



# LA GRANDE MOTTE MODERATO®

BILAN DE SAISON & MONITORING  
DURABLE DE LA DESTINATION 2025



LA  
GRANDE  
MOTTE





**GREEN**  
● DESTINATIONS

**2025**  
**GOLD AWARD**



# GREEN DESTINATIONS

## Vidéo

[https://youtu.be/\\_UV5g1Lu-YY](https://youtu.be/_UV5g1Lu-YY)



La Grande Motte  
Côte Méditerranée, Occitanie  
France  
43.5617° N, 4.0844° E  
07:00 AM





# ATTRACTIVITE & ECONOMIE TOURISTIQUE



# CLASSIFICATION DES LITS

LITS PROFESSIONNELS  
**FORTE**  
**EXPOSITION**  
**COMMERCIALE**

**LITS**  
**PROFESSIONNELS**

Hôtels  
Résidences de tourisme  
Villages vacances  
Agences immobilières  
Campings

LITS TIÈDES  
**EXPOSITION**  
**COMMERCIALE**  
**MODÉRÉE**

**LITS DE**  
**PARTICULIERS**  
**A**  
**PARTICULIERS**

Offre internet

LITS FROIDS  
**« SANS**  
**EXPOSITION**  
**COMMERCIALE »**

**LITS NON-**  
**COMMERCIALISES**

Résidences secondaires



## STRUCTURE DES LITS



# LA STRUCTURE DE LITS

CAPACITÉ TOURISTIQUE TOTALE, EN NOMBRE DE LITS :

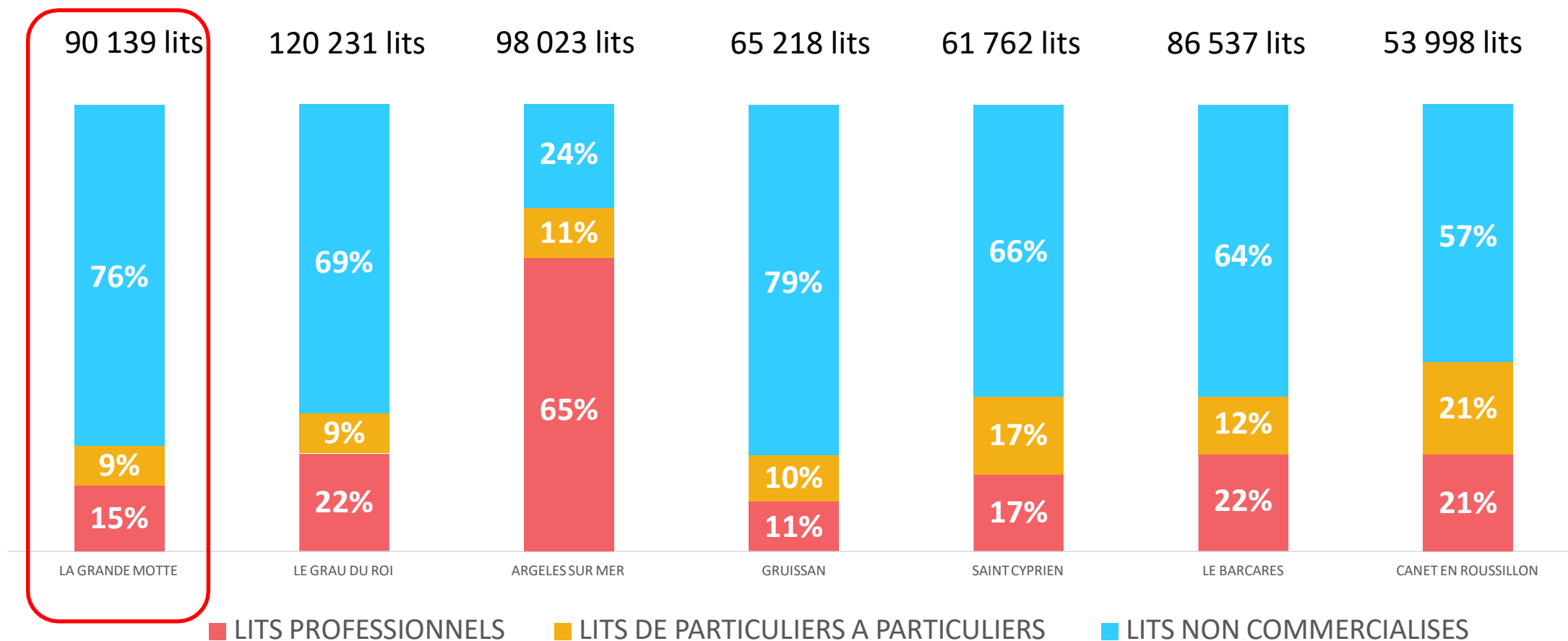
90 139

- Les lits marchands portés par le secteur professionnel
- Les campings sont la filière qui comptabilise le plus de lits.
- **Lits non-commercialisés représentent les  $\frac{3}{4}$  des lits touristiques disponibles sur la station**

CATEGORIE	2025	VS 2024
RESIDENCES DE TOURISME	1 681 lits	<b>+52 lits</b>
HÔTELS	1 291 lits	<b>-23 lits</b>
AGENCES IMMOBILIERES	3 011 lits	<b>-79 lits</b>
CAMPINGS	3 815 lits	<b>+117 lits</b>
CLUBS VILLAGES VACANCES ET CENTRES	2 760 lits	<b>-1 lit</b>
LITS PROFESSIONNELS	12 558	<b>+66 lits</b>
LITS DE PARTICULIERS A PARTICULIERS	8 449	<b>+298 lits</b>
LITS NON-COMMERCIALISES	68 945	<b>-243 lits</b>



## STRUCTURE COMPARÉE DES LITS ETÉ 2025 – POIDS DES SECTEURS

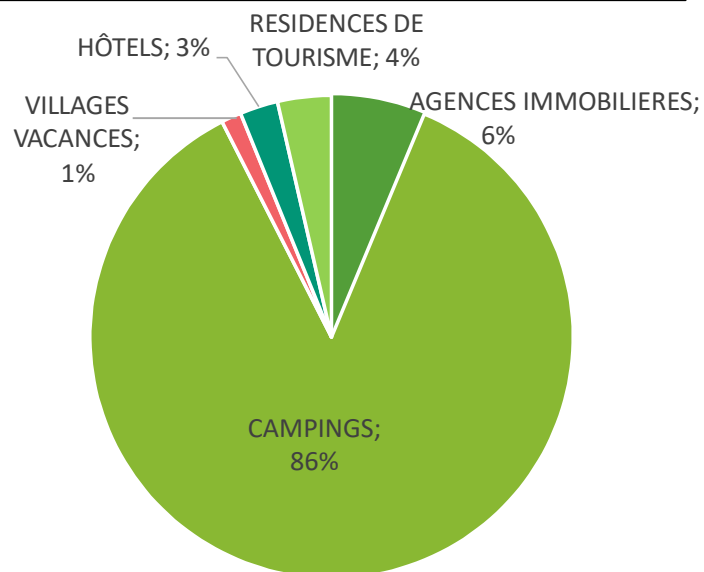




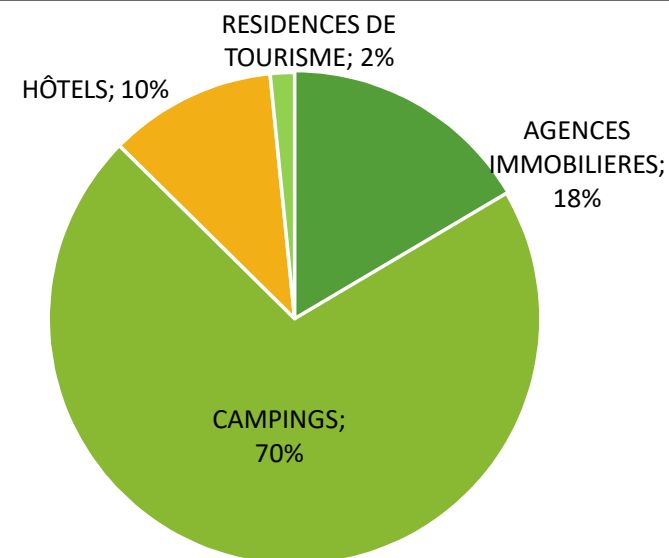
# STRUCTURE COMPARÉE DES LITS PROFESSIONNELS

LA GRANDE MOTTE : 12 558 LITS PROFESSIONNELS

ARGELES SUR MER: 63 589 LITS PROFESSIONNELS



CANET EN ROUSSILLON : 11 360 LITS PROFESSIONNELS



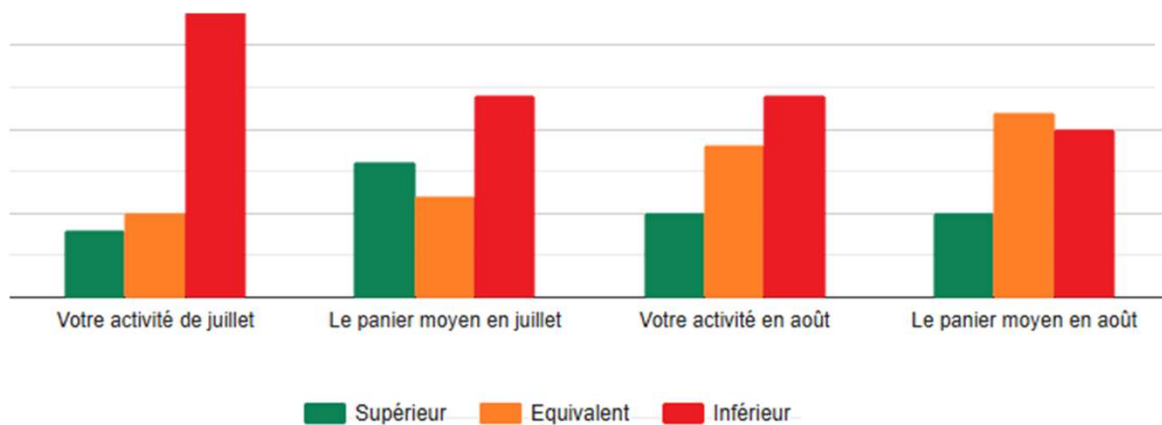


## LES RÉSULTATS ECONOMIQUES DE LA SAISON (AVRIL À OCTOBRE)



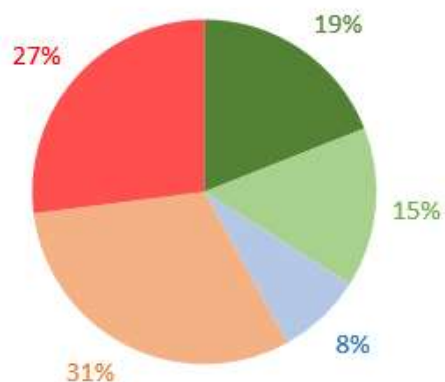
## RÉSULTATS ENQUÊTE D'ACTIVITÉS RESTAURANTS - COMMERCES

- PAR RAPPORT A 2024, COMMENT ESTIMEZ-VOUS ?

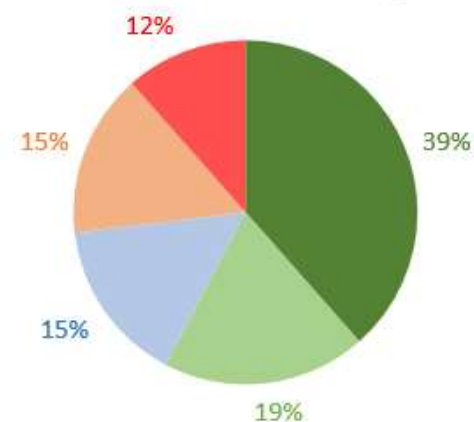


### ETES-VOUS SATISFAIT DE ...

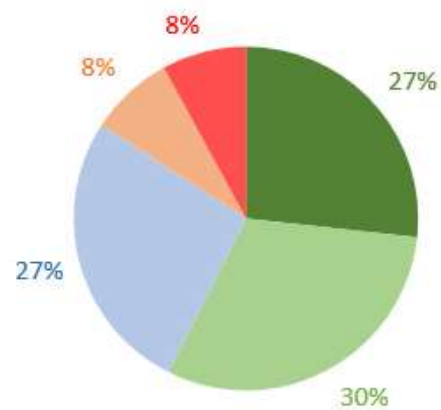
#### LA SAISON ESTIVALE ?



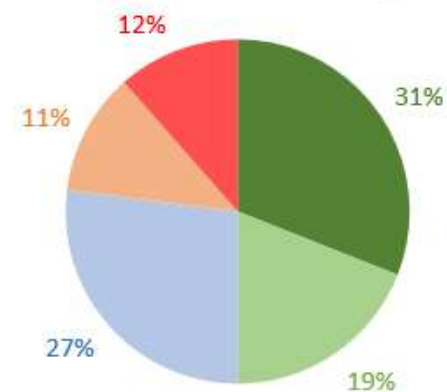
#### COMPORTEMENT DE LA CLIENTELE ?



#### RECRUTEMENT DE VOTRE EQUIPE ?



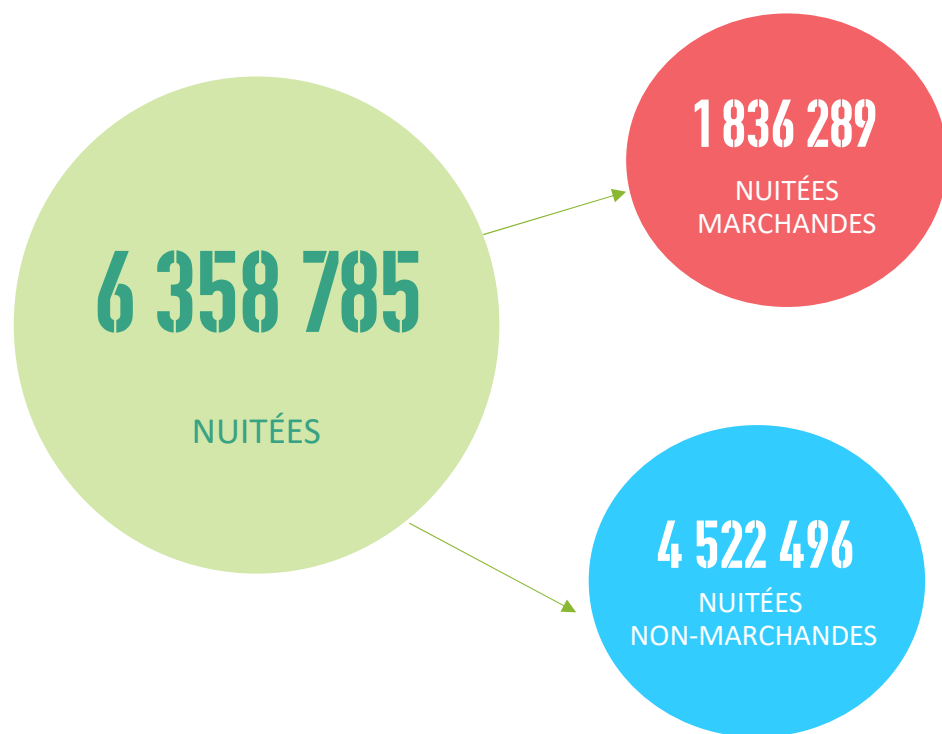
#### FONCTIONNEMENT DE LA STATION ?



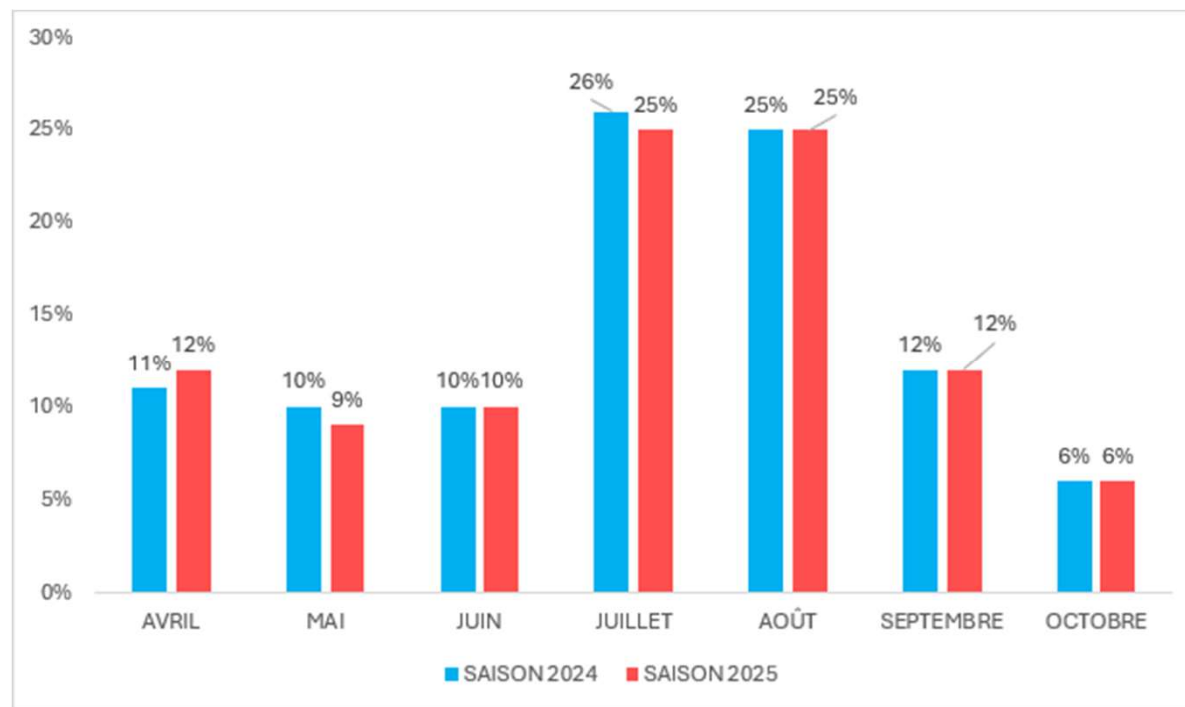
50 professionnels – échantillon représentatif des filières Restaurants – Commerces – Loisirs  
Enquête administrée du 10 septembre au 17 octobre en face à face –LGM



## RÉSULTAT GLOBAL SAISON 2025

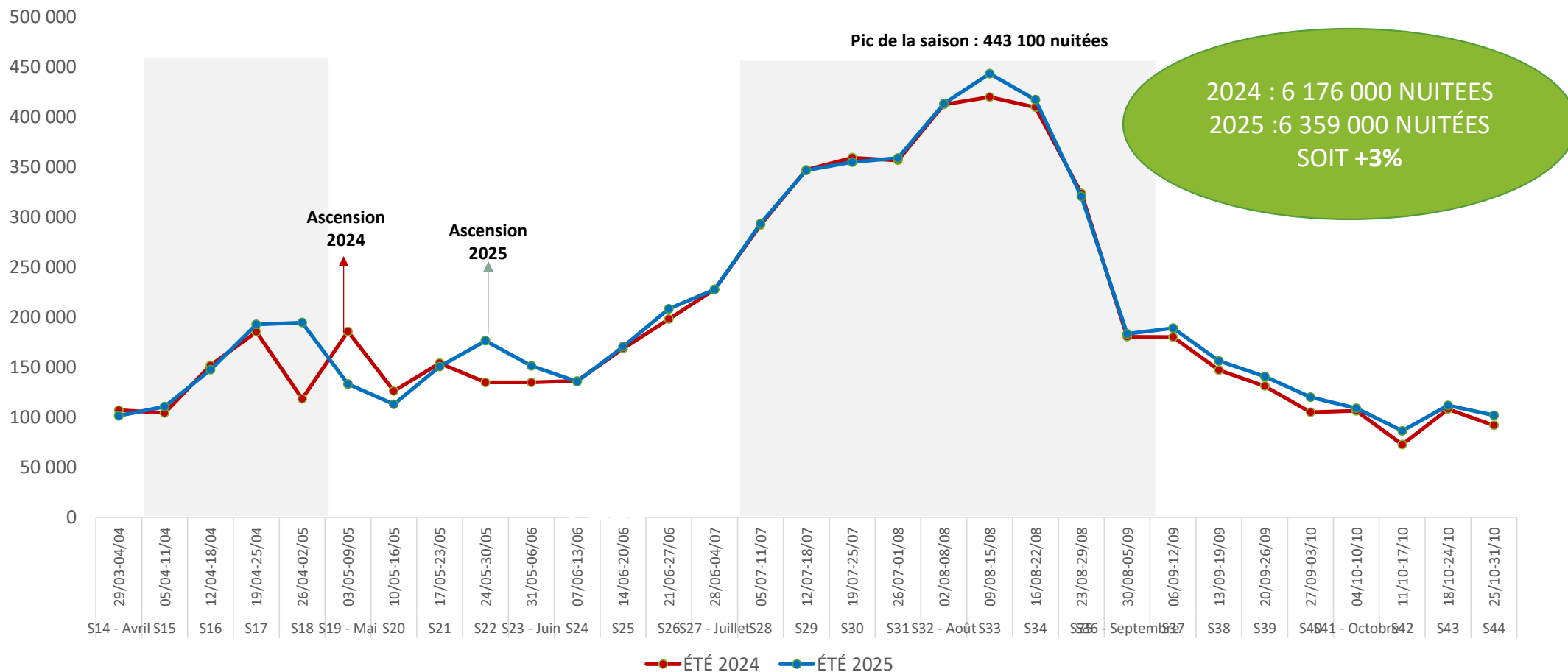


### POIDS DES PÉRIODES COMMERCIALES



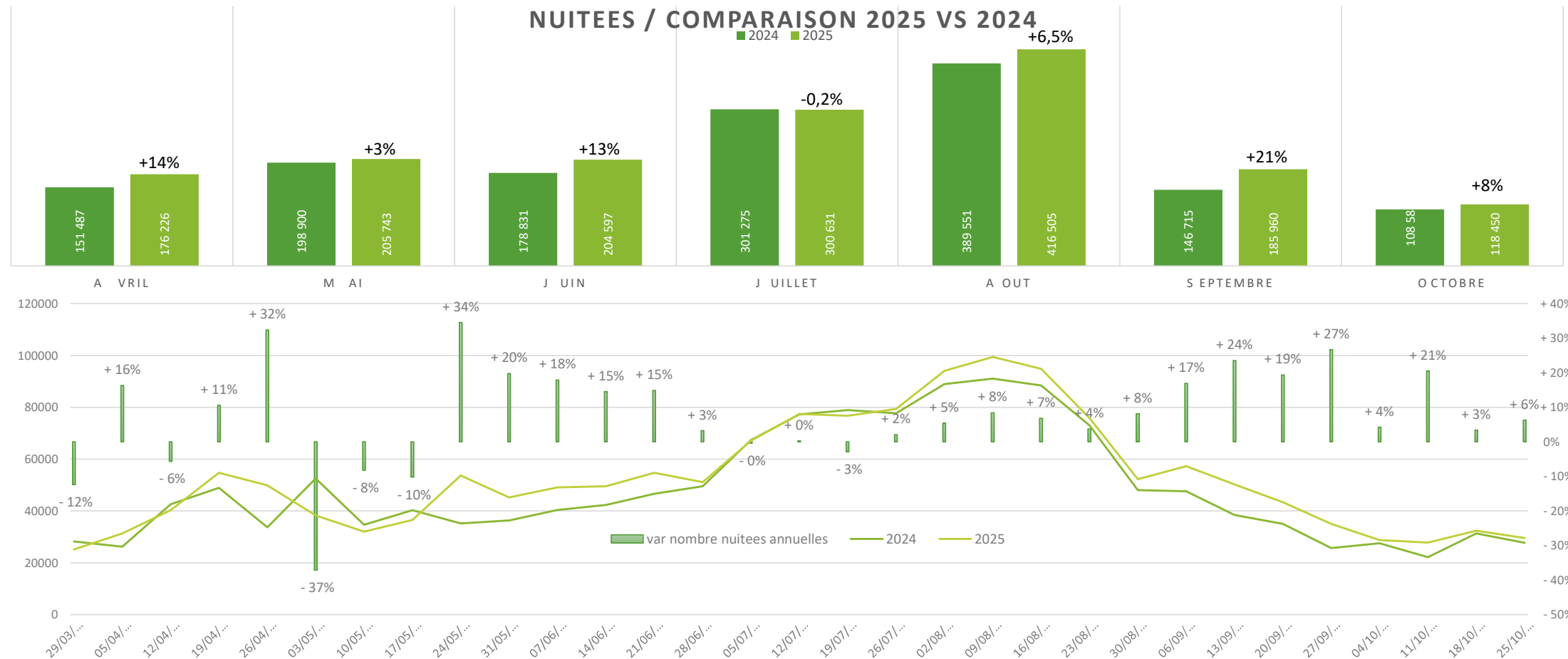


## COMPARATIF 2025 vs 2024 EN NOMBRE DE NUITÉES





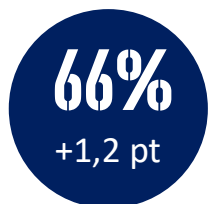
NUITÉES AVRIL À OCTOBRE 2025





## RÉSULTATS PAR CATÉGORIES D'HÉBERGEMENT - TAUX D'OCCUPATION

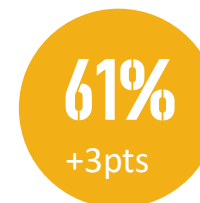
HÔTELS



RÉSIDENCES DE TOURISME



VILLAGES VACANCES



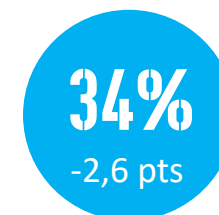
CAMPINGS



PARTICULIERS  
A  
PARTICULIERS



LES AGENCES  
IMMOBILIÈRES

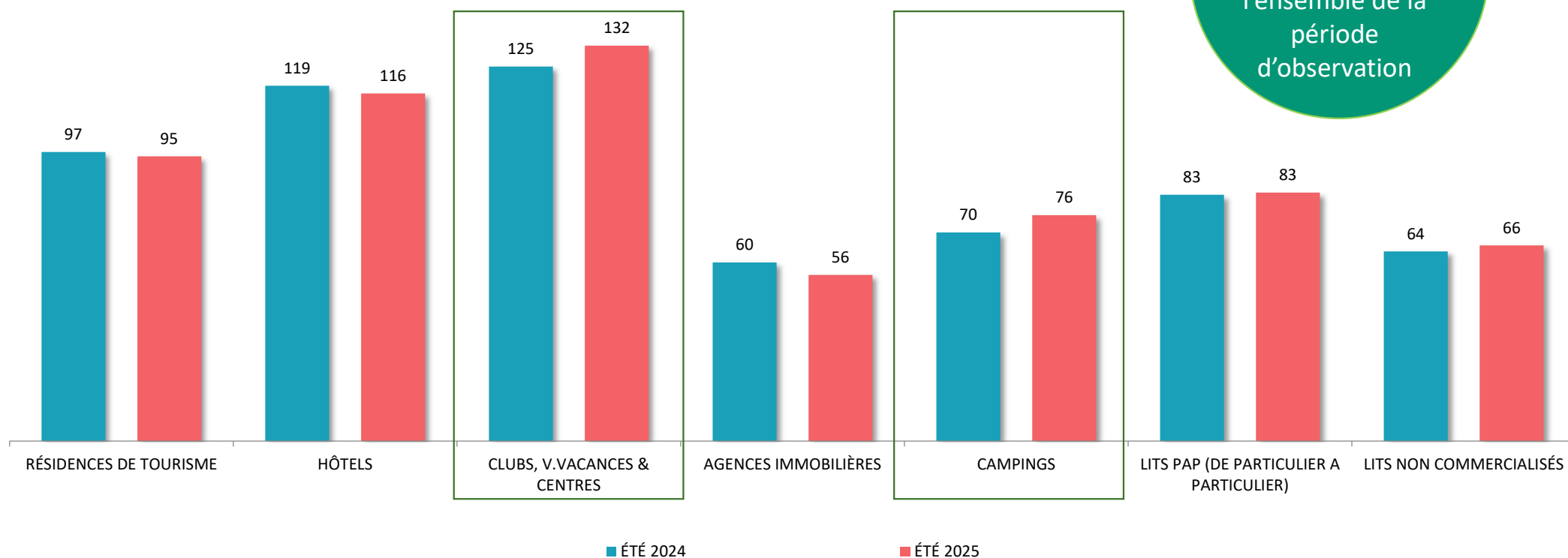




## RÉSULTATS PAR CATÉGORIE D'HÉBERGEMENT – RENDEMENT

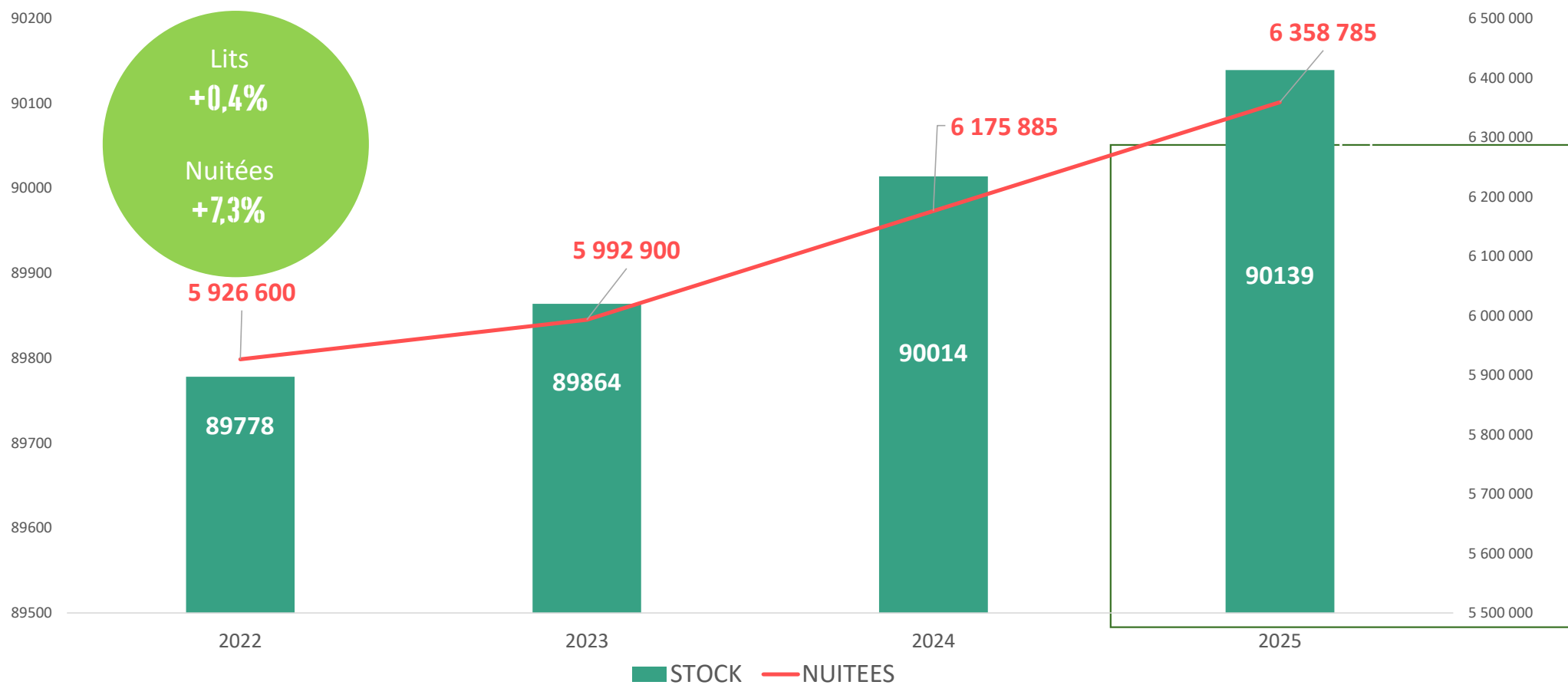
(nombre de nuitées durant lequel un lit est occupé en moyenne)

### NUITÉES AU LIT





## ANALYSE MOYEN TERME 2022 – 2025





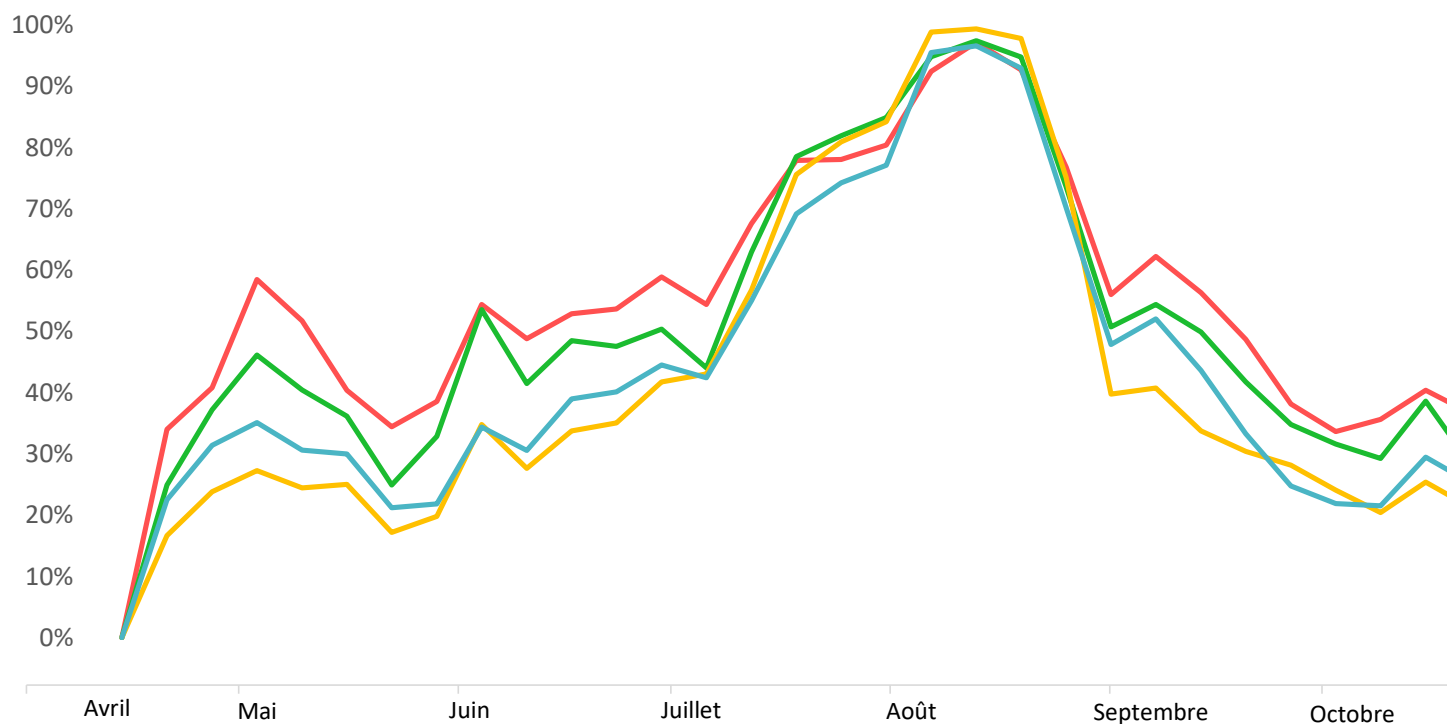
## COMPARATIF STATION (EN TAUX D'OCCUPATION)\*

57%

LA GRANDE MOTTE  
+2,9pts

52%

GRUISSAN  
-0,4 pt



45%

SAINT  
CYPRIEN  
+1,2 pt

44%

LE BARCARÈS  
-0,5 pt

\*Données issues de la plateforme G2A

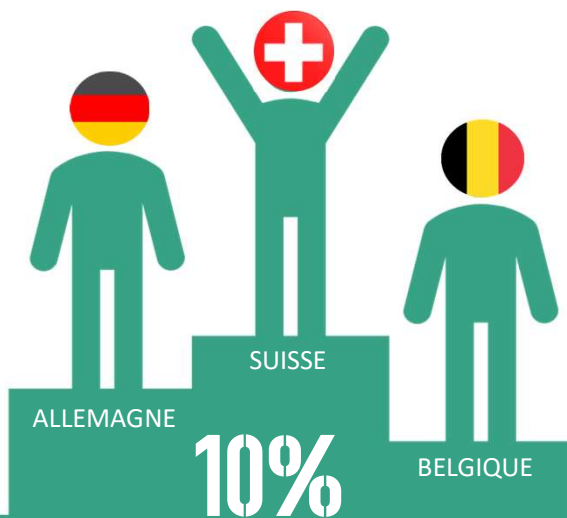


## PART DU MARCHÉ INTERNATIONAL SUR LES NUITÉES PROFESSIONNELLES

10% = N-1



22% dans la catégorie des hôtels + 4,2 pts VS N-1



30 211

Nuitées suisses  
+13% VS N-1

28 884

Nuitées Allemandes  
+ 2% VS N-1

16 900

Nuitées Belges  
- 5% VS N-1



## PRICING DYNAMIQUE

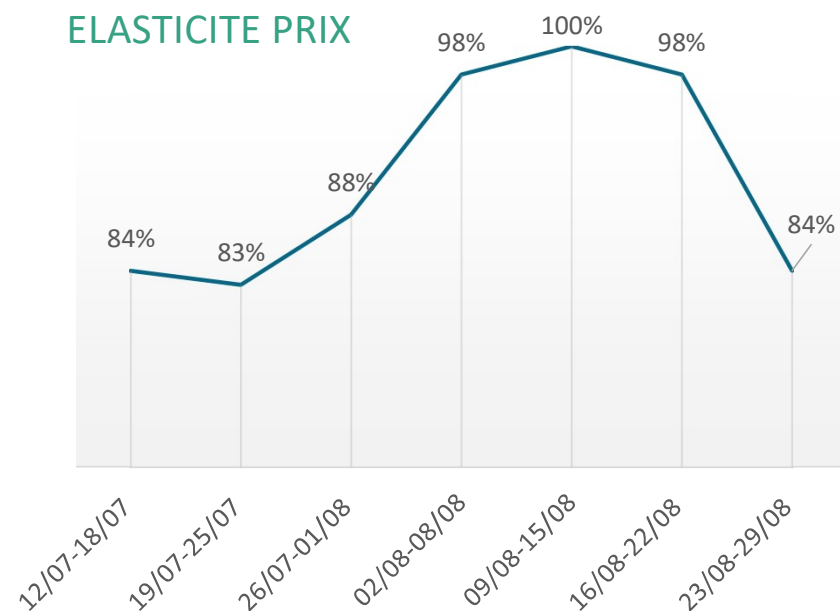


## POSITIONNEMENT TARIFAIRE

## COMPARATIF DE L'OFFRE LOCATIVE EN RÉSIDENCES

Juillet et août 2025 – prix par semaine

## ELASTICITE PRIX



TERRITOIRE	LA GRANDE MOTTE	ARGELÈS	CANET EN ROUSSILLON	SAINT CYPRIEN
PRIX MOYEN	1 295 €	1 307 €	1 065 €	1 201 €
PRIX MAX	1 534 €	1 560 €	1 227 €	1 409 €
VARIATION VS PRIX DE REFERENCE	-7,1%	-13,5%	-3,9%	-8,7 %

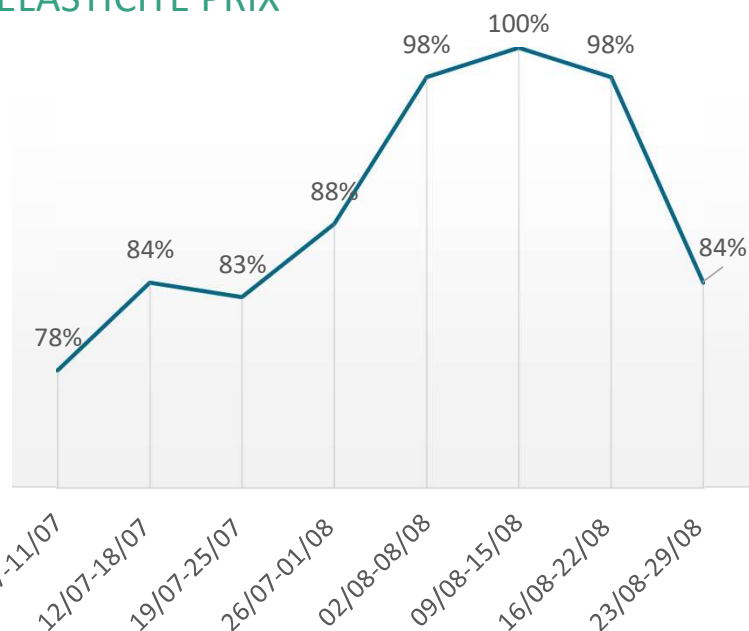


## POSITIONNEMENT TARIFAIRE

### COMPARATIF DE L'OFFRE EN HÔTELLERIE

Juillet et août 2025 – prix par nuit

#### ELASTICITE PRIX



TERRITOIRE

LA  
GRANDE  
MOTTE

ARGELÈS

GRUISSAN

SAINT  
CYPRIEN

PRIX  
MOYEN

209€

146€

175 €

209€

PRIX MAX

297€

180€

212 €

232€



**PRÉDICTIF  
ENQUÊTE  
INTENTIONS DE  
DÉPART  
2026**

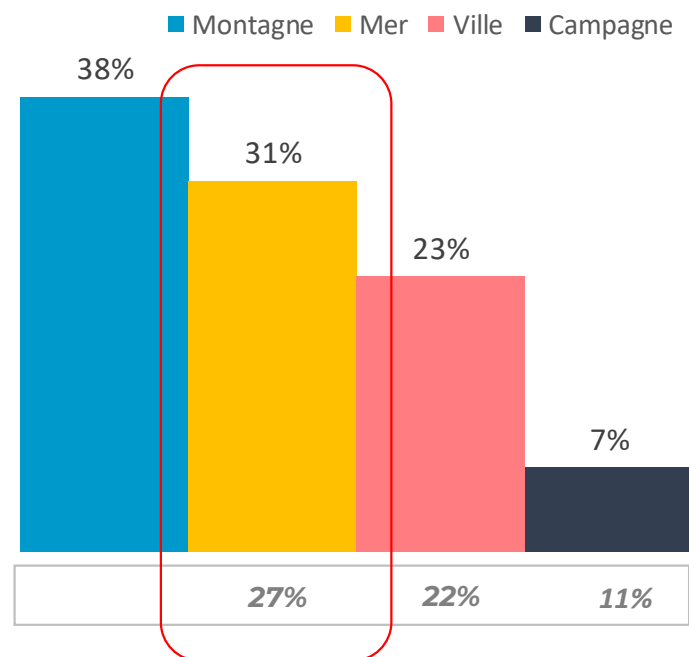


## ENQUETE INTENTIONS DE DEPART – HIVER 2026

### Type de destination

Parmi les partants

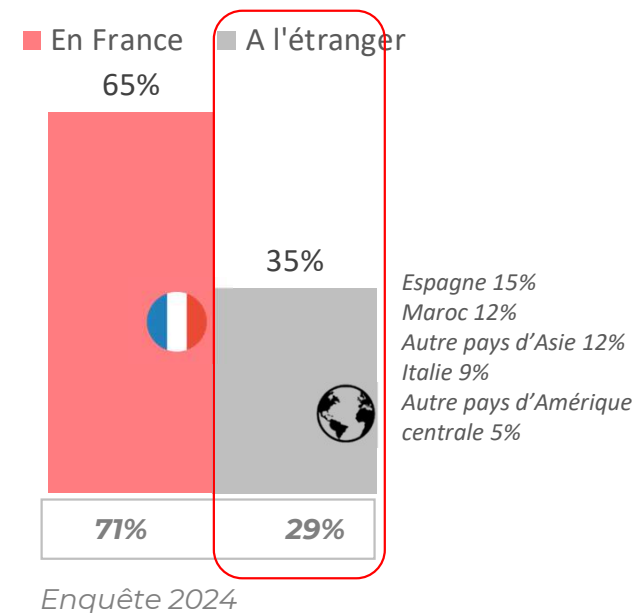
Quel type de vacances ?



Est-ce le type de vacances que vous choisissez habituellement pour vos vacances d'hiver ?

Oui  
68%

A quel endroit exactement ?



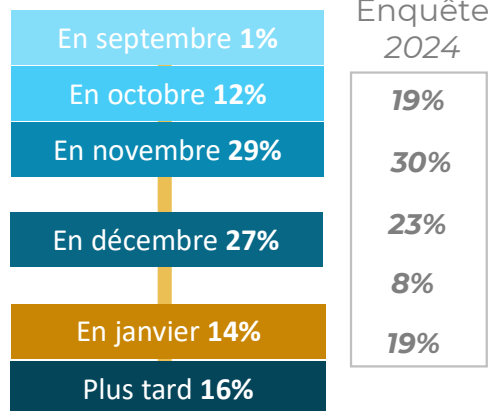


## ENQUETE INTENTIONS DE DEPART – HIVER 2026

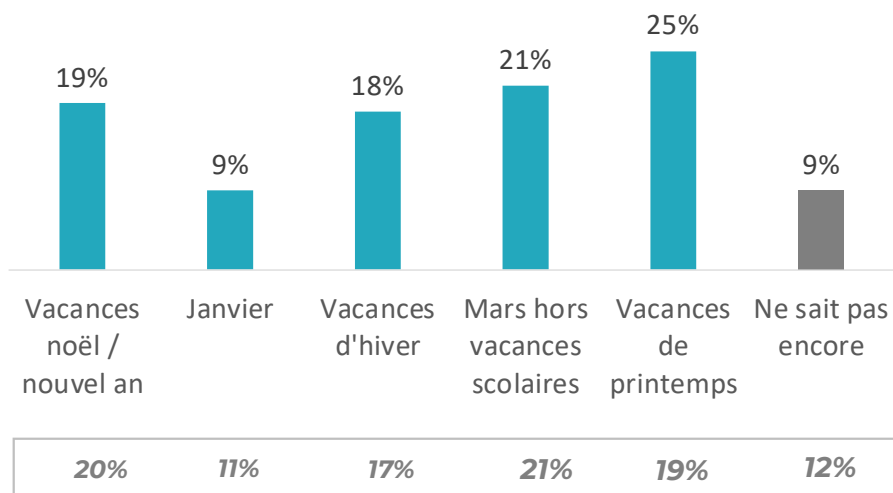
**Délai de prise de décision** - Un tiers des décisions des incertains se prendra courant le mois de novembre.

### Parmi les incertains

Quand comptez-vous vous décider ?



Quelle période vous attirerait le plus ?



A quel endroit ?

- En France 77%
- A l'étranger 23%

Enquête 2024

74%  
26%

Destination envisagée

- Montagne 47%
- Mer 29%
- Ville 12%
- Campagne 11%

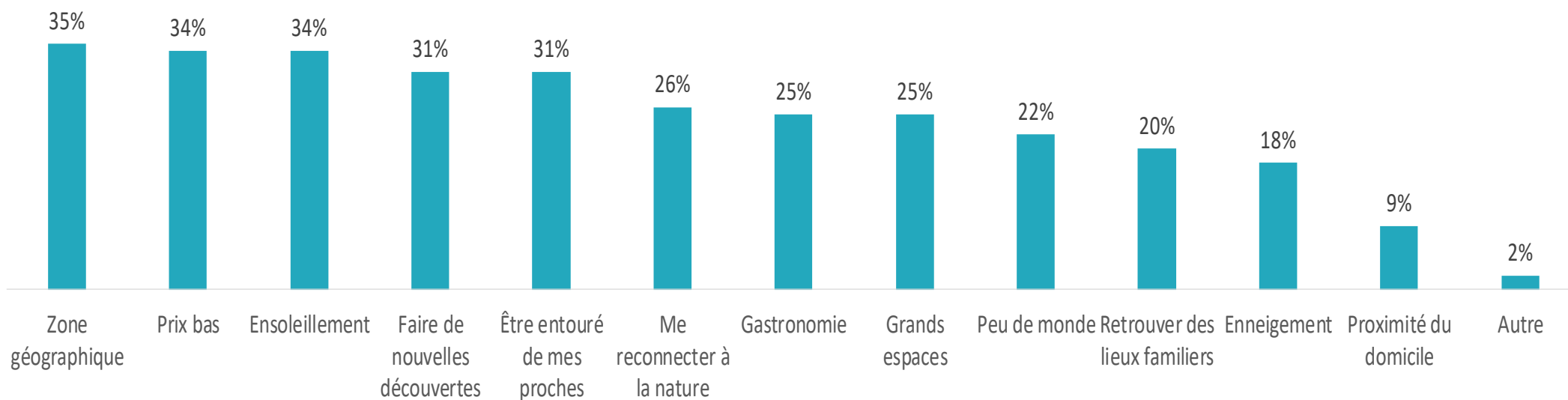
Enquête 2024

43%  
27%  
18%  
12%



## ENQUETE INTENTIONS DE DEPART – HIVER 2026

Quels critères pensez-vous prioriser pour choisir vos vacances cet hiver 2025-2026 ?





# CALENDRIER SAISON 2026



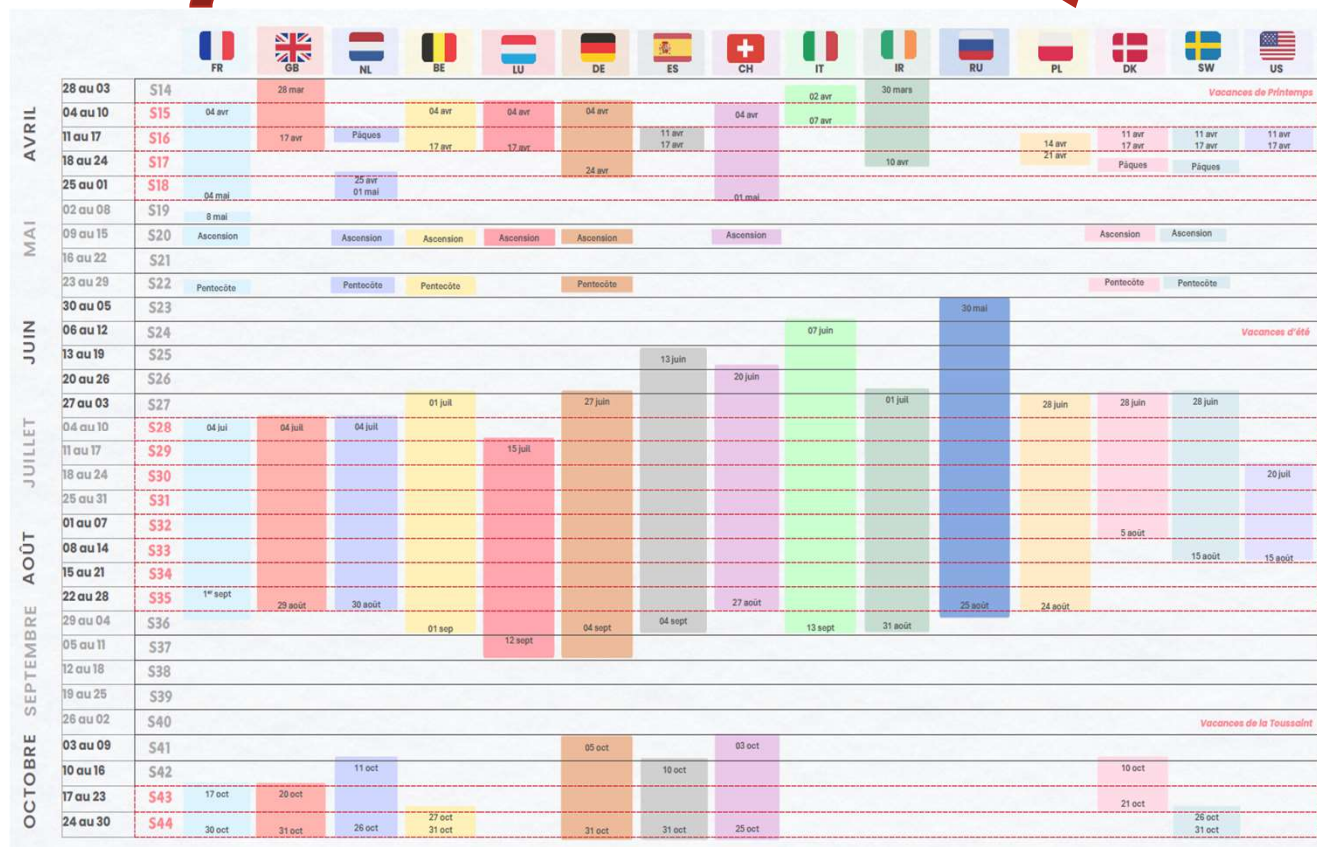
## DATES CLÉS ÉTÉ 2026

- ➔ Calendrier plus classique pour **le week-end de Pâques** qui tombait très tôt en 2024 (31 mars), tard en 2025 (21 avril). Il tombera le 5 avril en 2026, en tout début des vacances scolaires et pourrait favoriser des destinations de montagne.
- ➔ **Les 2 grands Ponts (Ascension et Pentecôte)** tomberont en mai lors de la saison 2026. Présence de clientèle allemande fin mai (plutôt présente en juin en 2025). Le calendrier favorisera ainsi mai plutôt que juin, contrairement à ce qui a été constaté en 2025.
- ➔ **Le 14 juillet**, positionné un dimanche en 2024, et un lundi en 2025, sera plus favorablement positionné un mardi en 2026, facilitant la prise d'un long week-end ou de vacances. La semaine du 11 juillet devrait ainsi être le top départ de la très haute saison.
- ➔ Pour la troisième année consécutive, **le mois d'août proposera aux vacanciers 5 semaines** pleines de congés scolaires. La dernière semaine d'août (du 22 au 29 août) pourrait encore progresser lors de la saison 2026, soutenue à la fois par des tarifs attractifs et une rentrée qui devrait être positionné sur le mardi 1<sup>er</sup> septembre.

## VACANCES SCOLAIRES 2026

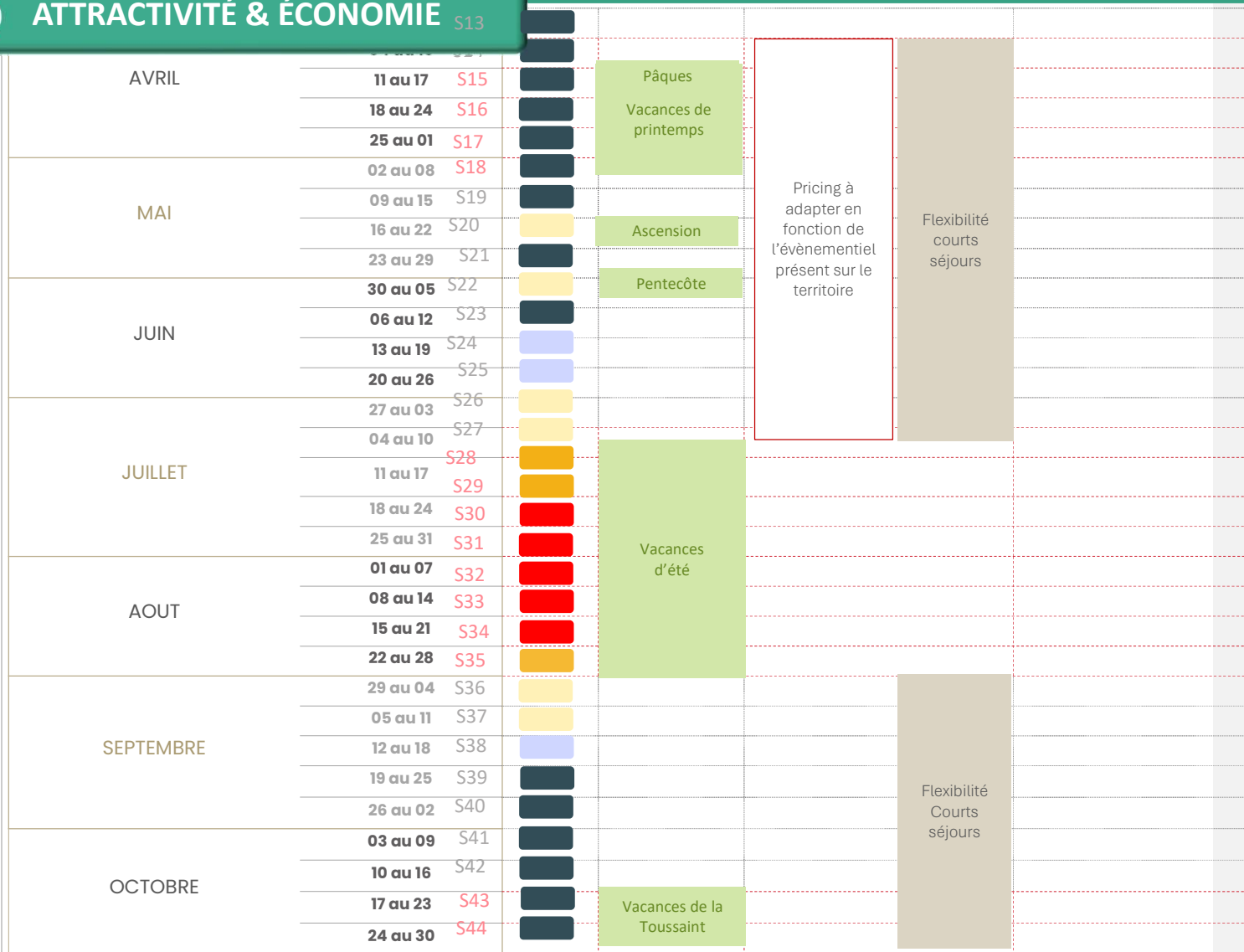
Par pays

Dates par semaine





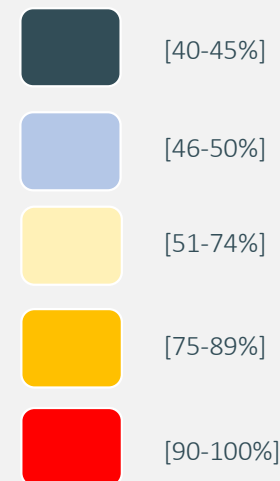
## ATTRACTIVITÉ & ÉCONOMIE S13



## Stratégie tarifaire

*Littoral*

Angle de vue G2A, à adapter selon les marchés en présence et le business modèle de chaque opérateur.



## Nombre de nuitées

**6 359 000**

N-1 : **+ 3%**

## Taux d'occupation

AVRIL

**46%**

+6.4pts

MAI

**42%**

-1.5pt

JUIN

**54%**

+6.8pts

JUILLET

**72%**

-1pt

AOUT

**90%**

+0.4pt

SEPTEMBRE

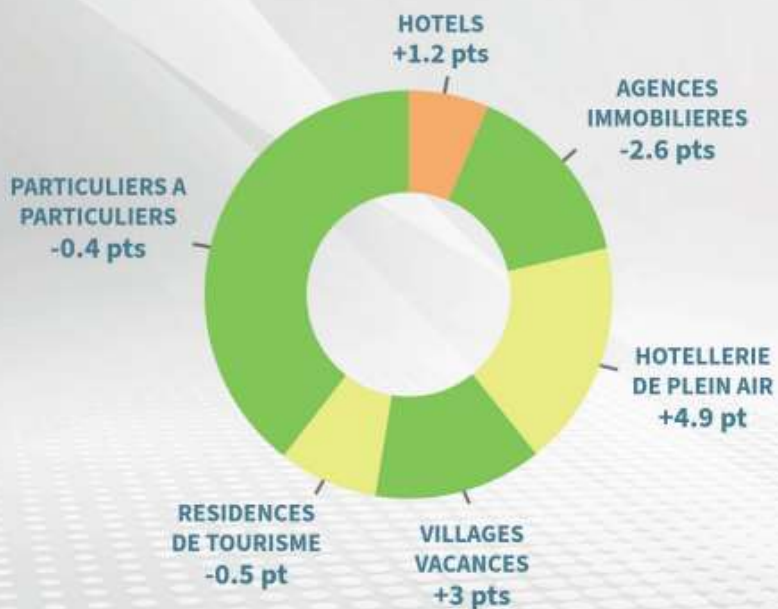
**52%**

+7.1pts

OCTOBRE

**37%**

+3pts

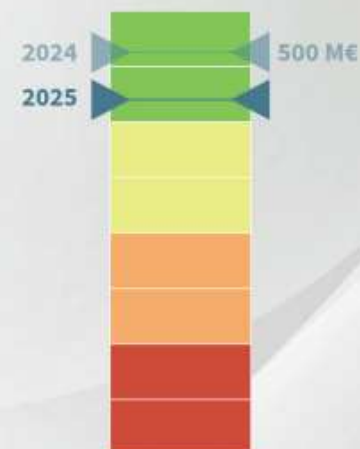


## Taxes de séjour

**+ 2%**

## Stationnement

**++**



## Dépense globale touristique



## IL Y A 50 ANS « LES ECHOS »

## Il y a 50 ans dans « Les Echos »

## « Tourisme : la crise économique n'a pas empêché les Français de partir en très grand nombre... mais ils ont dépensé moins »

Premier bilan de la saison touristique. Si la canicule a quelque peu assombri l'humeur des agriculteurs, il en est d'autres en revanche qu'elle a épanouis : hôteliers, agents de voyages, propriétaires de terrains de camping, qui vivent des vacances. Bien que la saison estivale ne soit pas encore achevée, une certitude s'impose, comme l'a déclaré hier le secrétaire d'Etat au Tourisme, M. Gérard Ducrey : l'année 1975 aura été un « bon cru » pour les activités touristiques françaises.

Première constatation faite par les responsables français : plusieurs records absolus sont cette année tombés. C'est ainsi que, en tenant compte des réservations déjà enregistrées pour le

mois de septembre, le nombre des « journées vacances » sera cette année de l'ordre vraisemblablement de 700 millions, soit sensiblement plus qu'en 1974 (650 millions). On a d'ores et déjà calculé qu'un Français sur deux, 26 millions au total, aura pris cette année le chemin de la mer, de la montagne ou, comme on dit maintenant, de l'espace rural, c'est-à-dire de la campagne. [...]

Les étrangers ont été cette année encore plus nombreux à venir en France. Sur les 8,5 millions d'étrangers ayant en 1975 traversé notre pays, on compte que 3,5 millions d'entre eux ont passé leurs vacances sur le territoire français. [...] Par ordre d'importance, ce sont les Allemands qui viennent en tête

(leur nombre qui était de 2,7 millions en 1974) a été cette année en augmentation, ce qui tendrait à prouver que la revalorisation du franc par rapport au mark a été sans incidence sur le comportement de nos voisins d'outre-Rhin ; on trouve ensuite les Belges (2 millions) et les Néerlandais (1,5 million). [...]

Cela étant, le premier bilan des vacances 1975 permet de dégager les enseignements suivants : il se confirme, tout d'abord que la mer reste le lieu de séjour privilégié des vacanciers, puisqu'elle attire encore 45 % des Français. Une enquête effectuée par l'administration montre que la saison a été très bonne sur la Côte d'Azur et sur les plages de l'Atlantique. [...] C'est en définitive le tourisme

rural qui semble cette année être le gagnant. Selon le sondage du secrétariat d'Etat au tourisme, les Français, sous l'influence de divers facteurs (écologie, cyclotourisme, etc.) ont pris goût aux « vacances vertes ». L'espace rural attire maintenant 31 % des Français (1 % de plus qu'en 1974) alors que la montagne n'en accueille que 15 % à 16 % (20 % il y a dix ans).

Autre enseignement important de ce bilan : la crise économique a conduit les Français non pas à renoncer à leurs vacances, mais à moins dépenser. Les experts ont calculé que le budget moyen du vacancier se fixait cette année à 1.200 F, soit 8 % du revenu annuel des

ménages. Il est en outre significatif que le mode d'hébergement qui a enregistré le plus de progrès a été le camping.

On recense à l'heure actuelle 6 à 7 millions de campeurs, soit quatre fois plus qu'il n'y a de places disponibles (1,5 million). Les bons résultats enregistrés cette année n'empêchent pas, cependant, que des points noirs subsistent.

C'est ainsi que la désaffection de la clientèle américaine a été durement ressentie dans l'hôtellerie parisienne, où l'été 1975 aura été, comme le précédent, plutôt maussade. [...]

— Sélection réalisée par le service Documentation des « Echos ».



Tableau de bord = monitoring  
durable de la destination

**MODERATO®**



**ATTRACTIVITÉ  
& DURABILITÉ**  
de la destination

**ADAPTER  
ANTICIPER  
INVENTER**



La saison et le tourisme  
vus par

**LES HABITANTS**

En tant qu'habitants, quel est votre regard sur l'évolution du tourisme à La Grande Motte ?

- Son évolution au fil du temps
- Sa configuration actuelle
- Le tourisme que vous souhaitez pour demain



### **Une première vie touristique marquée par une très forte saisonnalité**

En tant qu'habitants nous avons vécu pendant de longues années dans une destination marquée presque exclusivement par l'été : une saison très forte correspondant aux dates des grandes vacances estivales. A la manière de Saint Tropez. C'était la fête, intense mais de très courte durée. La fin de l'été marquait une rupture nette. La vie permanente retrouvait sa tranquillité mais nous manquions de beaucoup d'équipements et de services dans l'année car tout fermait .

### **Une deuxième période marquée par un tourisme dégradé.**

En tant qu'habitants nous avons assisté à une dégradation générale de l'ambiance et de la clientèle touristiques. La station a vécu des années plus compliquées, la fréquentation de la station a posé des problèmes de comportements, d'incivilités, de dégradations. On a eu le sentiment que cette dégradation a eu également un impact sur l'image et sur la performance économique de notre ville. nous l'identifions comme la période « La Grande Moche ». Nous habitants, nous étions toujours heureux d'y vivre mais le sentiment de fierté collective a laissé la place à beaucoup de doutes.



### Une troisième période – actuelle - qui a vu le tourisme s'installer « quatre saisons »

- Depuis une quinzaine d'année, progressivement l'activité touristique est venue couvrir la quasi-totalité de l'année. Les clientèles succèdent aux clientèles : grande mixité populaire en été, retraités à l'automne, clientèles adultes et familles pendant toutes les périodes de vacances scolaires de l'année( même en plein hiver), les gens de la proximité qui viennent régulièrement, les résidents secondaires beaucoup plus présents, les touristes étrangers etc... La Grande Motte est fréquentée et animée toute l'année, même à Noël ou en février. Et le tourisme d'affaire qui génère de l'activité de septembre à juin. En tant qu'habitants cela nous a apporté des établissements ( restaurants, commerces, hôtels) ouverts toute l'année, des services et des équipements toute l'année également.

Nous avons conscience que ces services et ces équipements dont nous profitons à l'année sont, pour la plupart, financés par l'économie touristique.



### **Une troisième période – actuelle - qui a vu le tourisme s’installer « quatre saisons » (suite)**

- Les habitants ont vu évoluer La Grande Motte vers un tourisme plus qualitatif .

Les clientèles sont globalement plus respectueuses, le tourisme est devenu- surtout au printemps et à l’automne- aussi élégant que la station elle-même. Il faut veiller à garder ce cap car tout n’est pas parfait non plus : la haute période estivale amène une population plus disparate, des nuisances et des incivilités (non-respect des codes vestimentaires, bruit sur les plages, problèmes de poubelles) peuvent parfois altérer la cohabitation. Dans certaines résidences les boîtes à clefs ou le bruit créent des perturbations. En tant qu’habitants nous nous inquiétons de ces comportements moins civiques, le tourisme actuel fait notre qualité de vie mais il peut la dégrader aussi, c’est pourquoi nous restons attentifs.

- Le tourisme actuel nourrit notre vie sociale et culturelle

Les évènements créés dans une logique d’attractivité sont nombreux , ils impactent positivement notre condition d’habitants car nous en profitons également .

Par exemple le Salon du Livre, qui met à notre portée des auteurs célèbres, ou le Salon International des Multicoques qui nous permet de voir et visiter quelques-uns des plus beaux bateaux au monde.

Le Palais des congrès est un lieu qui nous profite également : conférences, salons (par exemple : Arts de la Table ).

Les animations organisées pour le tourisme rythment aussi notre vie d’habitants : Piano sur l’Ô , Spectacles en Liberté, feux d’artifices, Drones etc....



### **Une troisième période – actuelle - qui a vu le tourisme s’installer « quatre saisons » (suite)**

- La volonté d’être une Green Destinations est un choix judicieux pour les habitants aussi

En tant qu’habitants nous avons vu également l’évolution vers un tourisme très « vert », soucieux de la préservation de l’environnement. Les efforts de la ville pour ses habitants et de la station touristique pour ses vacanciers s’additionnent pour donner un vrai élan à cette politique . Nous en sommes les premiers bénéficiaires. Le golf arrosé par de l’eau de la station d’épuration , la thalassothérapie, les labels Ports Propres ou Pavillon Bleu, tout cela améliore notre cadre de vie, et nous a conduit au prestigieux Award d’Or de Green Destinations. Tous les habitants sont fiers de cela.

- L’image de la Ville est devenue un élément de fierté.

Les nombreux articles dans la presse, les reportages et séries TV tournés à LGM contribuent à la bonne image de la Ville. L’article dans le New York Times a été aussi une sorte de consécration, en tant qu’habitants nous en sommes très fiers.

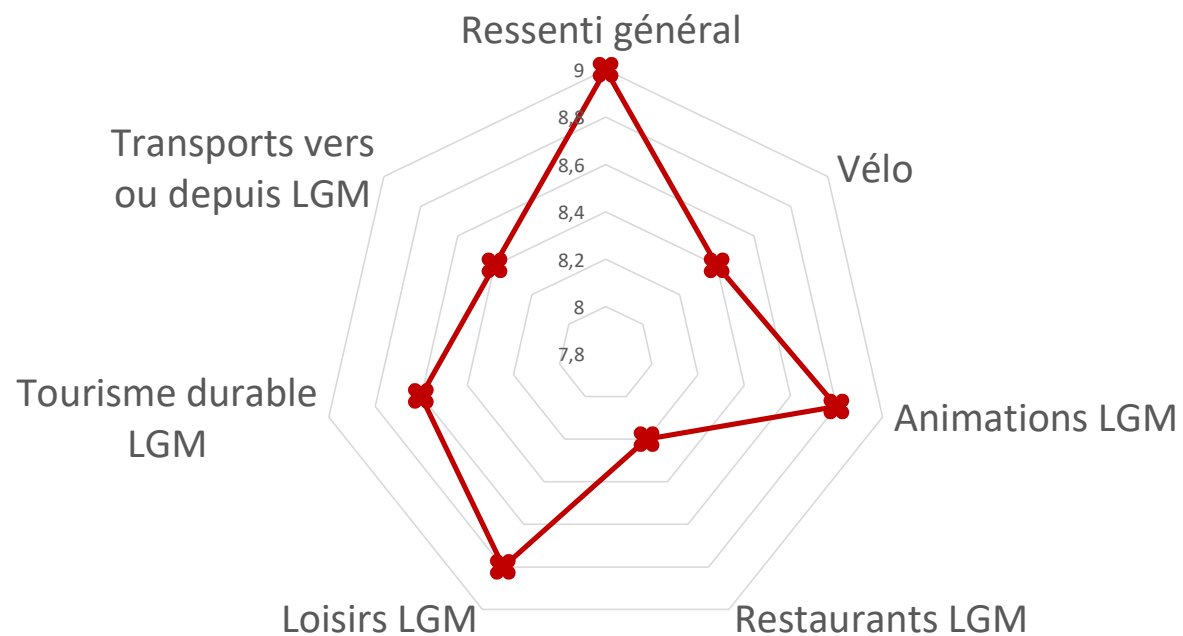
**=> EN CONCLUSION : Les habitants apprécient de vivre toute l’année dans l’ambiance dynamique et festive que crée le tourisme, nous donnant le sentiment « d’habiter en vacance »s à LGM. Nous sommes conscients de tirer le meilleur profit de toute l’offre touristique, dont nous sommes les premiers consommateurs. Nous sommes en totale adéquation avec les axes du tourisme – patrimonial, Green, durable, culturel, qualitatif – et nous voulons que la ville poursuive dans ce sens. Nous souhaiterions que les jeunes soient davantage ciblés, car un jour ce sont eux qui devront prendre notre relais. Et nous gardons certains points de vigilance : la sécurité, la qualité, les comportements notamment.**



ENQUÊTE DE SATISFACTION DESTINATION LGM du 1<sup>er</sup> août au 8 octobre 2025

ENQUÊTE DE SATISFACTION DESTINATION

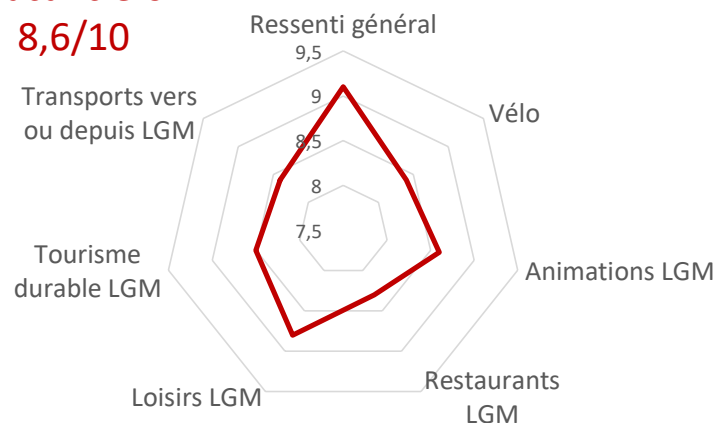
SATISFACTION LGM  
8,6/10



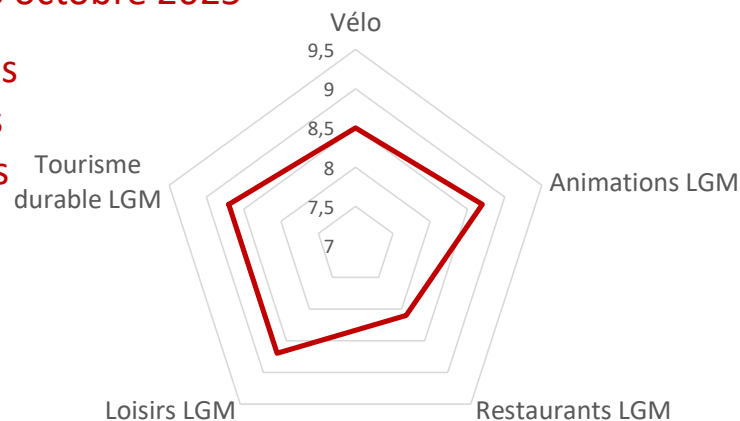


## ENQUÊTE DE SATISFACTION DESTINATION LGM du 1<sup>er</sup> août au 8 octobre 2025

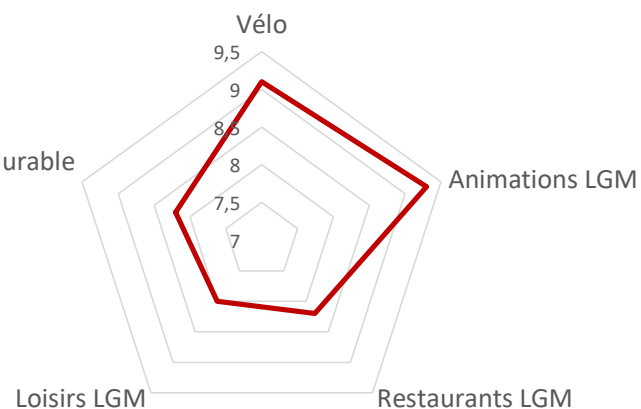
### Vacanciers 8,6/10



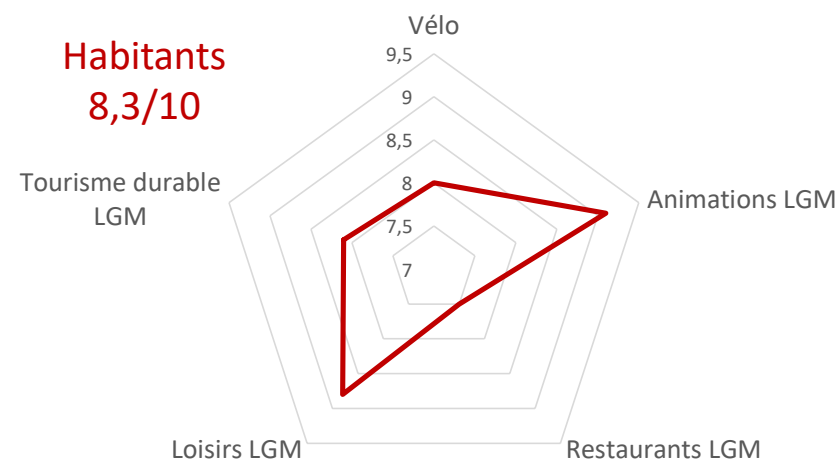
### Propriétaires Résidences secondaires 8,5/10



### Excursionnistes 8,6/10



### Habitants 8,3/10





VISITEURS



HABITANTS



HEBERGEURS



RESTAURANTS



LOISIRS



COMMERCES



ACCUEIL



ATTRACTIVITE  
& ECONOMIE



SATISFACTION &  
ACCEPTABILITE



ENERGIE  
& DECHETS



RESSOURCES  
NATURELLES



CLIMAT &  
RESILIENCE



ORGANISATION  
& SERVICES  
COLLECTIFS



ECONOMIE SOCIALE  
& SOLIDAIRE



**CLIMAT**

## CLIMAT



Attractivité

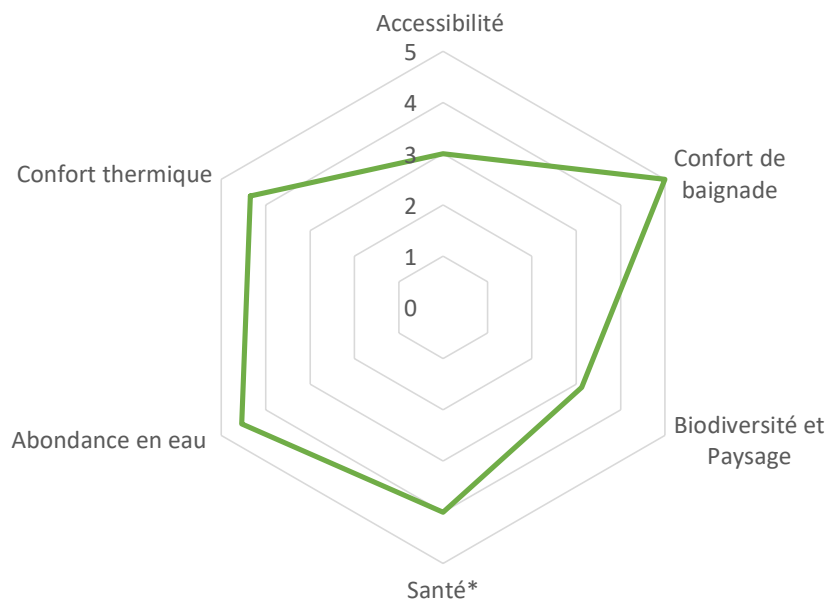


Changement Climatique

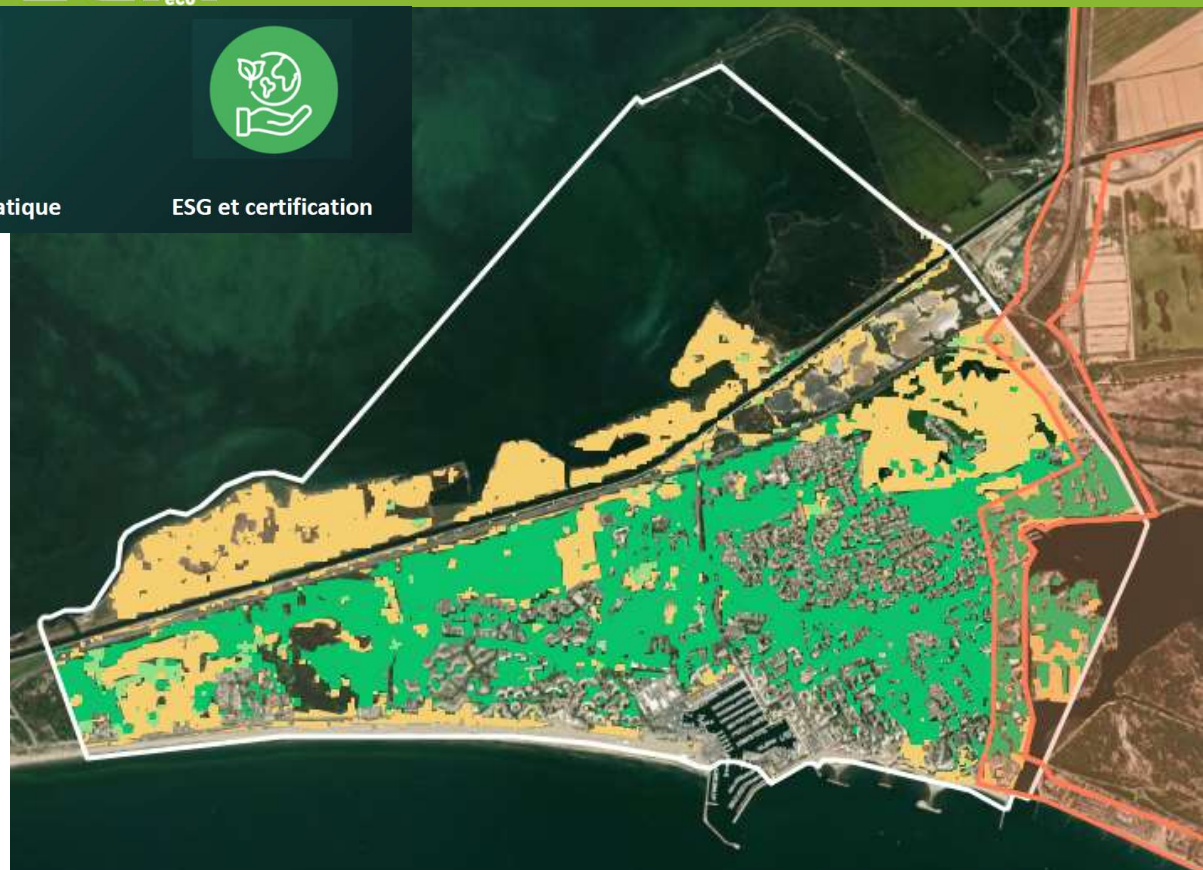


ESG et certification

## ATTRACTIVITE



\* Impact des conditions environnementales sur la santé des visiteurs (qualité de l'air, présence d'infrastructures de soins et activités favorisant le bien-être).



**264.05ha**

Surface urbaine

27.6%  
de la partie terrestre

**425.56ha**

Surface aquatique

30.8%  
de la zone

**110.62ha**

Surface protégée

11.6%  
de la zone

**562.99ha**

Surface végétale

58.9%  
de la partie terrestre

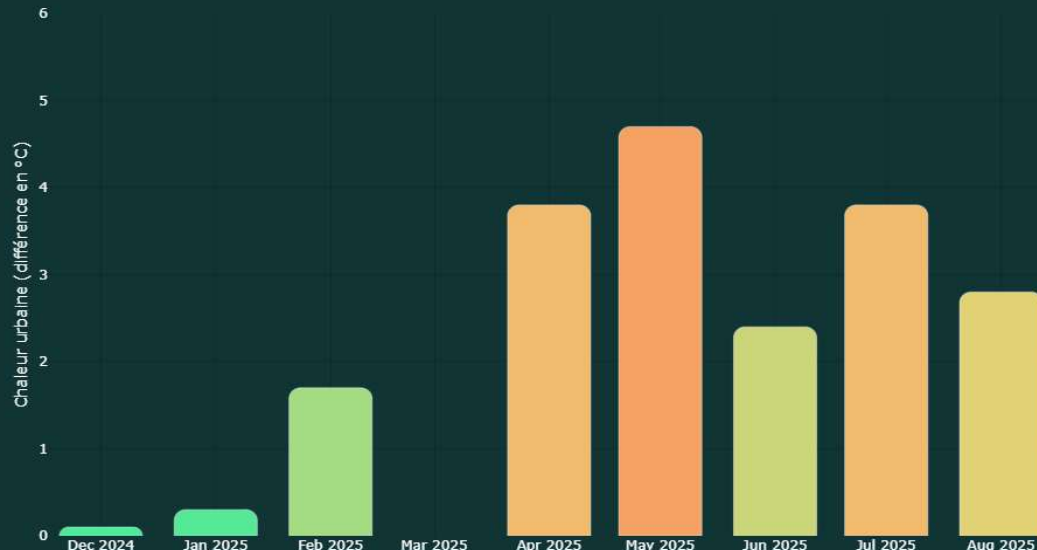
# CLIMAT



## Evolution du nombre de jours chauds Temporalité: mensuelle



## Evolution de la chaleur urbaine Temporalité: mensuelle



**Jours chauds**  
**86/89**  
Jours où la température maximale est supérieure à 25°C



**Jours de pollution**  
**22/89**  
Jours où la pollution de l'air a dépassé des seuils de l'OMS



**Jours de pollen**  
**88/89**  
Jours où le volume de pollen dans l'air est susceptible de causer des allergies



**Chaleur urbaine**  
**3°C**  
Différence de température entre zones urbaines et naturelles. Un contraste élevé peut indiquer un inconfort urbain dû à la température, voire un danger pour la santé



## Scores de chaleur urbaine

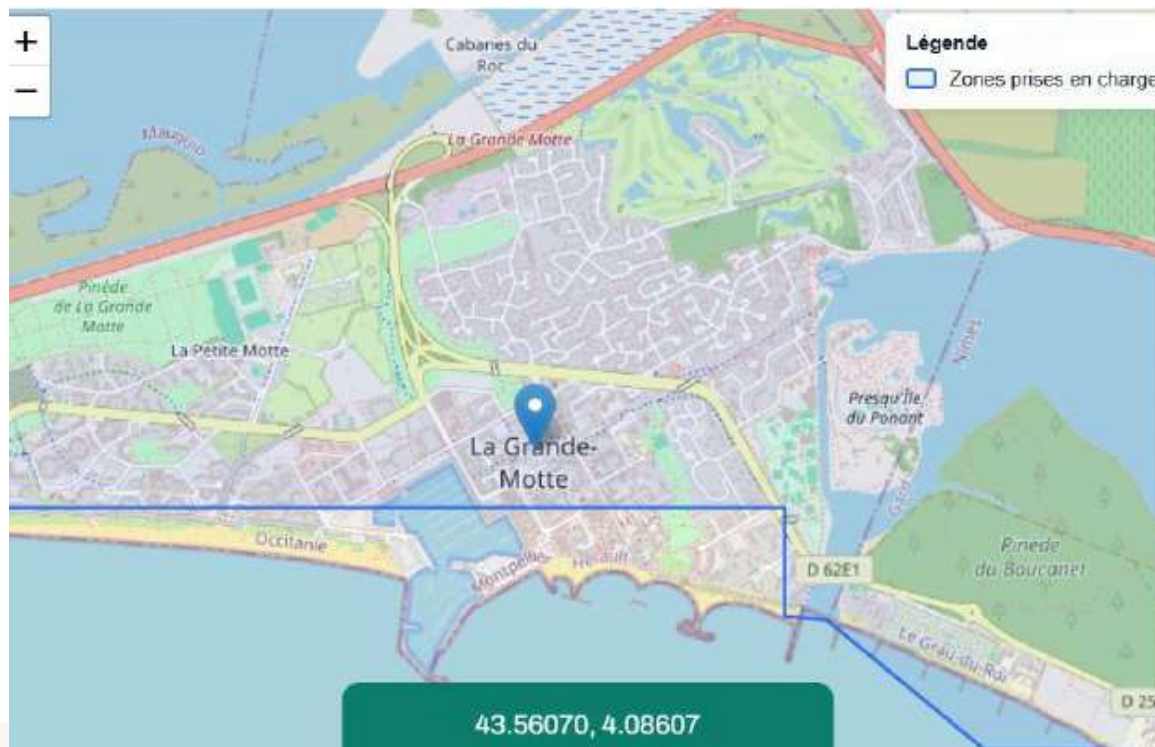
3°C - La Grande-Motte  
4.8°C - Montpellier  
3.7°C - Mauguio

**CONFORT  
URBAIN**

**Santé de la végétation**  
**58.3%**  
Evaluation de la vigueur et de la quantité de végétation dans la zone.



# LA RÈGLE DES 3- 30-300



## Oui

au moins 3 arbres visibles depuis  
votre position

## 35 %

de couverture arborée dans un  
rayon de 500 m

## 6 m

de l'espace vert le plus proche

## La règle des 3-30-300

- 3 arbres visibles : chaque habitant devrait voir au moins 3 arbres de taille significative depuis sa fenêtre, pour bénéficier directement de leurs effets psychologiques (apaisement, réduction du stress, lien avec la nature).
- 30 % de canopée : chaque quartier devrait atteindre un minimum de 30 % de couverture végétale (canopée arborée), afin de rafraîchir l'air, capter les polluants, favoriser la biodiversité et améliorer le cadre de vie.
- 300 mètres maximum d'un espace vert : chaque logement devrait se situer à moins de 300 mètres d'un parc, jardin ou espace vert accessible, garantissant un accès équitable aux bienfaits sociaux, sanitaires et écologiques de la nature en ville.



# 2100

UN CLIMAT DIFFÉRENT AUQUEL IL FAUDRA S'ADAPTER.

2 fois plus de jours  
avec risque de feux  
62 jours au lieu de 34.

3 fois plus de nuit  
chaudes  
98 nuits au lieu  
de 38



CLIMAT

Entre  
+2,9C° et  
+4C° l'été

1/3  
de précipitations en  
moins l'été  
Des sols plus secs

## SOLUTIONS :

- Rendre les bâtiments plus sobres en énergie et en eau, plus efficaces énergétiquement, et développer une production d'énergie renouvelable locale (photovoltaïque, thalassothermie, etc.)
- Augmenter l'usage du vélo et du vélo électrique, de la marche, des transports en commun, etc.
- Optimiser l'usage de la voiture et électrifier le parc : plus de véhicules électriques, des véhicules mieux remplis et plus légers.
- S'adapter au futur climat : vers une saison touristique plus étalée dans l'année et un pic estival moins marqué ?



## TRAIT DE COTE

Evolution du stock de sable marin  
(engraissement vs séquestration)



## EROSION DE LA PLAGE



M<sup>2</sup> séquestrés  
N / N-1

XXXX

Centre-ville : ○ ○ ○ ● ○

Couchant : ○ ○ ○ ● ●

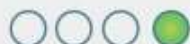
Grand Travers : ○ ○ ○ ● ●

## TRAME VEGETALE

Variation de la surface totale végétalisée



Etat de santé de la couverture végétale



Entretien et plan de gestion (transition)



Etat de la lentille d'eau



Menaces



## DESIMPERMEABILISATION



ACCUEIL



ATTRACTIVITE  
& ECONOMIE



SATISFACTION &  
ACCEPTABILITE



ENERGIE  
& DECHETS



RESSOURCES  
NATURELLES



CLIMAT &  
RESILIENCE



ORGANISATION  
& SERVICES  
COLLECTIFS



ECONOMIE SOCIALE  
& SOLIDAIRE



## ENERGIE & DECHETS



## ÉLECTRICITÉ RENOUVELABLE

100% photovoltaïque

**8,1%**

Ratio production  
d'électricité  
renouvelable/consommation  
d'électricité

PAYS DE L'OR

**0,5%**

Ratio production  
d'électricité  
renouvelable/consommation  
d'électricité

LA GRANDE MOTTE

## LA GRANDE MOTTE

### FACTURE ÉNERGÉTIQUE DE LA DESTINATION

- ✓ Facture énergétique sur le territoire de la commune : **32** millions €
- ✓ Facture énergétique par habitant : **3 768 €** par habitant

**64%** CHAUFFAGE ELECTRIQUE

**-1%** consommation électrique

**47%** Part du résidentiel

**= 36 MWH**

**6%** CHAUFFAGE GAZ

**+3%** consommation gaz

**52%** Part du résidentiel

**= 18 MWH**



## ENERGIE ET DÉCHETS



### ENERGIE - THALASSOTHERMIE



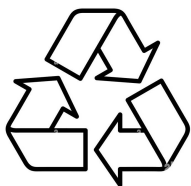
70%  
D'ÉNERGIE  
RENOUVELABLE



2 000  
ÉQUIVALENTS  
LOGEMENTS  
ALIMENTÉS



5 385 tonnes de  
déchets  
collectés durant  
la saison

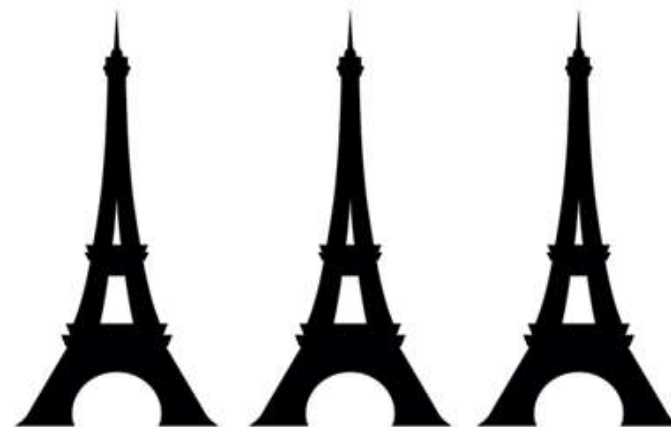


50% des  
déchets sont  
dus au tourisme

Jusqu'à 80% de  
biodéchets dans  
les ordures  
ménagères



## LES DÉCHETS



En 2025, le volume de déchets générés par l'activité touristique à La Grande Motte est équivalent au volume de 3 Tour Eiffel.



**965 Kg**  
Déchets produits par  
habitant en 2024

**- 10,5%**  
Baisse du poids de la  
poubelle grise entre  
2018 et 2024

**27%**  
Du contenu de la  
poubelle jaune n'est pas  
conforme



## LES DÉCHETS



### L'ASSOCIATION SYNERGIE PAYS DE L'OR

représente 26 membres sur l'année 2025 (15 La Grande Motte).

LA VALORISATION DES BIODÉCHETS (DÉCHETS ALIMENTAIRES) SUR L'ANNÉE 2025 EST ESTIMÉE À **80 TONNES** PAR LE BIAIS DES MEMBRES DE L'ASSOCIATION SOIT L'ÉQUIVALENT DE 15 TONNES DE COMPOST.

L'année 2026 servira de comparatif à cette première année 2025 sur la collecte des déchets ménagers et bio déchets.

Objectif : réduction des déchets dès l'année 2026 en favorisant une campagne d'affichage dans les établissements auprès de la clientèle.

Volonté générale de consolider cette unité des professionnels dans les années à venir pour répondre aux exigences environnementales et pouvoir négocier des tarifs dans d'autres domaines (énergie, eau, ...).



## ENERGIE ANNUELLE

Evolution de la  
consommation électrique

-1%

Evolution de la  
consommation de gaz

+3%

PRODUCTION LOCALE  
(thalassothermie, photovoltaïque...)

MWh

%

## ACTIONS EN ECONOMIE D'ENERGIE

Ville : ☐ ☐ ☐ ☒

Professionnels : ☐ ☐ ☒ ☐

Vacanciers : ☐ ☐ ☒ ☐

Habitants : ☐ ☐ ☒ ☐



## DECHETS SAISON 2025



Evolution du tonnage  
N / N-1

%

Part du tourisme :

50%



Part des biodéchets  
non triés (poubelles grises)



Huiles de friture



Compostage



ACCUEIL



ATTRACTIVITE  
& ECONOMIE



SATISFACTION &  
ACCEPTABILITE



ENERGIE  
& DECHETS



RESSOURCES  
NATURELLES



CLIMAT &  
RESILIENCE



ORGANISATION  
& SERVICES  
COLLECTIFS



ECONOMIE SOCIALE  
& SOLIDAIRE



# RESSOURCES NATURELLES

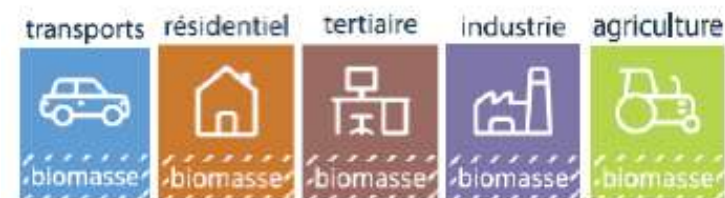
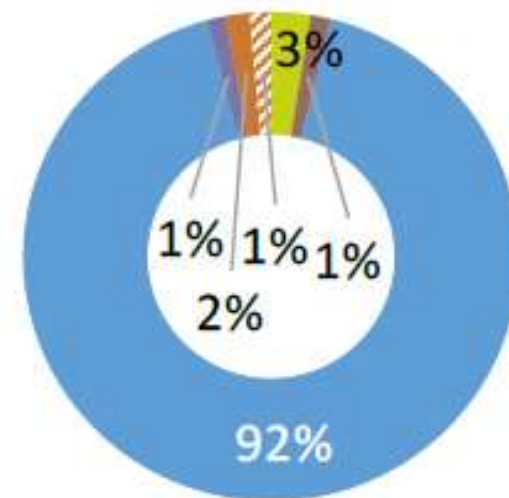


- QUEL AIR RESPIRONS-NOUS ? Zoom sur le dioxyde d'azote

Emis lors de combustion, principalement par le trafic routier



AIR  
QUALITÉ DE  
L'AIR



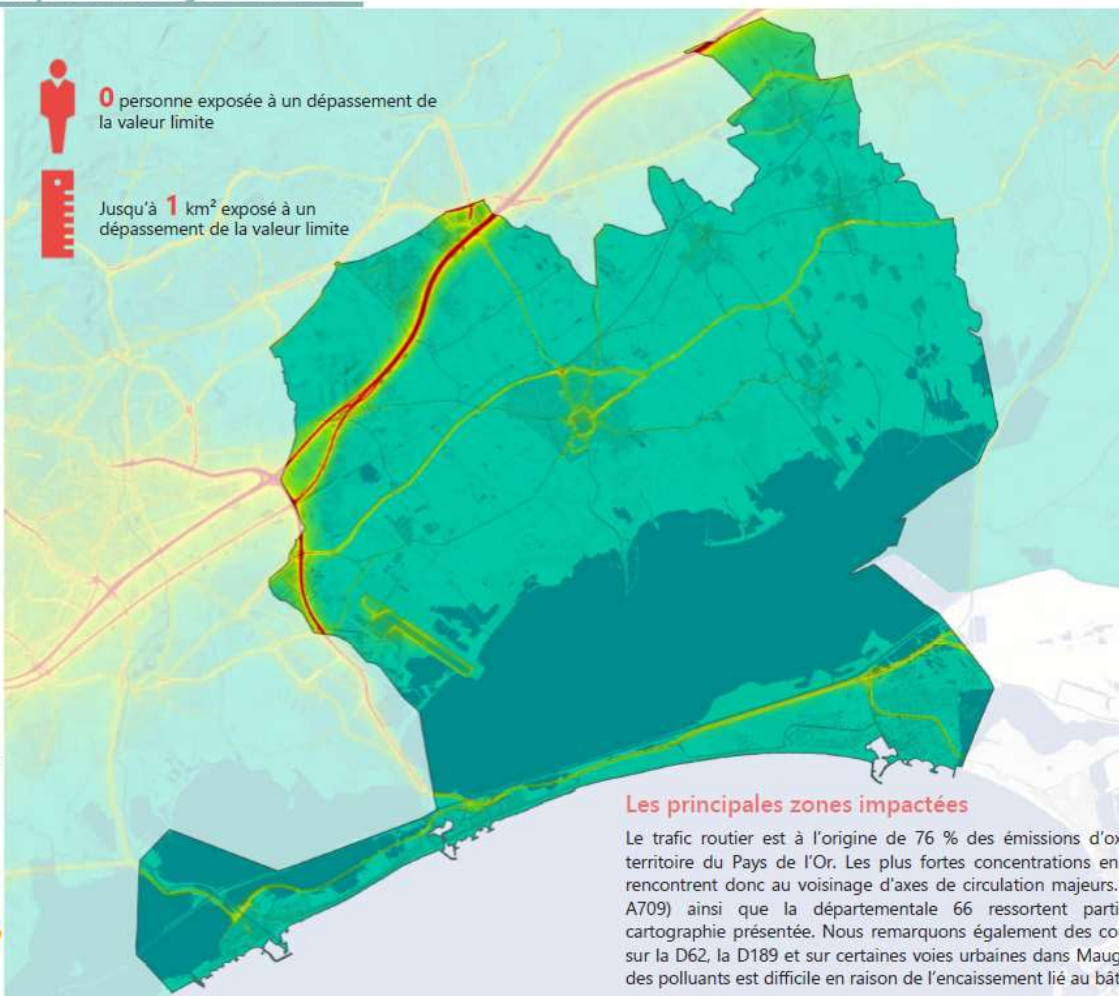
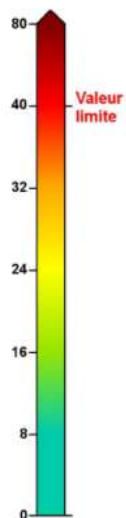


## ► **Aucun dépassement de la valeur limite annuelle** pour la protection de la santé

### L'exposition chronique au dioxyde d'azote

Situation du  $\text{NO}_2$  pour la protection de la **santé**  
(en  $\mu\text{g}/\text{m}^3$  - Moyenne annuelle)

2024



#### Les principales zones impactées

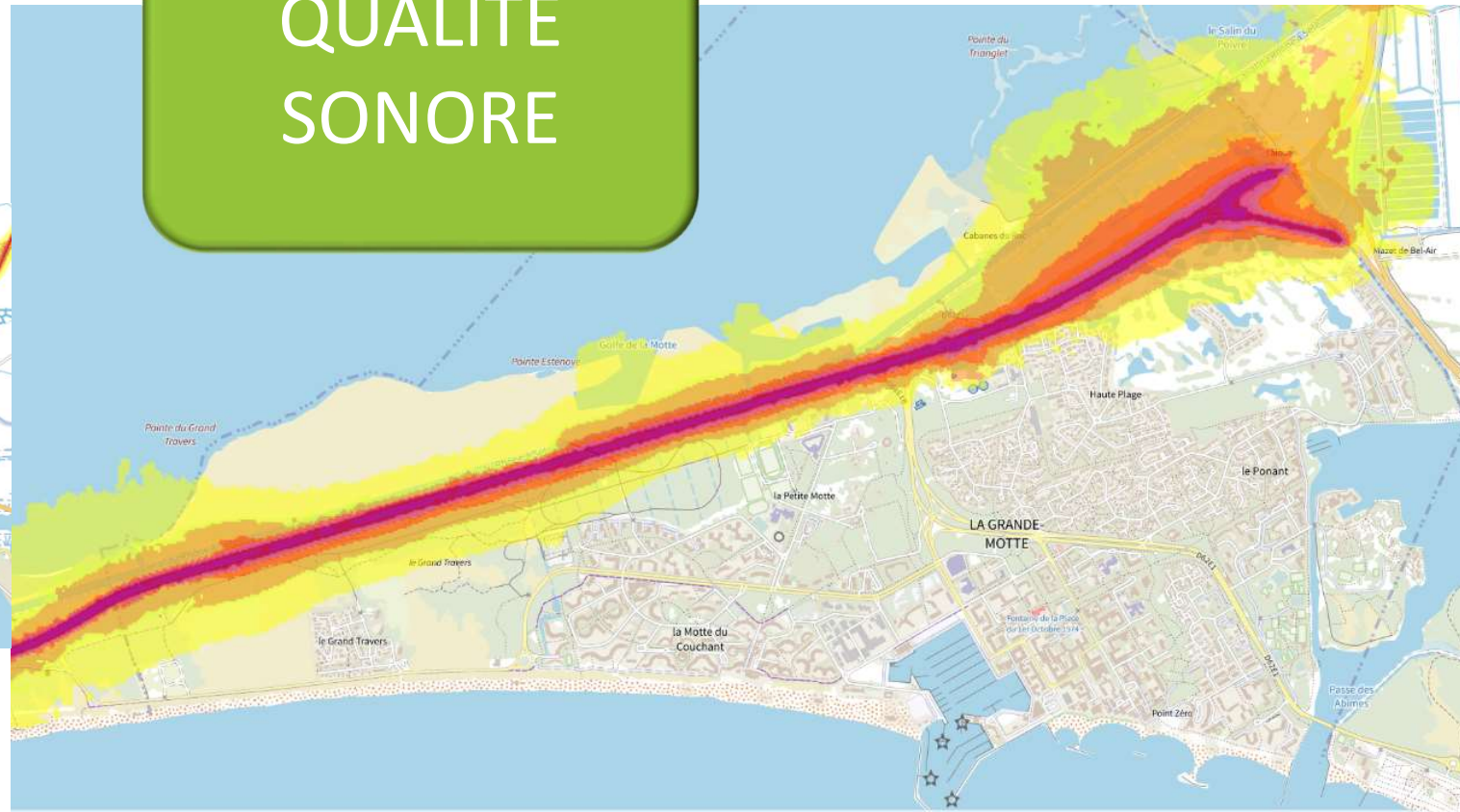
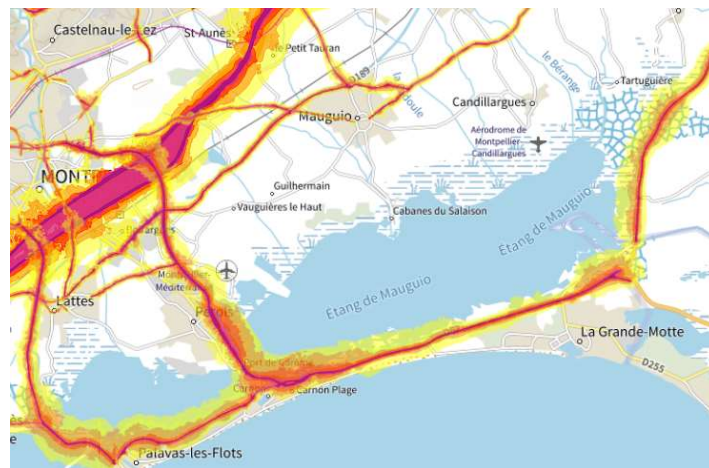
Le trafic routier est à l'origine de 76 % des émissions d'oxydes d'azote sur le territoire du Pays de l'Or. Les plus fortes concentrations en dioxyde d'azote se rencontrent donc au voisinage d'axes de circulation majeurs. Les autoroutes (A9, A709) ainsi que la départementale 66 ressortent particulièrement sur la cartographie présentée. Nous remarquons également des concentrations élevées sur la D62, la D189 et sur certaines voies urbaines dans Mauguio où la dispersion des polluants est difficile en raison de l'encaissement lié au bâti.



**CBS Carte de type A indice LD**

- de 55 à 60 dB(A)
- de 60 à 65 dB(A)
- de 65 à 70 dB(A)
- de 70 à 75 dB(A)
- supérieur à 75 dB(A)

# QUALITÉ SONORE





## EAU POTABLE

- **1 410 000 M3** Consommation moyenne eau potable de 2018 à 2025
- **75%** consommée d'avril à octobre
- **10%** Campings et Villages vacances (activités sur 6 mois)
- **50%** résidences collectives
- **40%** Baisse de la collectivité (fermeture des douches....)

### EFFORT RÉALISÉS

- Collectivité ●
- Pros ●●
- Usagers (tourisme et habitants) ●●



Deux origines différentes :

- 75% de l'eau potable du territoire provient du canal du Bas Rhône.
- Nappe du Villafranchien (Nappe de Mauguio-Lunel) 10 forages disséminés



SAISON 2025  
CONSOMMATION  
**1 007 542 M3**  
**-2%**

## REUT

ARROSAGE GOLF

**55 000M<sup>3</sup>**

**16% D'EAU REUT SUR L'ANNÉE 2025**

Utilisation d'une eau qui était jetée dans le Canal du Rhône.

### PISTE DE PROGRÈS

La REUT pour les espaces verts





## MER

QUALITÉ EAU :

- 2 ÉPISODES POLLUTION
  - 1 ALERTE INEXPLIQUÉE
  - 1 ALERTE À LA DEMANDE DE LA VILLE

### LE NETTOYAGE RAISONNÉ DES PLAGES

L'Agglomération du Pays de l'Or est en charge de l'entretien des 18 kilomètres de plage.

Tous les jours durant la période estivale, des engins motorisés du pôle Environnement de l'Agglomération du Pays de l'Or nettoient les plages de La Grande Motte, Carnon et Palavas-les-Flots. Et régulièrement dans la journée, des saisonniers munis de pinces et de sacs arpentent à leur tour le sable pour ramasser les déchets et permettre à tous de profiter d'une plage propre.



QUALITÉ EAU  
DE BAINNADE

LGM SAISON 2025

Qualité Excellente





DES GÉOMÈTRES MESURENT  
L'ÉROSION SUR 6 POINTS, CE QUI  
PERMET À LA VILLE DE  
DOCUMENTER UN SUIVI ANNUEL.



## TRAITS DE CÔTE

L'AGGLOMÉRATION DU PAYS DE  
L'OR A LANCÉ UN ÉTUDE DE  
MODÉLISATION POUR ÉTUDIER  
LES ÉVOLUTIONS SUR LES  
PROCHAINES ANNÉES.  
LES RÉSULTATS SERONT  
DISPONIBLES EN 2026

### STOCKS DE SABLE

Séquestration ● ●

Rechargement ● ●



LA  
GRANDE  
MOTTE

TRAIT DE COTE



JUN 2025  
JUILLET 2024

0 500 1000 m

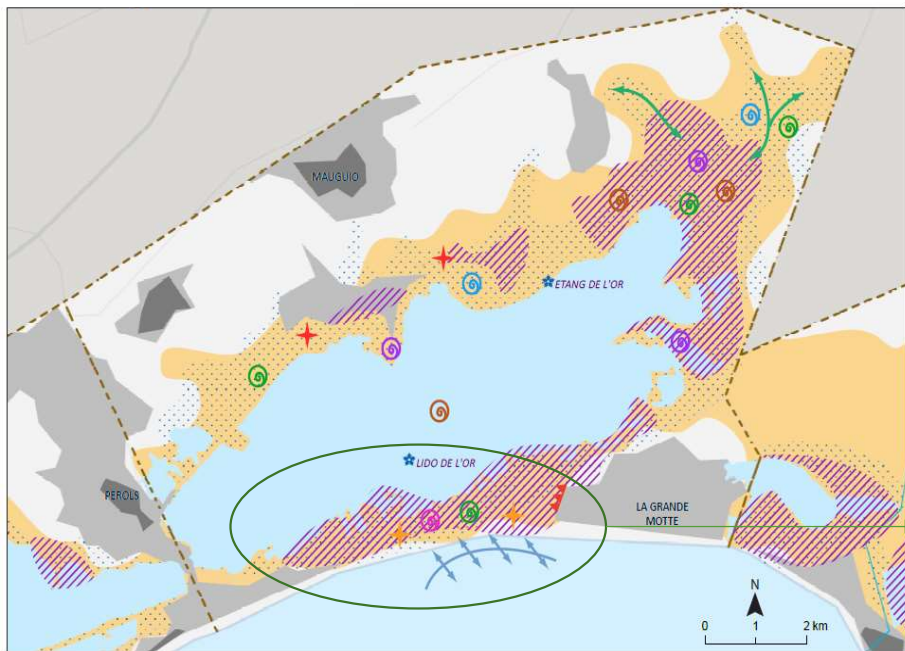
ECHELLE

JUN 2025 - DOSSIER N° 25 163

LA  
GRANDE  
MOTTE



## RESSOURCES NATURELLES



Domaine protégé  
du Conservatoire  
(pâles)



## TRAIT DE CÔTE

35 000 m<sup>2</sup> de dunes reconstituées



### DOMAINE PROTÉGÉ DU CONSERVATOIRE

Le Lido du Petit et Grand Travers  
Cordon littoral séparant l'Etang de l'Or et la mer s'étendant  
entre Carnon et La Grande Motte.

- **151** espèces protégées recensées sur le site
- **75%** du site couvert par des habitats naturels protégés.
- Plus d'**1 000 000** de visiteurs sur les deux mois d'été, avec une moyenne de **17 000** visiteurs par jour.
- **60 %** des flux arrivent par La Grande Motte (dont 66 % des visiteurs en voiture – enjeu de développement des mobilités douces).

Conservatoire du  
**littoral**

#### LA PRÉSERVATION

des milieux naturels et des paysages remarquables et menacés.

#### L'ÉQUILIBRE

des littoraux et la prise en compte du changement climatique par une gestion raisonnée avec ses partenaires locaux.

#### L'ACCÈS ET L'ACCUEIL

du public dans le respect des sites pour une sensibilisation à la préservation de l'environnement

#### LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

pour toutes les activités présentes sur les sites (agriculture, gestion du patrimoine...)



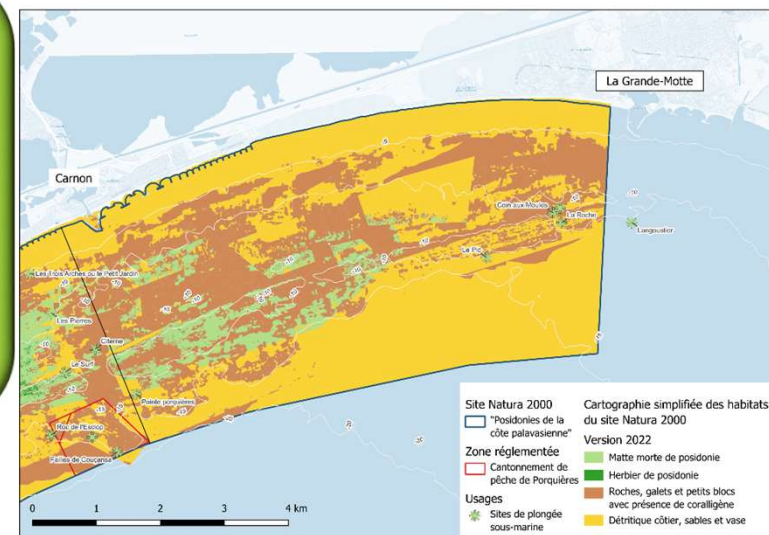
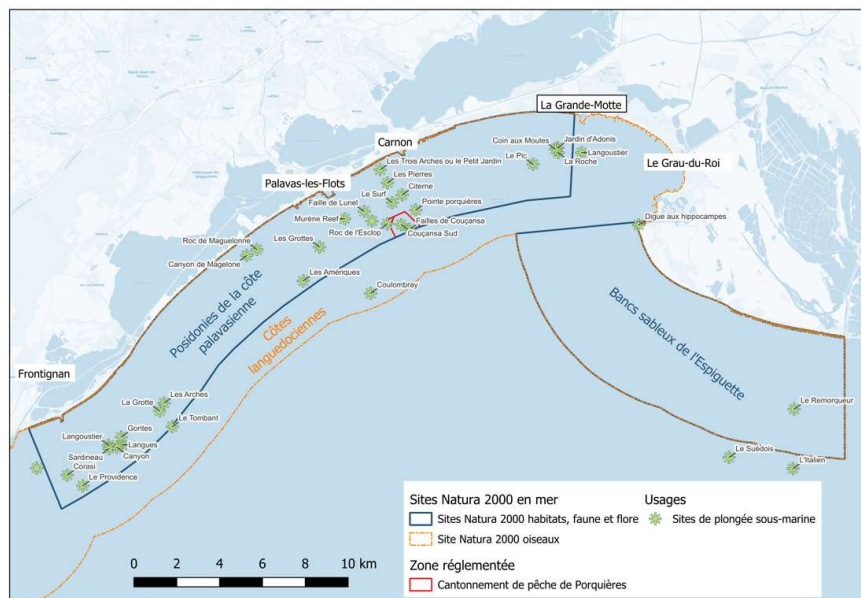


## RESSOURCES NATURELLES



### ENTENTE INTERCOMMUNALE DU GOLFE D'AIGUES MORTES

# FONDS MARINS



Sète Agglopôle Méditerranée, Montpellier Méditerranée Métropole, Pays de l'Or Agglomération et Terre de Camargue partagent 60 km de littoral au sein du golfe d'Aigues Mortes.

Les quatre intercommunalités ont créé une Entente intercommunale pour développer une approche globale des problématiques environnementales portant sur le milieu marin situé entre les communes de Frontignan et du Grau du Roi.





## ENTENTE INTERCOMMUNALE DU GOLFE D'AIGUES MORTES

LA SURFACE TOTALE DU SITE NATURA 2000 FAIT 11 000 HA DONT 3196 HA PETIT TRAVERS + GRAND TRAVERS

QUELQUES DONNÉES SUR LA RÉSERVE DE PALAVAS /ESPÈCES DE POISSONS RECENSÉS :

2016  
14

2018  
19

2024  
45





### LA PALANQUÉE CLUB DE PLONGÉE LGM

#### 1. Un constat : nos fonds marins ont changé

« Quand on plonge aujourd'hui, on ne voit plus tout à fait la même mer que celle d'il y a 30 ou 40 ans. »

- Les anciens du club s'en souviennent bien : les **herbiers de posidonie**, qui formaient de véritables prairies sous-marines, ont quasiment disparu de notre littoral.
- Ces herbiers, essentiels à la vie marine (zone de nurserie, d'oxygénation, de protection des fonds), sont absents depuis près de **quarante ans**.
- La **pression humaine**, la **pollution**, le **réchauffement**, mais aussi **l'aménagement côtier** ont profondément modifié les écosystèmes.

👉 **Bref : nos fonds se sont dégradés... mais tout n'est pas perdu.**



#### 2. Des signes encourageants

« Malgré tout, nos plongées réservent encore de belles surprises. »

- Cette année, plusieurs plongeurs ont observé **de jeunes mérous à la Grande Motte**, preuve que certaines espèces protégées **reviennent progressivement**.
- Nous avons aussi noté la présence de **langoustes**, de **seiches**, et de **bancs de sars et de daurades** plus fréquents qu'auparavant.
- Cela montre que les **mesures de protection** et la **limitation de la pêche sur certaines zones** commencent à porter leurs fruits.

👉 **La Méditerranée reste vivante, résiliente, et pleine de ressources.**



### 3. De nouvelles espèces : un signe du changement climatique

« En revanche, on observe une vraie évolution dans la composition des espèces. »

- De nouvelles espèces, s'installent durablement dans notre région :
  - Le baliste
  - Le poisson-lune
  - La murène
  - Un poulpe à long bras a été observé par le Seaquarium
- Ces espèces témoignent d'un **réchauffement global de la Méditerranée** : la température moyenne des eaux a augmenté de près de **1,5°C en 40 ans**.

👉 Notre mer change, et il est de notre responsabilité de **continuer à observer, documenter et sensibiliser**.







**Théo Bonnefous**  
Photographe et vidéaste animalier

## OBSERVATION DES ESPÈCES DURANT DEUX ANNÉES

- ✓ Une biodiversité riche et de haute valeur patrimoniale
- ✓ Une coexistence spatiale sans tension critique entre les espèces et la fonction touristique
- ✓ Les changements climatiques ont modifié la présence et la cartographie des espèces. Raréfaction d'espèces traditionnelles/arrivée de nouvelles espèces.

### THÉO BONNEFOUS

Scientifique de formation, naturaliste de métier et photographe animalier.

Il a observé et photographié durant deux ans les différentes espèces sauvages de La Grande Motte.



RESSOURCES NATURELLES





RESSOURCES NATURELLES





**Une mission de photographies animalières a été conduite en 2024 et 2025.**









### CYCLE DE L'EAU BRUTE

Utilisation d'une eau non traitée pour l'arrosage des espaces verts, qui crée une lentille d'eau douce.

Ce réservoir évite une remontée de l'eau salée et préserve les arbres.

La pluviométrie n'étant pas suffisante, l'arrosage permet avec l'eau brute aussi de reconstituer cette lentille d'eau douce.



### BIODIVERSITÉ

### PLAN DE GESTION AVEC L'ADAPTATION DES ESSENCES PAR RAPPORT AU CHANGEMENT CLIMATIQUE



Préservation dans la durée

LA  
GRANDE  
MOTTE

#### GESTION DES ESPACES VERTS

La ville de La Grande Motte s'étend sur une **surface de 1500 ha**. Environ **70%** de celle-ci sont occupés par des espaces végétalisés, qu'ils soient naturels ou espaces verts urbains. Fort d'un total de plus de **36 000 arbres plantés à l'origine** dont 23 000 arbres hors boisements et golf, le patrimoine arboré de la ville est composé de 2/3 de conifères, 1/3 de feuillus. Les pelouses et gazons de la station n'ont jamais subi de traitements herbicides sélectifs ni de réensemencement particulier. La mise en œuvre de la loi Labbé dite « zéro phyto » a conduit à renforcer l'usage des plantes couvre-sols sur des surfaces croissantes.

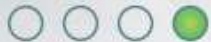


## EAU

### Gestion de la ressource



### Economie/consommation d'eau potable



N-1 : - 2%

### Qualité de l'eau potable



### Qualité des eaux de baignade



## MILIEUX

Plages

Dunes

Mer

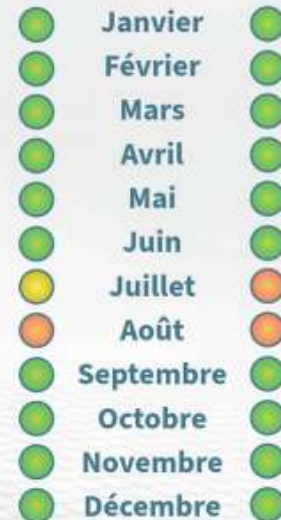
Pinèdes

Etangs et lagunes



## BIODIVERSITE

### Terrestre



### Sous-marine



## QUALITE DE L'AIR

Janvier

Février

Mars

Avril

Mai

Juin

Juillet

Août

Septembre

Octobre

Novembre

Décembre



ACCUEIL



ATTRACTIVITE  
& ECONOMIE



SATISFACTION &  
ACCEPTABILITE



ENERGIE  
& DECHETS



RESSOURCES  
NATURELLES



CLIMAT &  
RESILIENCE



ORGANISATION  
& SERVICES  
COLLECTIFS



ECONOMIE SOCIALE  
& SOLIDAIRE

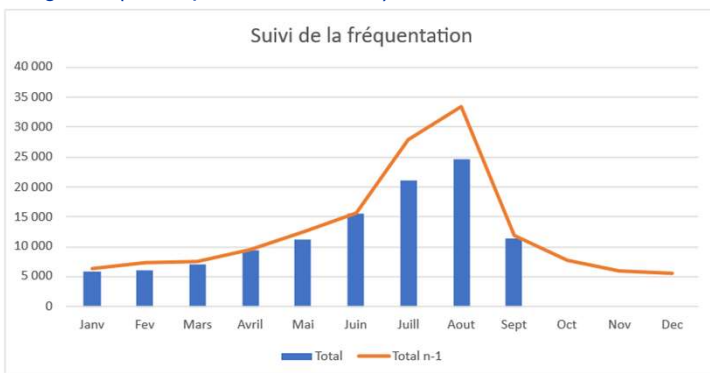


# ORGANISATION & RÉSILIENCE



## TRANSPORTS EN COMMUN

## Ligne 4 (Transp'Or &amp; Mobilités)



Mobilité des saisonniers : ajout de deux courses estivales le soir pour la ligne 4 (et 1), en correspondance avec les deux derniers tramways métropolitains (avec le soutien financier de l'UMIH 34). Derniers départs de La Grande Motte à 00h10 et 01h10.

## Ligne 632 (liO – Hérault Transport)

Ligne estivale qui devient ligne régulière : prolongation de la ligne sur la période hivernale entre **La Grande Motte** (La Poste / Lycée Nd de la Merci) et **Lunel** (Gare Multimodale / Lycée Feuillade) sur des horaires domicile - travail



## COVOITURAGE

## En 2025

**11 386 trajets** ont eu pour point de départ ou d'arrivée La Grande Motte, cela représente :

- **27 %** des trajets totaux réalisées sur le territoire du Pays de l'Or
- **18 673 €** d'incitations financières reversées
- Près de **28 tonnes** de CO2 économisées

**7 500 covoitureurs sur le territoire**

52 places de covoiturage sur le territoire



LGM : Aire de covoiturage en projet



## DEVELOPPEMENTS 2025 DES MOBILITÉS DOUCES

### DES ABRIS VÉLOS SÉCURISÉS

#### 3 sites

- Place du Forum – **8 stationnements**
- Avenue Jean Bene – **6 stationnements**
- Espace Grand Bleu – **6 stationnements**

Systeme d'accès via l'application **Diwio**



  
**MOBILITÉS**  
VÉLO



**6KM**

D'EUROVÉLO 8 / VIARHÔNA

**15KM**

DE VOIES VERTES

8 établissements d'hébergements touristiques labélisés  
Accueil Vélo en **2025**

**18km**

de voies cyclables construites  
par l'Agglomération du Pays  
de l'Or

**977**

subventions octroyées pour  
l'achat de vélos à assistance  
électrique entre 2020 et 2023

**205k €**

d'aides de l'agglomération  
pour les vélos à assistance  
électrique



2025

**Atteintes aux personnes**



**Atteintes aux biens**



**Sécurité plage**



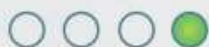
**Sécurité routière**





## SECURITE

### Atteintes aux personnes



### Atteintes aux biens



### Sécurité plage



### Sécurité routière



## MOBILITES

### Transports collectifs aggro



### Transports intermodaux



### —— Vélo ——

#### Offre

#### Demande



### Label accueil vélo



ACCUEIL



ATTRACTIVITE  
& ECONOMIE



SATISFACTION &  
ACCEPTABILITE



ENERGIE  
& DECHETS



RESSOURCES  
NATURELLES



CLIMAT &  
RESILIENCE



ORGANISATION  
& SERVICES  
COLLECTIFS



ECONOMIE SOCIALE  
& SOLIDAIRE



# ÉCONOMIE SOCIALE & SOLIDAIRE



115 EMPLACEMENTS  
RÉSERVÉS EN FAVEUR  
DES VÉHICULES  
PORTANT UNE CARTE



10 HÉBERGEURS  
5 LOISIRS  
3 PLAGES





En 2025, seulement 20% des professionnels du tourisme sont engagés dans une démarche d'éco-labellisation

2025



En 2025, La Grande Motte a été labellisée Green Destinations



LE   
CONTRAT  
SOCIAL

Une volonté de Charles De Gaulle  
La Mission Racine du 18 juin 1963 pour aménager  
le littoral du Languedoc Roussillon

Les objectifs du premier « contrat » :

- ✓ **Sociaux** : démocratiser l'accès aux vacances (Loi sur les congés payés, clubs de vacances ...), offrir l'accès à la mer à des millions de personnes
- ✓ **Economiques** : créer des emplois, attirer les touristes étrangers, dynamiser la région, favoriser les investissements, créer de grandes infrastructures (Ports, A9, ...)
- ✓ **Environnementaux** : gérer les conflits entre urbanisation et préservation des zones naturelles et des paysages
- ✓ **Urbanistiques** : planification volontariste, expérimentation urbanistique et architecturale.



Le 1<sup>er</sup> contrat social touristique de LGM est donc défini par le chef de l'Etat.

## Le « contrat » est enrichi par Jean Ballardur et son équipe : l'intégration de dimensions et valeurs nouvelles.

- ✓ Invention d'un nouveau modèle d'urbanisme et d'architecture balnéaire inspirant et universel
- ✓ Recherche philosophique et pratique du bonheur en vacances : construire un jardin d'Eden, domestiquer la nature pour un environnement au service du bonheur des humains
- ✓ Récit d'une histoire symbolique de LGM : donner à tous les habitants du sens à la ville qui se crée en la reliant aux planètes, à d'autres civilisations (précolombiennes), au monde animal, ...



Le contrat social touristique de LGM est affiné par l'architecte en chef.



## Le contrat est rempli :

### Depuis 50 ans :

- ✓ Le chantier est achevé
- ✓ L'œuvre est aboutie, reconnue et inspirante
- ✓ Sa vocation sociale est atteinte
- ✓ Son jardin est luxuriant

### LGM, station touristique, a tenu ses engagements :

- ✓ Une ville permanente et une station touristique conjuguées
- ✓ Une attractivité économique : 500 000 millions / an; 6,5 millions de nuitées
- ✓ Une attractivité sociétale : bien-être, harmonie, tourisme régénératif
- ✓ Une identité très forte et bien installée



Le 1<sup>er</sup> contrat a été rempli.

## De nouveaux enjeux s'invitent :

- ✓ **Climatiques** : érosion du trait de côte, risques submersifs, canicule, sécheresse, besoins énergétiques (chaud/froid)
- ✓ **Environnementaux** : vulnérabilité de la Méditerranée et des lagunes, érosion de la biodiversité, ...
- ✓ **Sociaux** : croissance et densité démographique du littoral /pression du logement et fonction récréative accentuée, méconnaissance de la mer et du milieu marin, vieillissement de la population, décroissance scolaire, ...
- ✓ **Touristiques** : débats tourisme de masse versus surtourisme, étalement de l'activité, gestion des flux et des jauges, incidence des plateformes de réservations, ....
- ✓ **Economiques** : montée en gamme, inflation du m<sup>2</sup> / diminution du pouvoir d'achat, utilité d'un approvisionnement local, ...

=> **Préserver les équilibres entre destination touristique et ville permanente.**



➡ LGM est donc au moment où elle peut redéfinir son contrat social touristique pour le futur de la destination.

## Quel contrat social pour le futur de la destination ?

A-t-on vocation à inventer un modèle de tourisme durable ?

A-t-on toujours vocation à créer du bonheur ?

Comment repenser notre vocation initiale de faire découvrir le littoral et la mer ?

Comment préparer le changement de biodiversité marine et terrestre ?

etc, etc, ...

Comment cultiver et protéger notre identité ?

Quelles innovations pour optimiser la résilience ?

Quelle est notre mission vis-à-vis du million de personnes que nous accueillons ?

Doit-on en tant que station balnéaire nous engager dans la protection de la Méditerranée ?

Que reste-il de notre vocation des vacances pour tous ?

Quelles stratégies pour notre résilience aux changements climatiques ?

## Comment réécrire le contrat social de la destination ?

- ✓ Deux contrats sociaux pour LGM :
  - Le contrat de la ville permanente émanant du maire et son équipe municipale avec une vision et des projets
  - Le contrat de la station touristique
- ✓ Sous l'autorité du maire, nous vous proposons de se réinterroger sur :  
« A quoi LGM peut-elle être utile et sur quoi veut-elle s'engager aujourd'hui et demain ? »
- ✓ Essayer de mettre d'accord toutes les parties prenantes : les professionnels du tourisme, les associations, les habitants à l'année, secondaires, en vacances, à la journée; les élus, les services, les entreprises de la ville, les experts ...

- ☐ **Objet** : redéfinir ensemble le contrat social de LGM, station touristique
- ☐ **Avec qui** : tous les corps de la société locale et des experts associés
- ☐ **Durée** : 12 à 18 mois
- ☐ **Comment** : consultation, échanges, groupes de travail ?
- ☐ **Démarrage** : avril 2026
- ☐ **Résultats attendus** : l'écriture d'un nouveau contrat social touristique définissant nos enjeux communs et notre vocation collective pour les prochaines années



## ECO LABELS



Ville et port : ☐ ☐ ☒ ☒

Professionnels : ☐ ☒ ☐ ☐



## LABELS ET PROGRES PMR



## RESTAURATION Recours aux circuits courts



## GREEN DESTINATIONS

2025 GOLD AWARD



ACCUEIL



ATTRACTIVITE  
& ECONOMIE



SATISFACTION &  
ACCEPTABILITE



ENERGIE  
& DECHETS



RESSOURCES  
NATURELLES



CLIMAT &  
RESILIENCE



ORGANISATION  
& SERVICES  
COLLECTIFS



ECONOMIE SOCIALE  
& SOLIDAIRE

# TABLEAU DE BORD ET MONITORING DURABLE 2025

# MODERATO®



ACCUEIL



ATTRACTIVITE  
& ECONOMIE



SATISFACTION &  
ACCEPTABILITE



ENERGIE  
& DECHETS



RESSOURCES  
NATURELLES



CLIMAT &  
RESILIENCE



ORGANISATION  
& SERVICES  
COLLECTIFS



ECONOMIE SOCIALE  
& SOLIDAIRE

## Nombre de nuitées

**6 359 000**

N-1 :  **+ 3%**

## Taux d'occupation

AVRIL

**46%**

+6.4pts

MAI

**42%**

-1.5pt

JUIN

**54%**

+6.8pts

JUILLET

**72%**

-1pt

AOUT

**90%**

+0.4pt

SEPTEMBRE

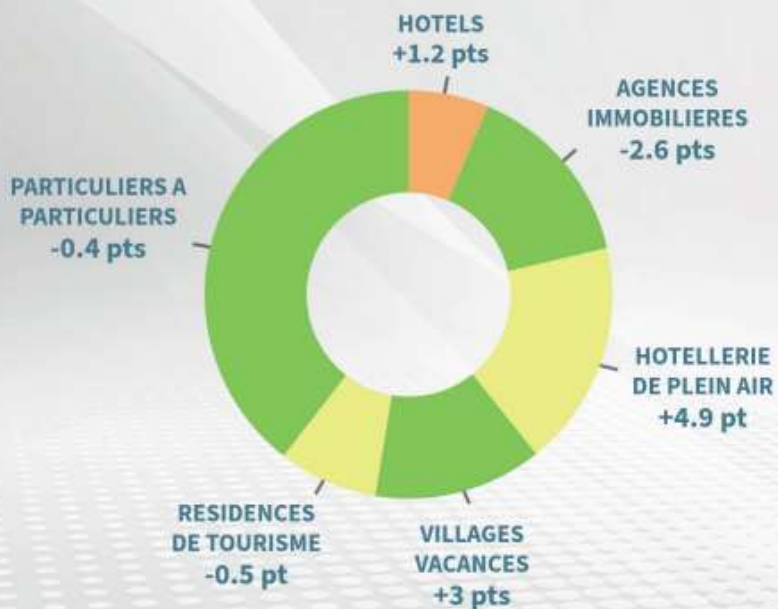
**52%**

+7.1pts

OCTOBRE

**37%**

+3pts



Loisirs



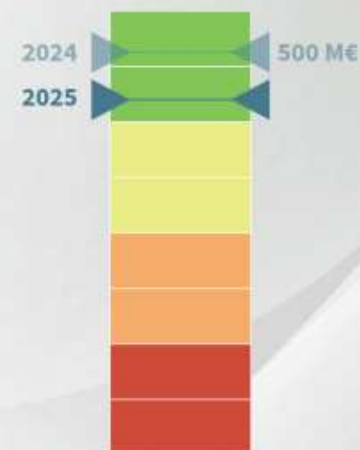
Restaurants & commerces

## Taxes de séjour

**+ 2%**

## Stationnement

**++**



Dépense globale touristique



ACCUEIL



ATTRACTIVITE  
& ECONOMIE



SATISFACTION &  
ACCEPTABILITE



ENERGIE  
& DECHETS



RESSOURCES  
NATURELLES



CLIMAT &  
RESILIENCE



ORGANISATION  
& SERVICES  
COLLECTIFS



ECONOMIE SOCIALE  
& SOLIDAIRE



VISITEURS



HABITANTS



HEBERGEURS



RESTAURANTS



LOISIRS



COMMERCES



ACCUEIL



ATTRACTIVITE  
& ECONOMIE



SATISFACTION &  
ACCEPTABILITE



ENERGIE  
& DECHETS



RESSOURCES  
NATURELLES



CLIMAT &  
RESILIENCE



ORGANISATION  
& SERVICES  
COLLECTIFS



ECONOMIE SOCIALE  
& SOLIDAIRE



## TRAIT DE COTE

Evolution du stock de sable marin  
(engraissement vs séquestration)



## EROSION DE LA PLAGE



M<sup>2</sup> séquestrés  
N / N-1

XXXX

Centre-ville : ○ ○ ○ ● ○

Couchant : ○ ○ ○ ● ●

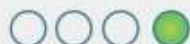
Grand Travers : ○ ○ ○ ● ●

## TRAME VEGETALE

Variation de la surface totale végétalisée



Etat de santé de la couverture végétale



Entretien et plan de gestion (transition)



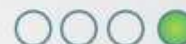
Etat de la lentille d'eau



Menaces



## DESIMPERMEABILISATION



ACCUEIL



ATTRACTIVITE  
& ECONOMIE



SATISFACTION &  
ACCEPTABILITE



ENERGIE  
& DECHETS



RESSOURCES  
NATURELLES



CLIMAT &  
RESILIENCE



ORGANISATION  
& SERVICES  
COLLECTIFS



ECONOMIE SOCIALE  
& SOLIDAIRE



## ENERGIE ANNUELLE

Evolution de la  
consommation électrique

-1%

Evolution de la  
consommation de gaz

+3%

PRODUCTION LOCALE  
(thalassothermie, photovoltaïque...)

MWh

%

## ACTIONS EN ECONOMIE D'ENERGIE

Ville : ☐ ☐ ☐ ☒

Professionnels : ☐ ☐ ☒ ☐

Vacanciers : ☐ ☐ ☒ ☐

Habitants : ☐ ☐ ☒ ☐



## DECHETS SAISON 2025



Evolution du tonnage  
N / N-1

%

Part du tourisme :

50%



Part des biodéchets  
non triés (poubelles grises)



Huiles de friture



Compostage



ACCUEIL



ATTRACTIVITE  
& ECONOMIE



SATISFACTION &  
ACCEPTABILITE



ENERGIE  
& DECHETS



RESSOURCES  
NATURELLES



CLIMAT &  
RESILIENCE



ORGANISATION  
& SERVICES  
COLLECTIFS



ECONOMIE SOCIALE  
& SOLIDAIRE

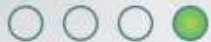


## EAU

### Gestion de la ressource

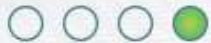


### Economie/consommation d'eau potable



N-1 : - 2%

### Qualité de l'eau potable



### Qualité des eaux de baignade



## MILIEUX

Plages

Dunes

Mer

Pinèdes

Etangs et lagunes



## BIODIVERSITE

### Terrestre



Janvier



Février



Mars



Avril



Mai



Juin



Juillet



Août



Septembre



Octobre



Novembre



Décembre

### Sous-marine



## QUALITE DE L'AIR

Janvier

Février

Mars

Avril

Mai

Juin

Juillet

Août

Septembre

Octobre

Novembre

Décembre



ACCUEIL



ATTRACTIVITE  
& ECONOMIE



SATISFACTION &  
ACCEPTABILITE



ENERGIE  
& DECHETS



RESSOURCES  
NATURELLES



CLIMAT &  
RESILIENCE



ORGANISATION  
& SERVICES  
COLLECTIFS

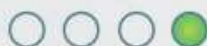


ECONOMIE SOCIALE  
& SOLIDAIRE



## SECURITE

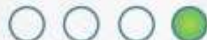
### Atteintes aux personnes



### Atteintes aux biens



### Sécurité plage

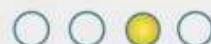


### Sécurité routière



## MOBILITES

### Transports collectifs aggro



### Transports intermodaux



### —— Vélo ——

#### Offre

#### Demande



### Label accueil vélo



ACCUEIL



ATTRACTIVITE  
& ECONOMIE



SATISFACTION &  
ACCEPTABILITE



ENERGIE  
& DECHETS



RESSOURCES  
NATURELLES



CLIMAT &  
RESILIENCE



ORGANISATION  
& SERVICES  
COLLECTIFS



ECONOMIE SOCIALE  
& SOLIDAIRE



## ECO LABELS



Ville et port : ☐ ☐ ☒ ☒

Professionnels : ☐ ☒ ☐ ☐



## LABELS ET PROGRES PMR



## RESTAURATION Recours aux circuits courts



## GREEN DESTINATIONS

2025 GOLD AWARD



ACCUEIL



ATTRACTIVITE  
& ECONOMIE



SATISFACTION &  
ACCEPTABILITE



ENERGIE  
& DECHETS



RESSOURCES  
NATURELLES



CLIMAT &  
RESILIENCE



ORGANISATION  
& SERVICES  
COLLECTIFS



ECONOMIE SOCIALE  
& SOLIDAIRE