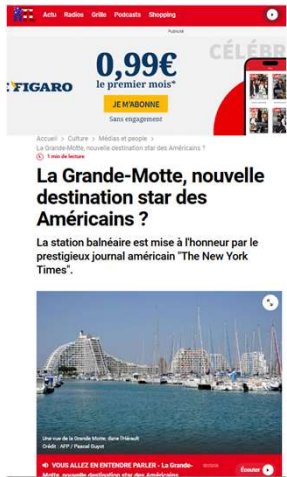
RAPPORT D'ACTIVITES 2024

RETOMBÉES PRESSE

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



RTL



Le Figaro



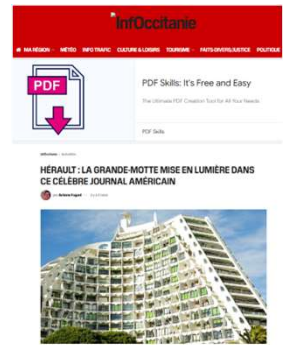
Ouest France



France info



France Bleu



InfOccitanie

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

SHOOTINGS



- 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



Father and Son avril 2024



Sport 2000 septembre 2024

MANGO

Mango juillet 2024



Desigual juin 2024

RAPPORT D'ACTIVITES 2024 TOURNAGES



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



Vous êtes formidables, FR3



A Priori, France TV



Panda saison 2, TF1



C'est Chelou comment tu danse, Disney +





Identité, marque & collaborations artistiques



Envie de grand large!

18 NOVEMBRE 2023

RAPPORT D'ACTIVITES 2024 RENOVATION DES MEUBLES FIN DE LA MISSION



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

29

Engagés dans le
programme soit
58% de l'objectif

dont 21

Engagés en
phase d'étude

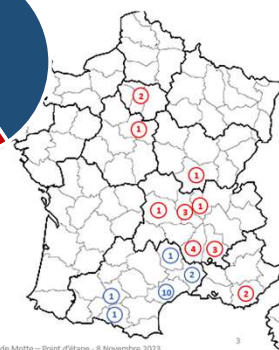
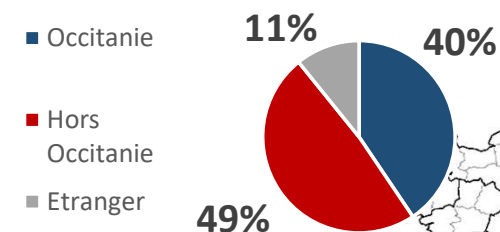
dont 2

En finalisation de
phase d'étude

0

Engagés dans les
travaux

Lieu de résidence principale des propriétaires intéressés



Conclusion :

- Acquisition d'expertise et d'un modèle efficace
- 1 000 appartements versus 50 réalisations : vrai besoin ?
- Portage financier impossible par la commune seule

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

GUIDE DE L'IDENTITE POUR LES SOCIO-PROS



Axe 2 : Diversifier sports, loisirs et hébergements

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

NEW



- Valoriser/associer les établissements et leur identité à La Grande Motte
- Objectif de ce guide destiné aux socio pros : La Grande Motte source d'inspiration dans les projets de rénovation et d'aménagement.

notre bien commun à valoriser

une destination unique avec une identité singulière

honorar la vision de l'architecte qui l'a inventée
 rester fidèle à son esprit d'avant-garde
 nous différencier des autres destinations balnéaires avec nos atouts
 revendiquer notre singularité avec audace et fierté

ce guide vous accompagnera

pour vos aménagements en hébergement et restauration

avec une synthèse visuelle des codes identitaires LGM
 des inspirations thématiques pour alimenter votre créativité
 des idées pour vos aménagements intérieurs et extérieurs
 des sélections en budget optimum et premium

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

COLLABORATION AVEC SOPHIE GRIOTTO



- 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
- 10 illustrations commandées et déclinées en affiches, digigraphies (tirages d'art), cartes postales et sacs cabas



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 2024 DESIGN



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



- Renouer avec la production ou la réédition d'objets design pour conserver un leadership sur le sujet
- La dynamique créative se poursuit par deux collections majeures
 - Trois modèles de lampes édités par l'agence Heger & Demumieux en vente à l'Office
 - La lampe BB et les banquettes seront relancées par l'agence Oxyo.



RAPPORT D'ACTIVITES 2024

L'EDEN – L'ARCHITECTURE GOURMANDE



- Une participation des professionnels qui se poursuit
- De nouvelles recettes pour cet automne
- Des ventes en Boutique de l'Office (du 1^{er} janvier au 31 octobre)
 - Plaques 12 alvéoles = 53 ex
 - Moule à partager = 25 ex.

RAPPORT D'ACTIVITES 2024

OPERATIONS « COLLE TON STICKER »



- Succès de l'opération. Seul bémol davantage de vélos que de voiture stickés ; donc moins de visibilité à l'extérieur de la Grande Motte
- Test de nouvelles modalités :
 - Nouveau lieu lors des vacances de la Toussaint (parking U Express) et de Noël les 24/12 et 31/12 (parking U Express)
 - Nouvelles dates lors de grands événements/animations : test le 28/12 avant le spectacle de drones (parking des peupliers)
- Bilan
 - Davantage de voitures stickés
 - 2 443 stickers collés (1 207 petits et 1 236 grands).