



LA GRANDE MOTTE MODERATO®

BILAN DE SAISON & MONITORING
DURABLE DE LA DESTINATION 2025



2025
GOLD AWARD



GREEN DESTINATIONS AWARDS & CERTIFICATION CEREMONY

GREEN
DESTINATIONS

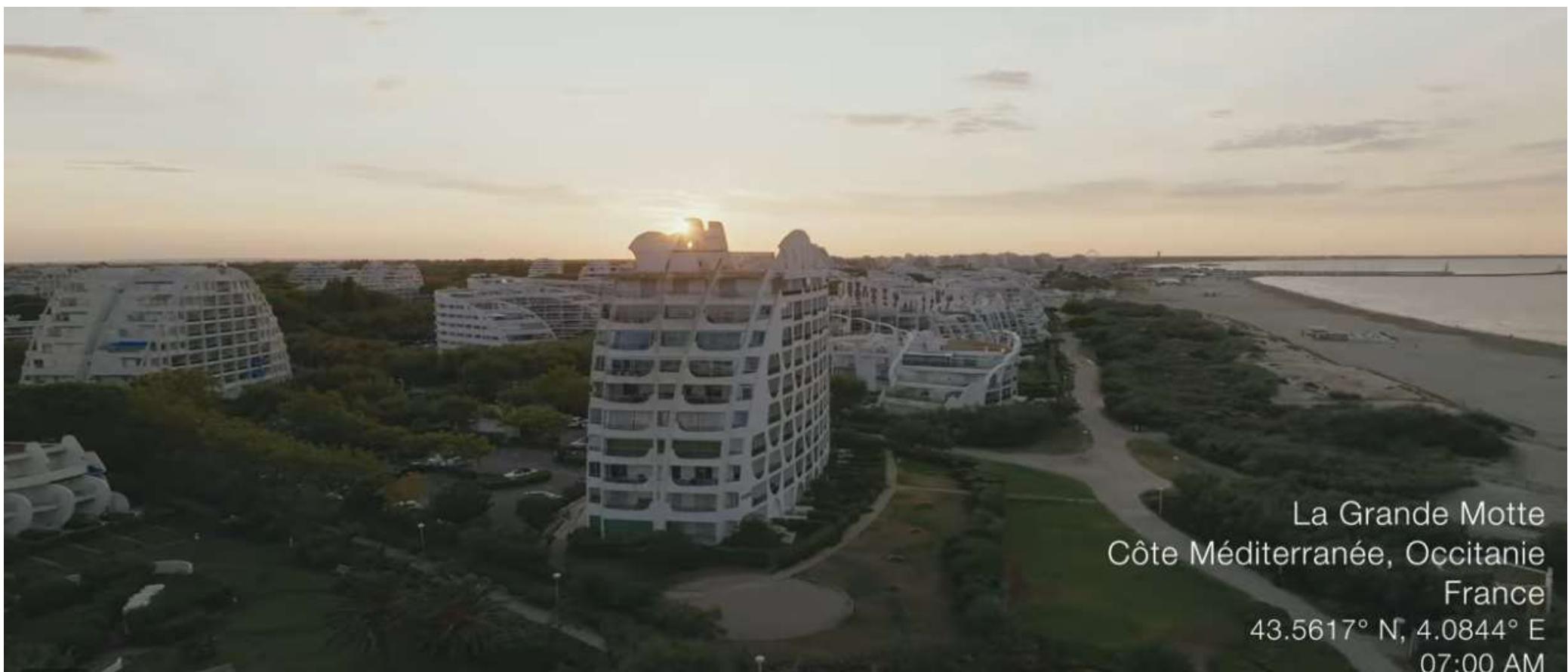
CONGRATULATIONS!



GREEN DESTINATIONS

Vidéo

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**

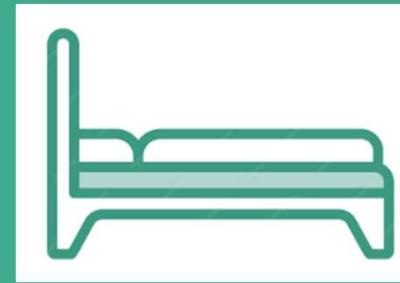
**LITS DE
PARTICULIERS
A
PARTICULIERS**
Offre internet

LITS FROIDS
**« SANS
EXPOSITION
COMMERCIALE »**

**LITS NON-
COMMERCIALISES**
Résidences secondaires



ATTRACTIVITÉ & ÉCONOMIE



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 ¾ des lits touristiques disponibles sur la station**

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



STRUCTURE COMPARÉE DES LITS ETÉ 2025 – POIDS DES SECTEURS

90 139 lits

120 231 lits

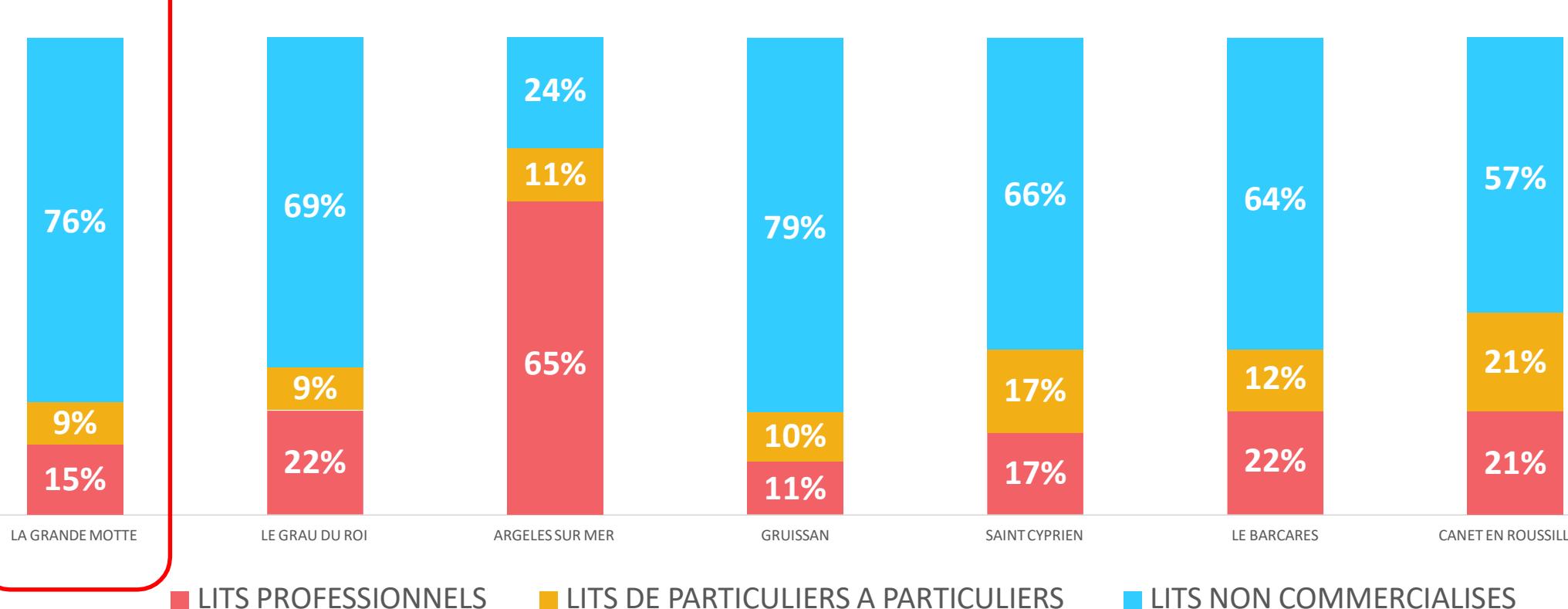
98 023 lits

65 218 lits

61 762 lits

86 537 lits

53 998 lits

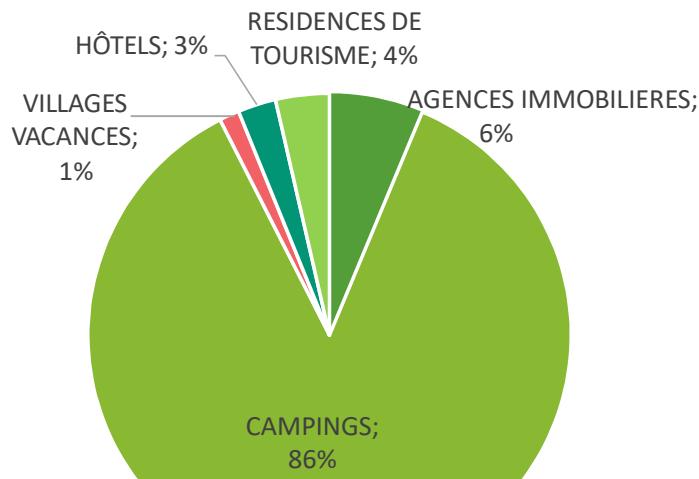




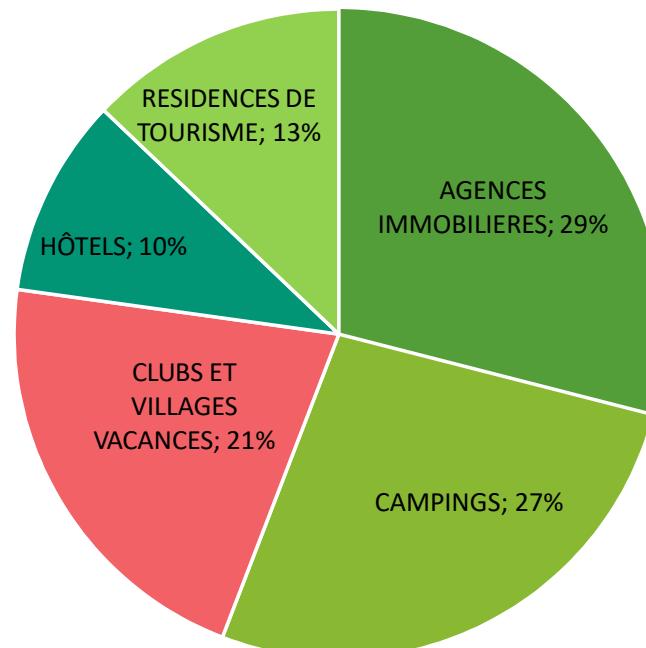
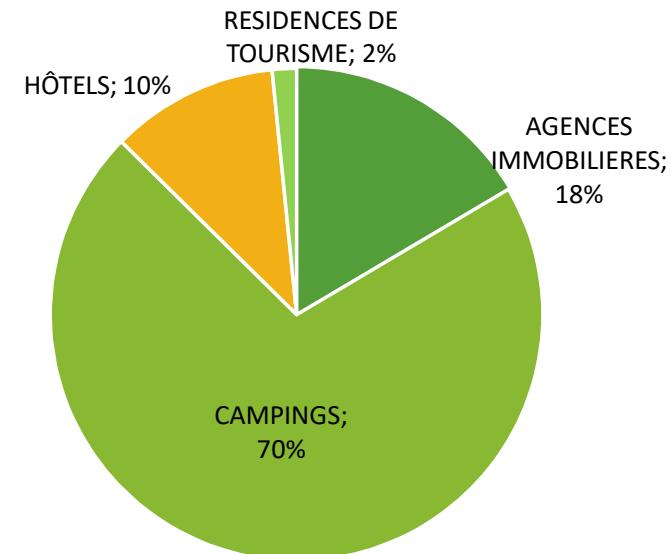
STRUCTURE COMPARÉE DES LITS PROFESSIONNELS

LA GRANDE MOTTE : 12 558 LITS PROFESSIONNELS

ARGELES SUR MER: 63 589 LITS PROFESSIONNELS



CANET EN ROUSSILLON : 11 360 LITS PROFESSIONNELS





ATTRACTIVITÉ & ÉCONOMIE

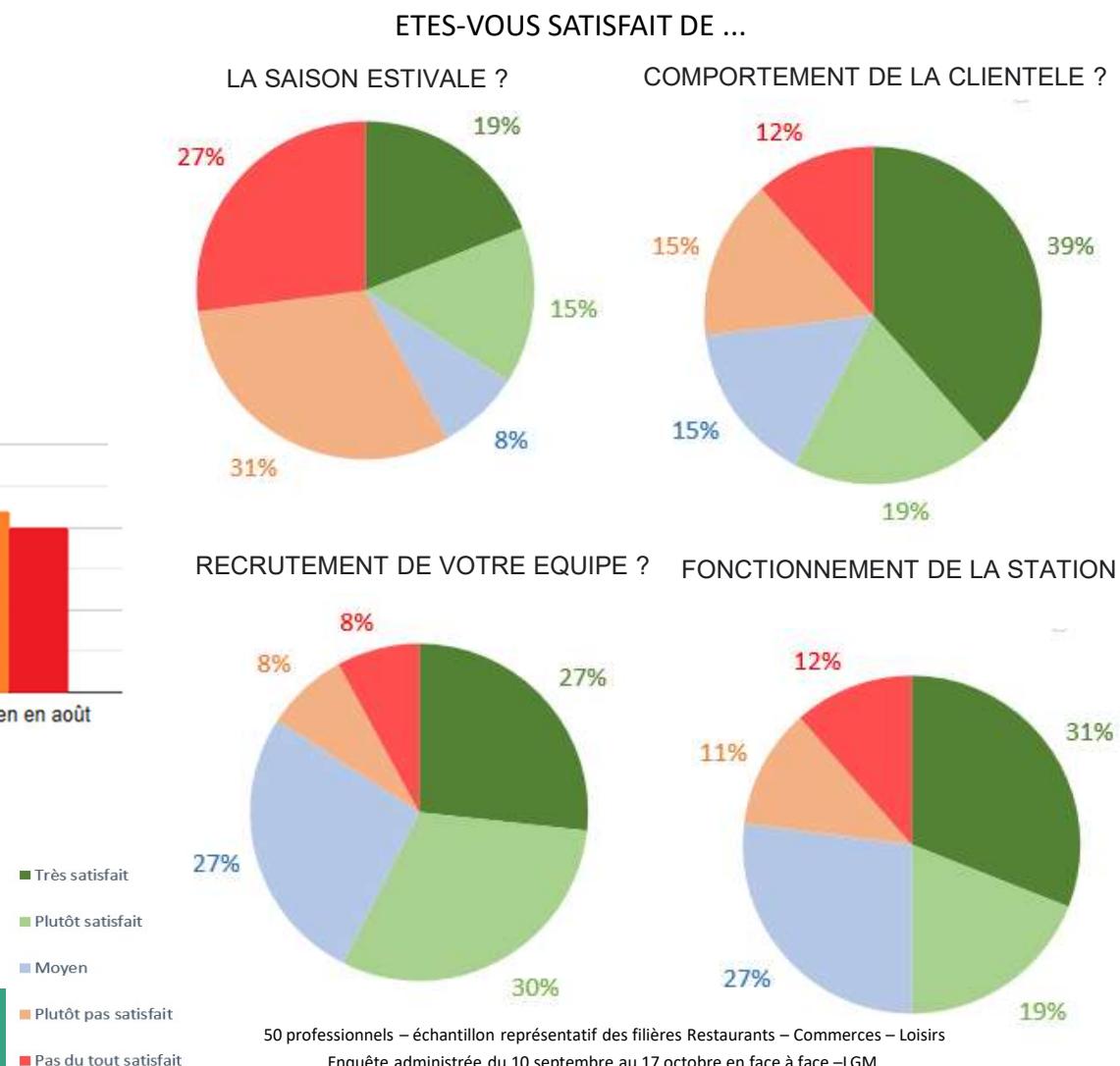
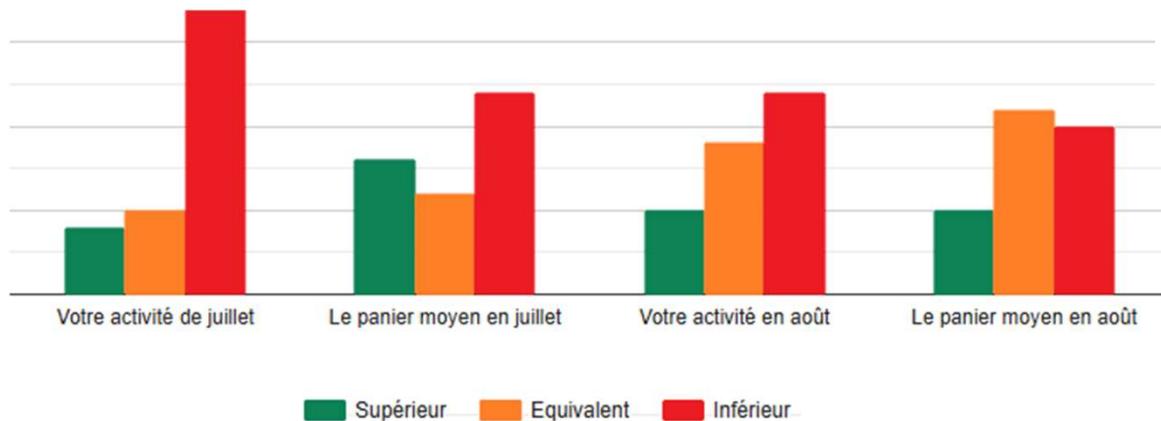


LES RÉSULTATS ÉCONOMIQUES DE LA SAISON (AVRIL À OCTOBRE)



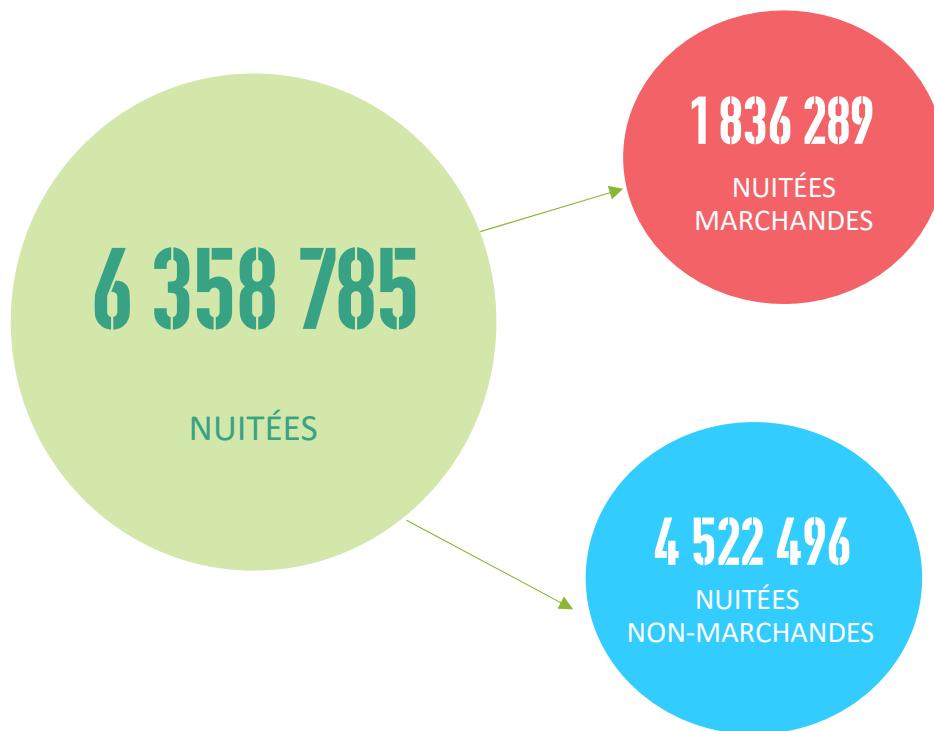
RÉSULTATS ENQUÊTE D'ACTIVITÉS RESTAURANTS - COMMERCES

- PAR RAPPORT A 2024, COMMENT ESTIMEZ-VOUS ?

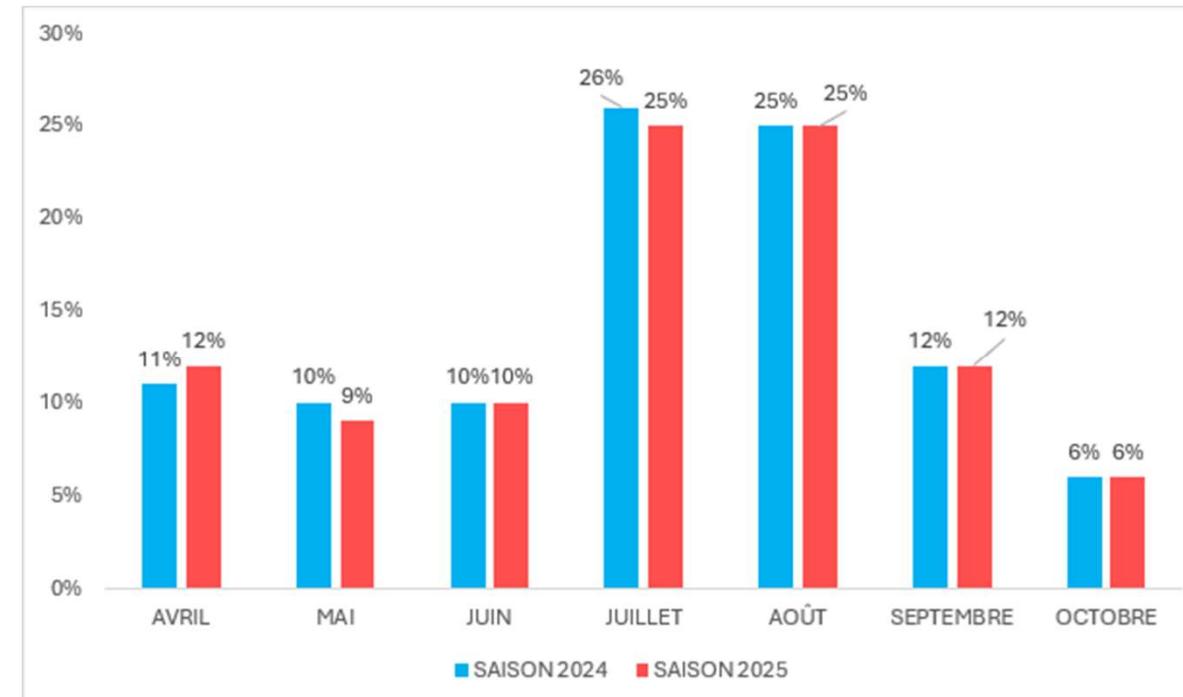




RÉSULTAT GLOBAL SAISON 2025

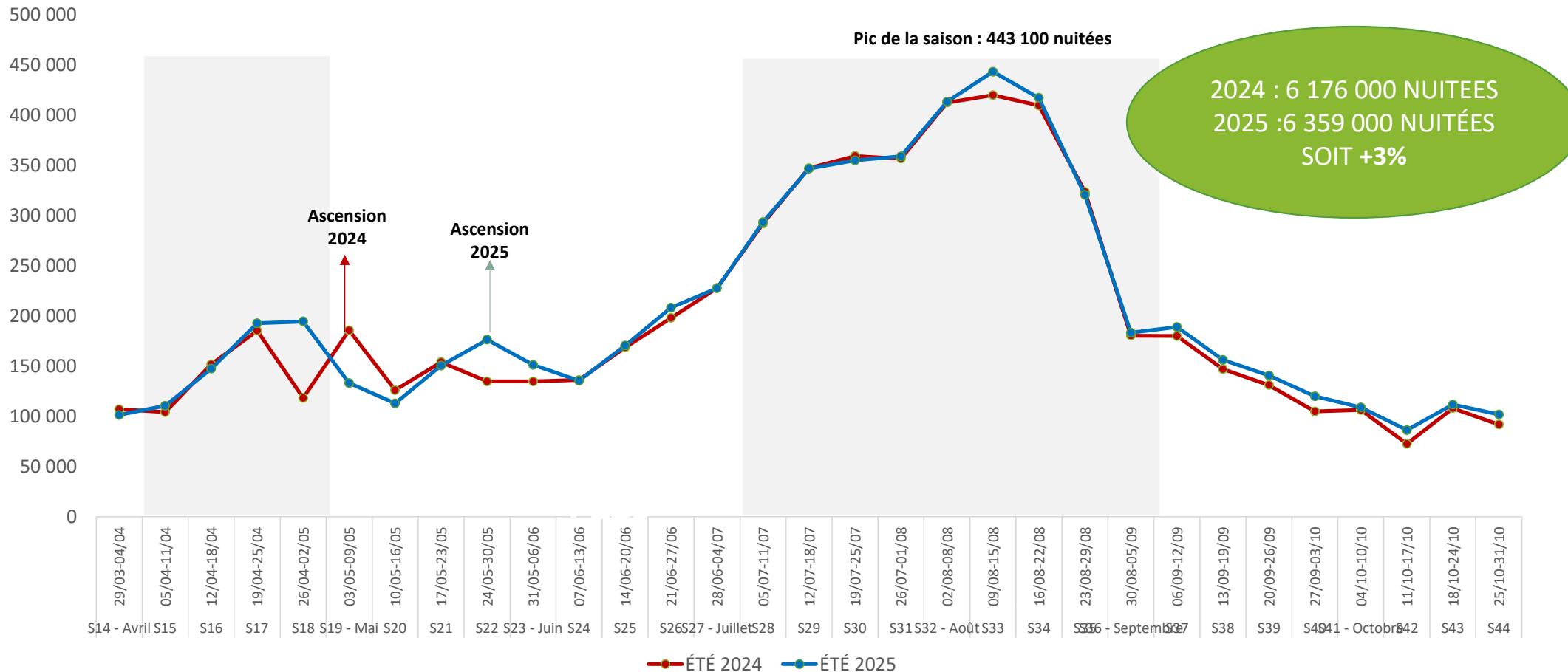


POIDS DES PÉRIODES COMMERCIALES





COMPARATIF 2025 vs 2024 EN NOMBRE DE NUITÉES

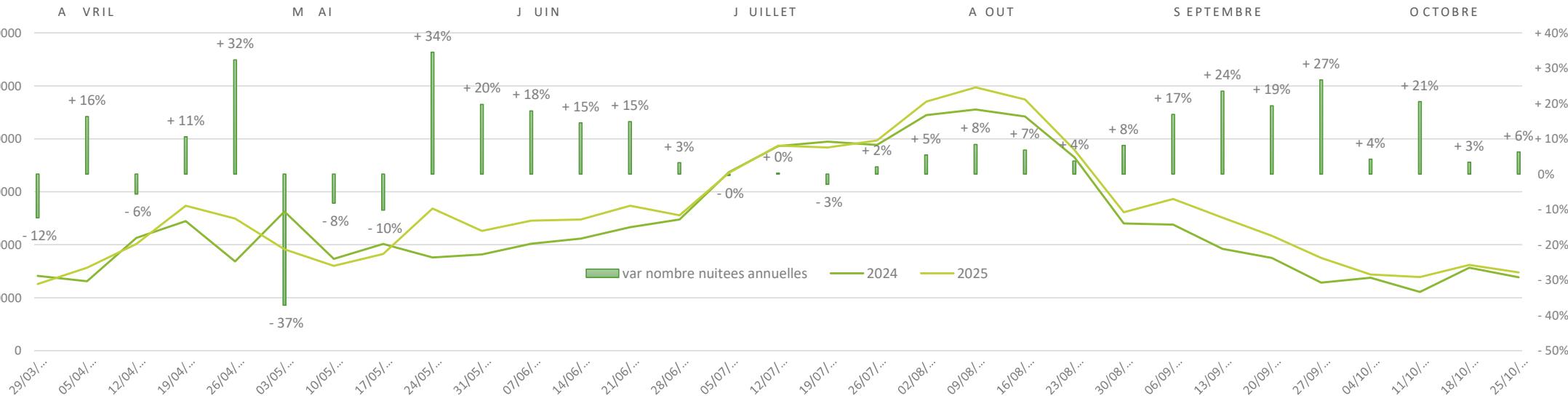




NUITÉES AVRIL À OCTOBRE 2025

NUITEES / COMPARAISON 2025 VS 2024

■ 2024 ■ 2025





RÉSULTATS PAR CATÉGORIES D'HÉBERGEMENT - TAUX D'OCCUPATION

HÔTELS

66%

+1,2 pt

RÉSIDENCES DE TOURISME

59%

-0,5 pt

VILLAGES VACANCES

61%

+3pts

CAMPINGS

55%

+4,9 pts

PARTICULIERS
A
PARTICULIERS**50%**

-0,4 pt

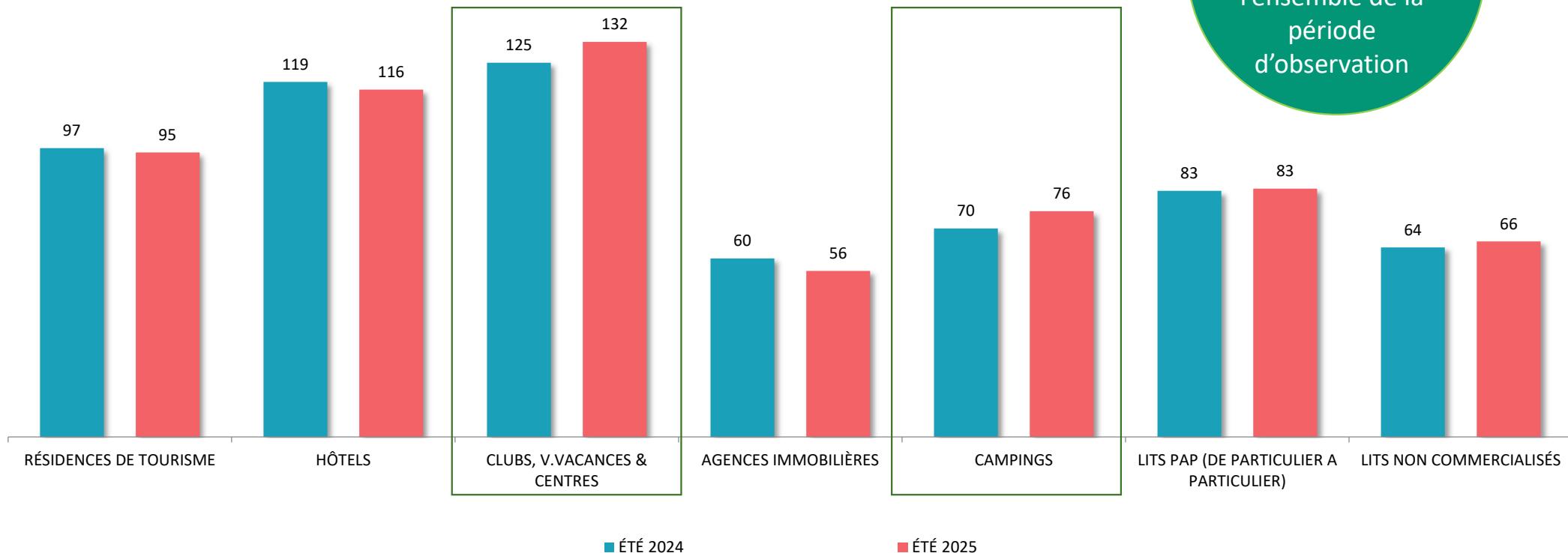
LES AGENCE
IMMOBILIÈRES**34%**

-2,6 pts



RÉSULTATS PAR CATÉGORIE D'HÉBERGEMENT – RENDEMENT (nombre de nuitées durant lequel un lit est occupé en moyenne)

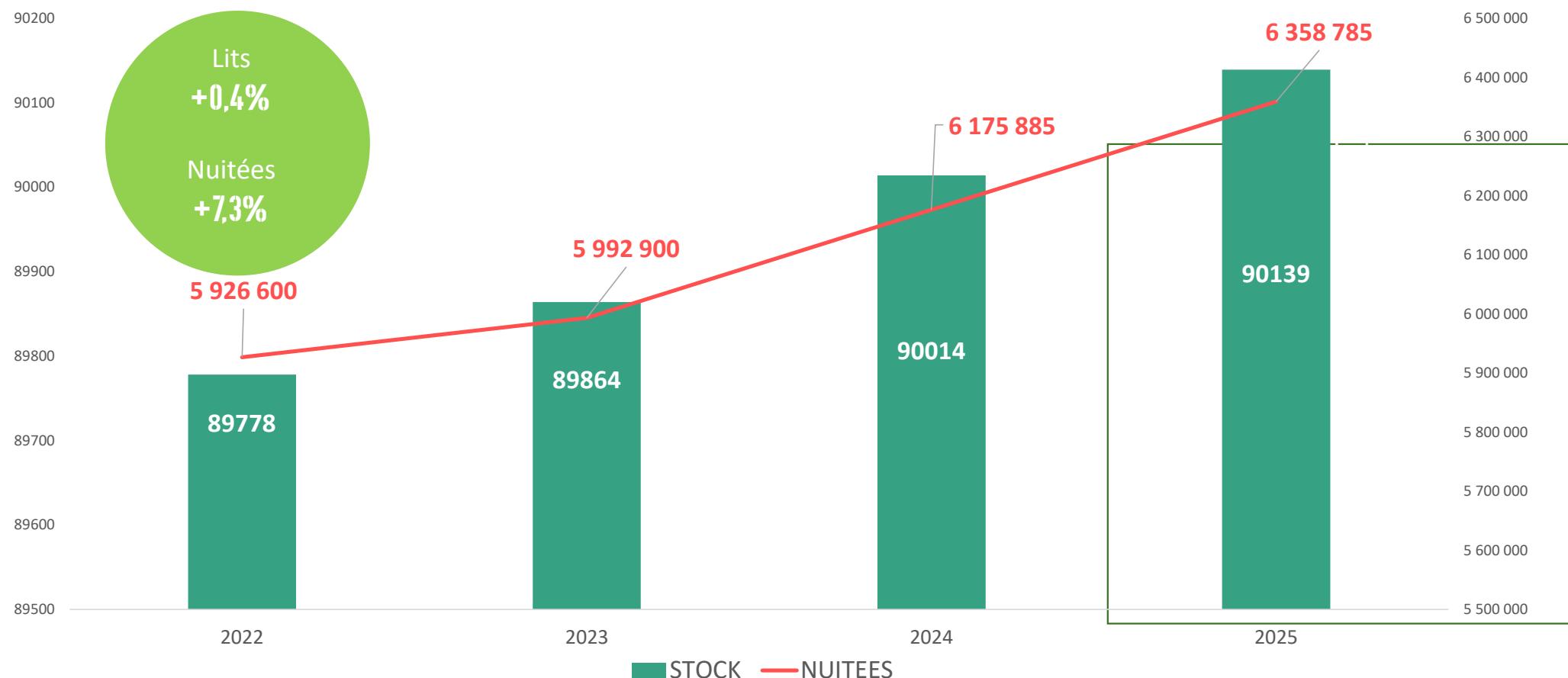
NUITÉES AU LIT



Nombre moyen de
nuitées générées par
lit, par catégorie, sur
l'ensemble de la
période
d'observation

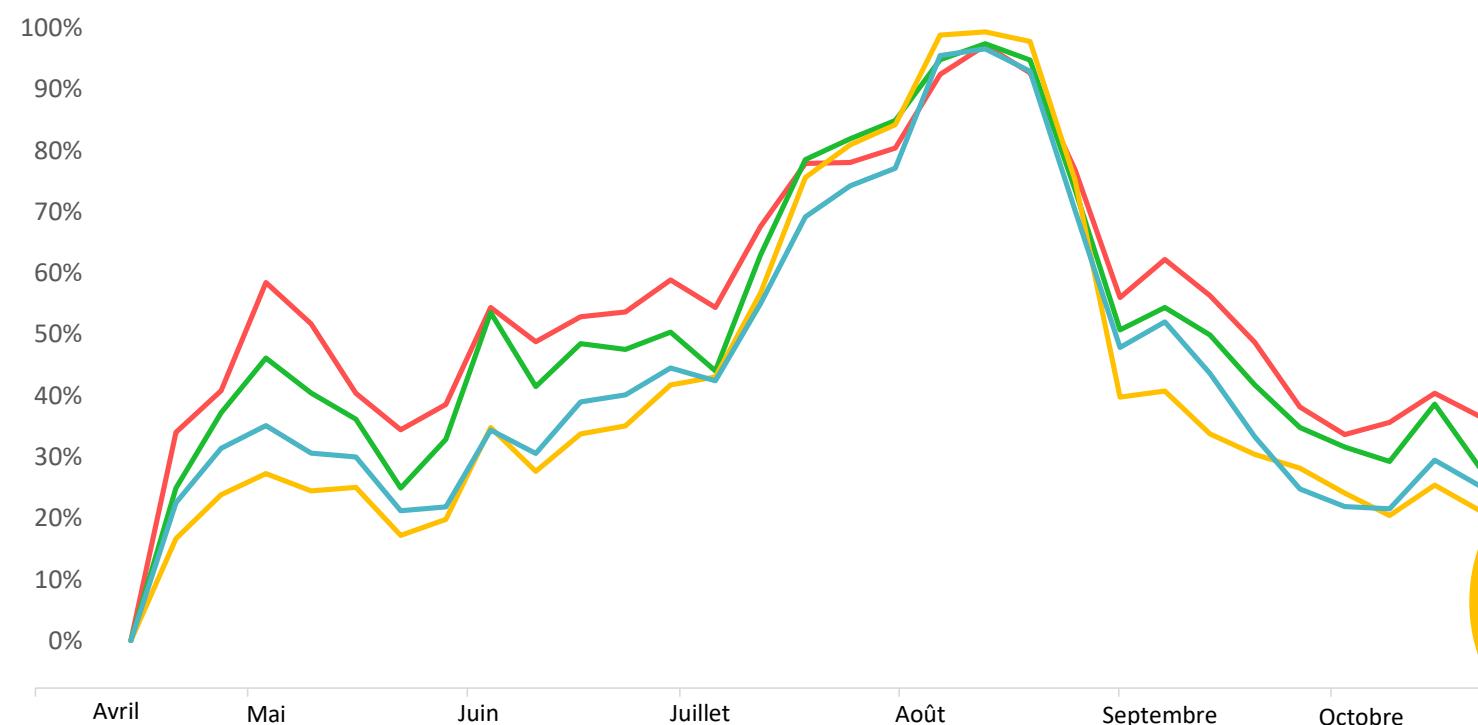


ANALYSE MOYEN TERME 2022 – 2025





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

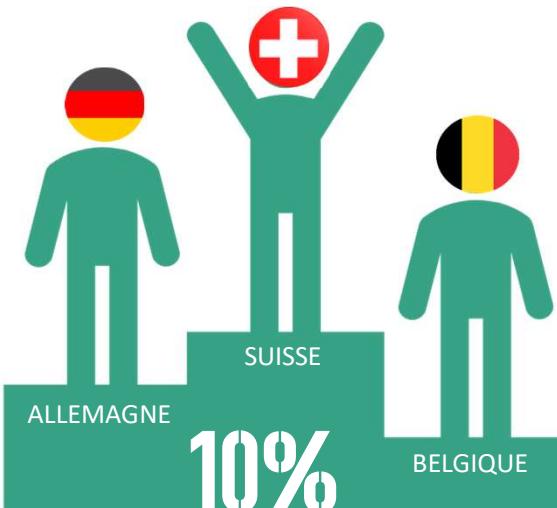
*Données issues de la plateforme G2A



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



ATTRACTIVITÉ & ÉCONOMIE



PRICING DYNAMIQUE

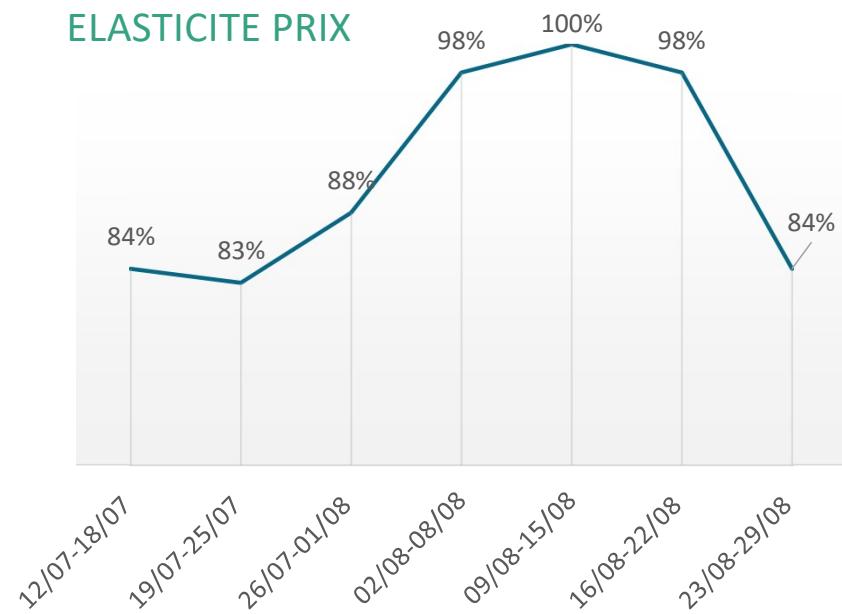


POSITIONNEMENT TARIFAIRES

COMPARATIF DE L'OFFRE LOCATIVE EN RÉSIDENCES

Juillet et août 2025 – prix par semaine

ELASTICITE PRIX



TERRITOIRE

LA
GRANDE
MOTTE

ARGELÈS

CANET
EN
ROUSSILLONSAINT
CYPRIENPRIX
MOYEN

1 295 €

PRIX MAX

1 534 €

1 307 €

1 065 €

1 201 €

VARIATION
VS PRIX DE
REFERENCE

-7,1%

1 560 €

1 227 €

1 409 €

-13,5%

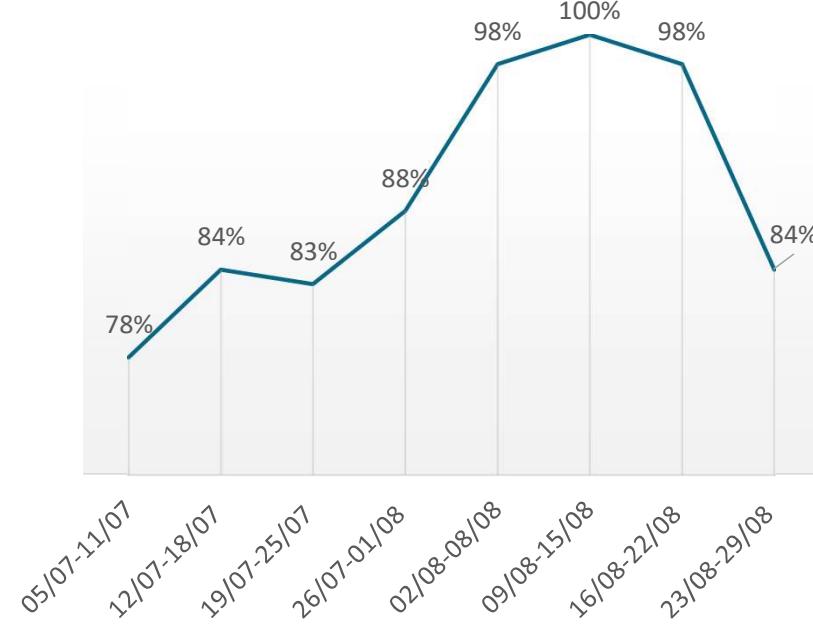
-3,9%

-8,7 %



POSITIONNEMENT TARIFAIRES

ELASTICITE PRIX



COMPARATIF DE L'OFFRE EN HÔTELLERIE

Juillet et août 2025 – prix par nuit

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

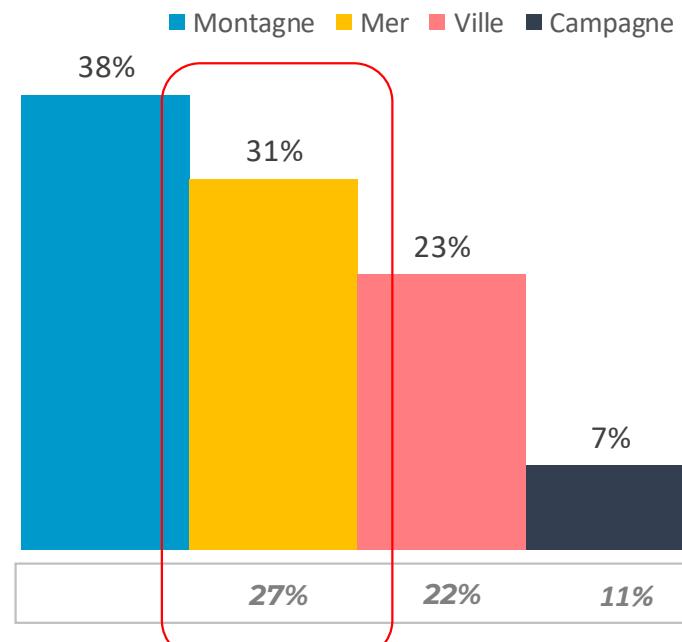


ENQUETE INTENTIONS DE DEPART – HIVER 2026

Type de destination

Parmi les partants

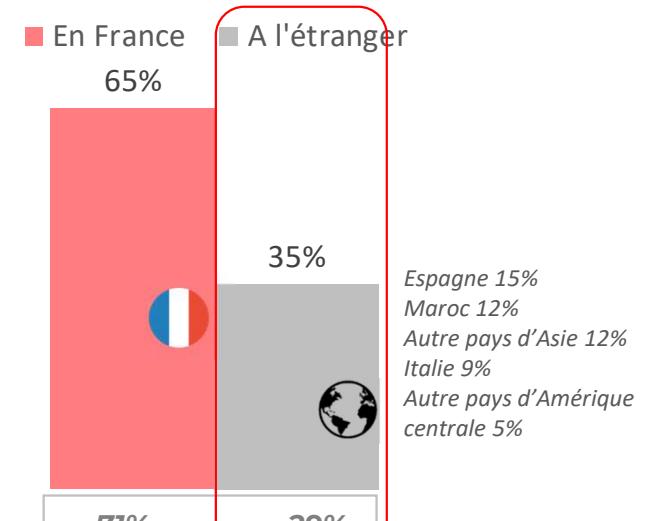
Quel type de vacances ?



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.

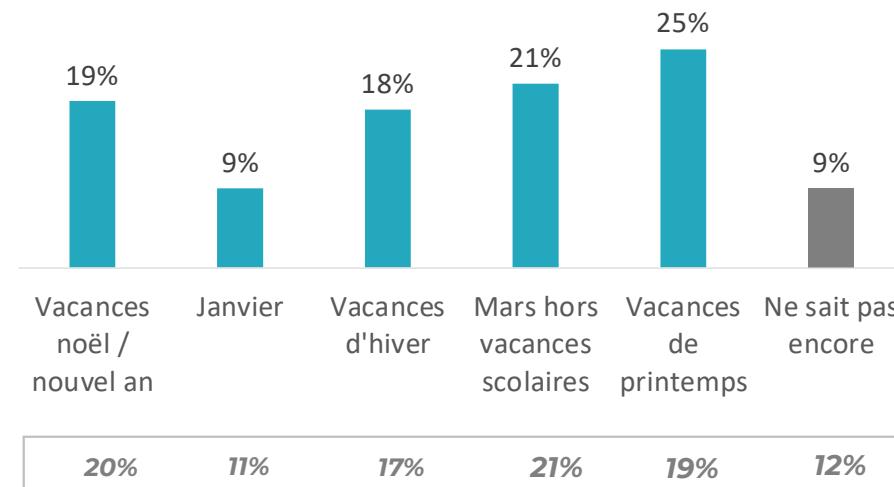
Parmi les incertains

Quand comptez-vous vous décider ?

En septembre 1%
En octobre 12%
En novembre 29%
En décembre 27%
En janvier 14%
Plus tard 16%

Enquête 2024
19%
30%
23%
8%
19%

Quelle période vous attirerait le plus ?



Enquête 2024

A quel endroit ?
- En France 77%
- A l'étranger 23%

74%
26%

Destination envisagée Enquête 2024

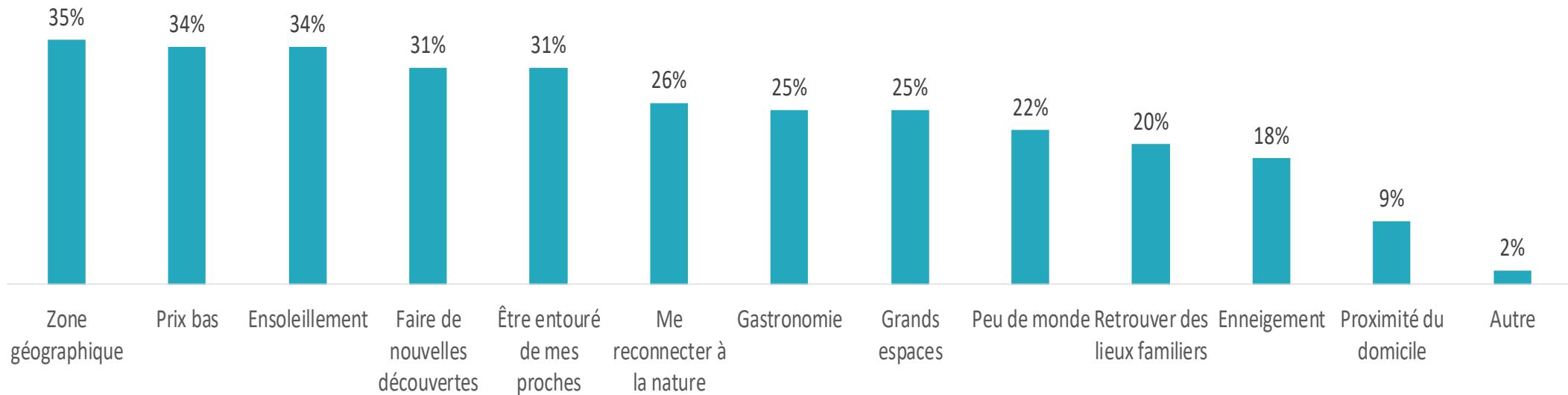
:
- Montagne 47%
- Mer 29%
- Ville 12%
- Campagne 11%

43%
27%
18%
12%



ENQUETE INTENTIONS DE DEPART – HIVER 2026

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





ATTRACTIVITÉ & ÉCONOMIE



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 positionnée sur le mardi 1^{er} septembre.

VACANCES SCOLAIRES 2026

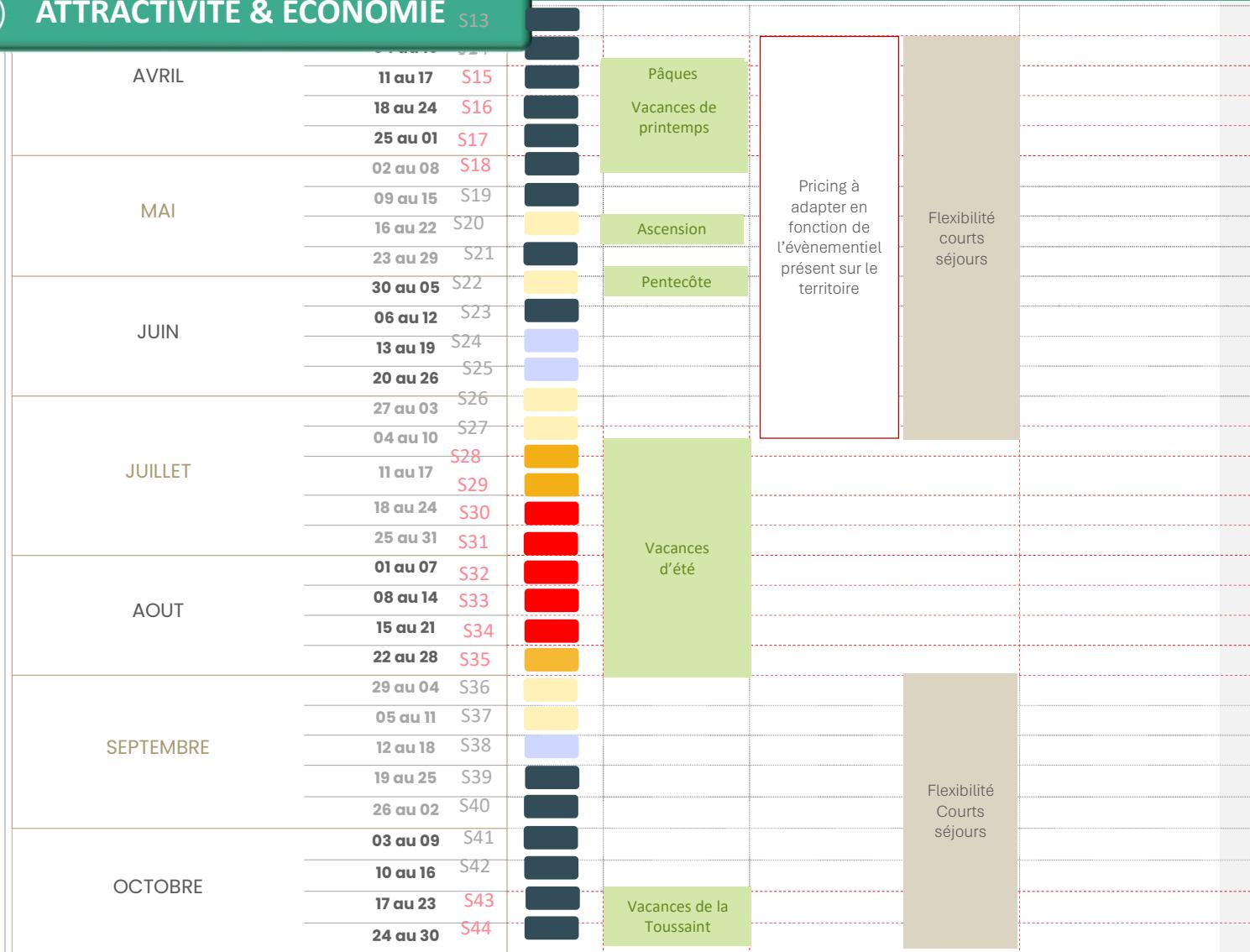
Par pays

	FR	GB	NL	BE	LU	DE	ES	CH	IT	IR	RU	PL	DK	SW	US
28 au 03	S14	28 mar									02 avr	30 mars			
04 au 10	S15	04 avr		04 avr	04 avr	04 avr		04 avr		07 avr					
11 au 17	S16	17 avr	Pâques	17 avr	17 avr	17 avr		11 avr	17 avr		10 avr				
18 au 24	S17					24 avr								14 avr	
25 au 01	S18	04 mai	25 avr	01 mai						01 mai				11 avr	17 avr
02 au 08	S19	8 mai												14 avr	Pâques
09 au 15	S20	Ascension	Ascension	Ascension	Ascension	Ascension								Ascension	Ascension
16 au 22	S21														
23 au 29	S22	Pentecôte	Pentecôte	Pentecôte	Pentecôte	Pentecôte								Pentecôte	Pentecôte
30 au 05	S23											30 mai			
06 au 12	S24														
13 au 19	S25									07 juin					
20 au 26	S26														
27 au 03	S27			01 juil	01 juil										
04 au 10	S28	04 juil	04 juil	04 juil										28 juin	28 juin
11 au 17	S29														20 juil
18 au 24	S30														
25 au 31	S31														
01 au 07	S32														
08 au 14	S33														
15 au 21	S34														
22 au 28	S35	1 ^{er} sept	29 août	30 août										28 août	24 août
29 au 04	S36				01 sep										
05 au 11	S37					12 sept									
12 au 18	S38														
19 au 25	S39														
26 au 02	S40														
03 au 09	S41														
10 au 16	S42			11 oct											
17 au 23	S43	17 oct	20 oct												
24 au 30	S44	30 oct	31 oct	26 oct	27 oct	31 oct									

Dates par semaine

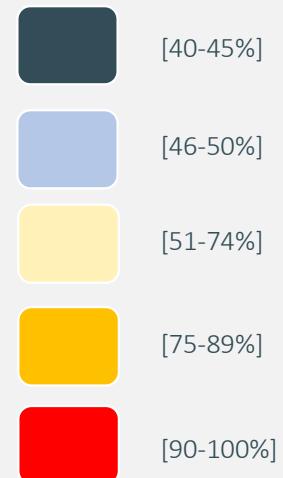


ATTRACTIVITÉ & ÉCONOMIE S13



Stratégie tarifaire *Littoral*

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



ATTRACTIVITE & ECONOMIE

2025



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 éprouvés : 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 d'ores et déjà s'impose, comme l'a déclaré hier le secrétaire d'Etat au Tourisme, M. Gérard Ducray : 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, 28 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 n'a pas d'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 boites 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 thalassothermie, 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.

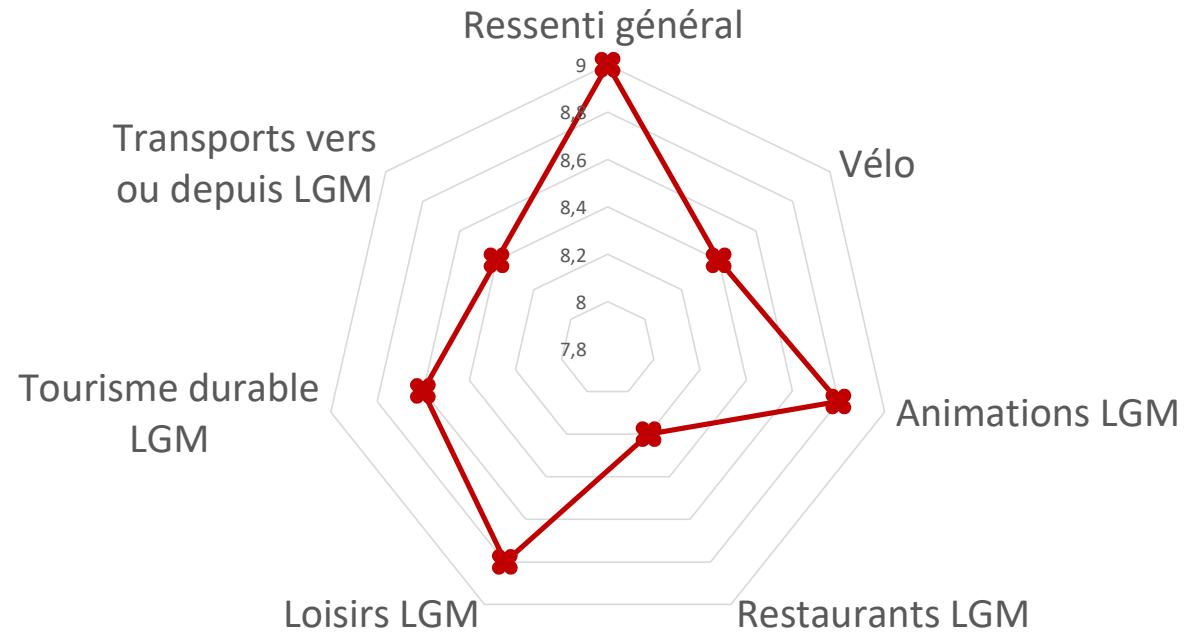
=>**EN CONCLUSION : Les habitants apprécient de vivre toute l'année dans l'ambiance dynamique et festive que crée le tourisme, nous donnant le sentiment « d'habiter en vacance »s à LGM. Nous sommes conscients de tirer le meilleur profit de toute l'offre touristique, dont nous sommes les premiers consommateurs. 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^{er} août au 8 octobre 2025

ENQUÊTE DE SATISFACTION DESTINATION

SATISFACTION LGM

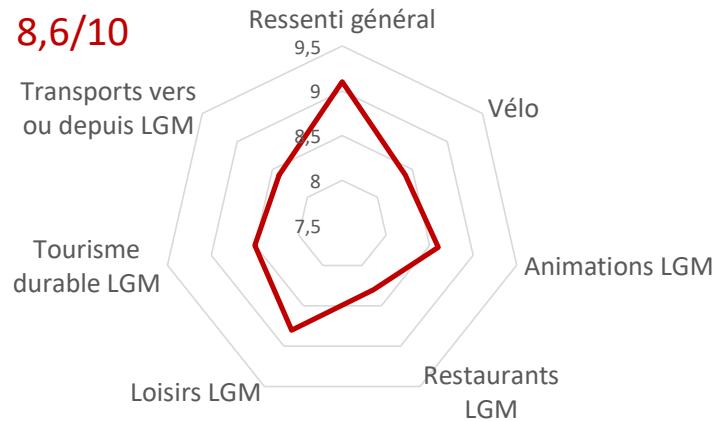
8,6/10



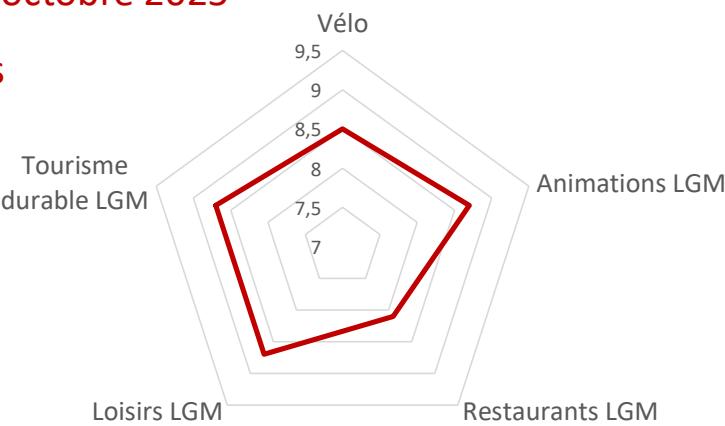
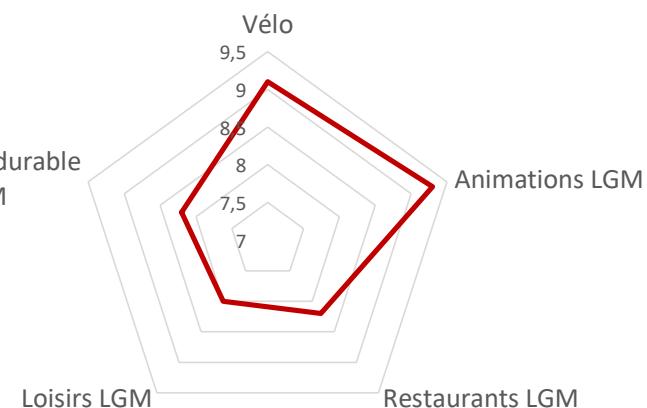
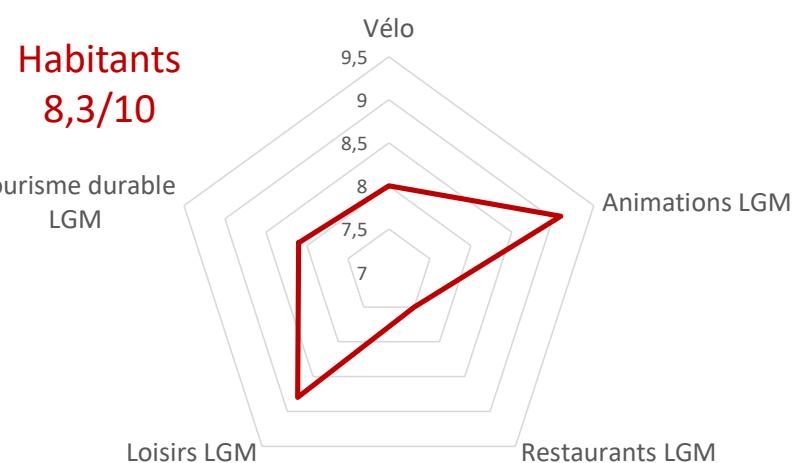
ENQUÊTE DE SATISFACTION DESTINATION LGM du 1^{er} août au 8 octobre 2025

Vacanciers

8,6/10



Propriétaires

Résidences secondaires
8,5/10Excursionnistes
8,6/10Habitants
8,3/10

SATISFACTION & ACCEPTABILITE



2025



VISITEURS



HABITANTS



HEBERGEURS



RESTAURANTS



LOISIRS



COMMERCES



ACCUEIL

ATTRACTIVITE
& ECONOMIESATISFACTION &
ACCEPTABILITEENERGIE
& DECHETSRESSOURCES
NATURELLESCLIMAT &
RESILIENCEORGANISATION
& SERVICES
COLLECTIFSECONOMIE SOCIALE
& SOLIDAIRE



CLIMAT

CLIMAT



Attractivité

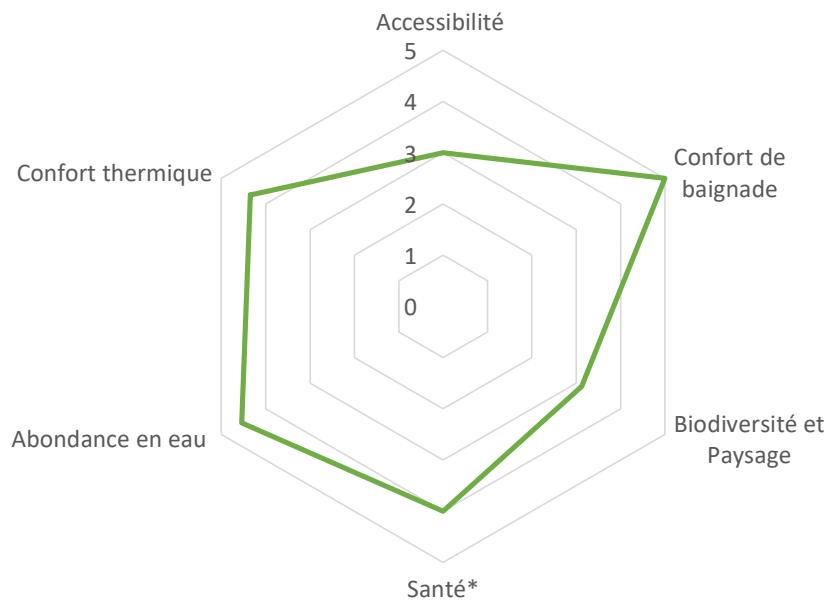


Changement Climatique



ESG et certification

ATTRACTIVITE

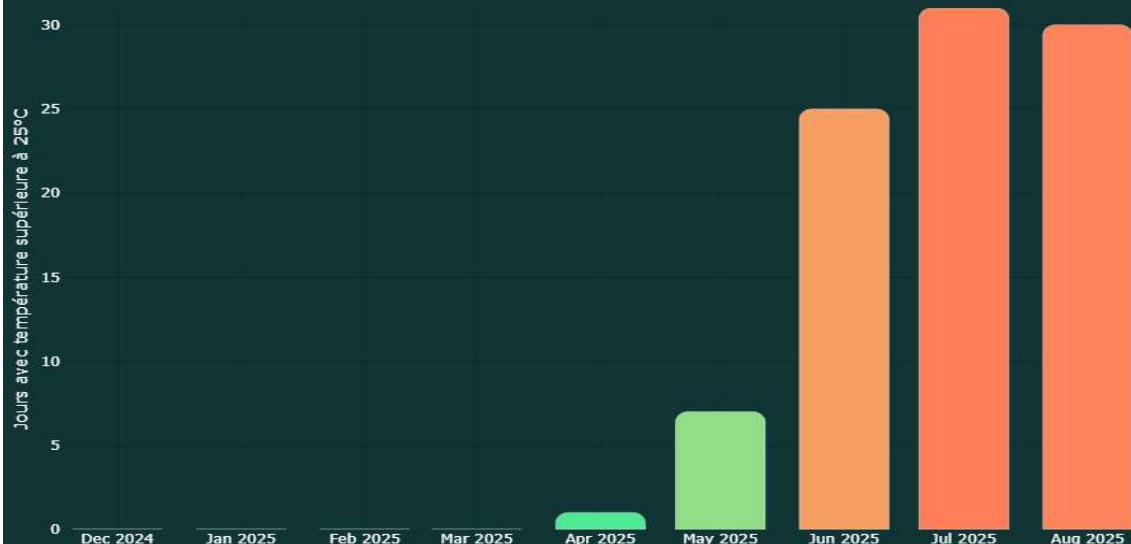


* Impact des conditions environnementales sur la santé des visiteurs (qualité de l'air, présence d'infrastructures de soins et activités favorisant le bien-être).

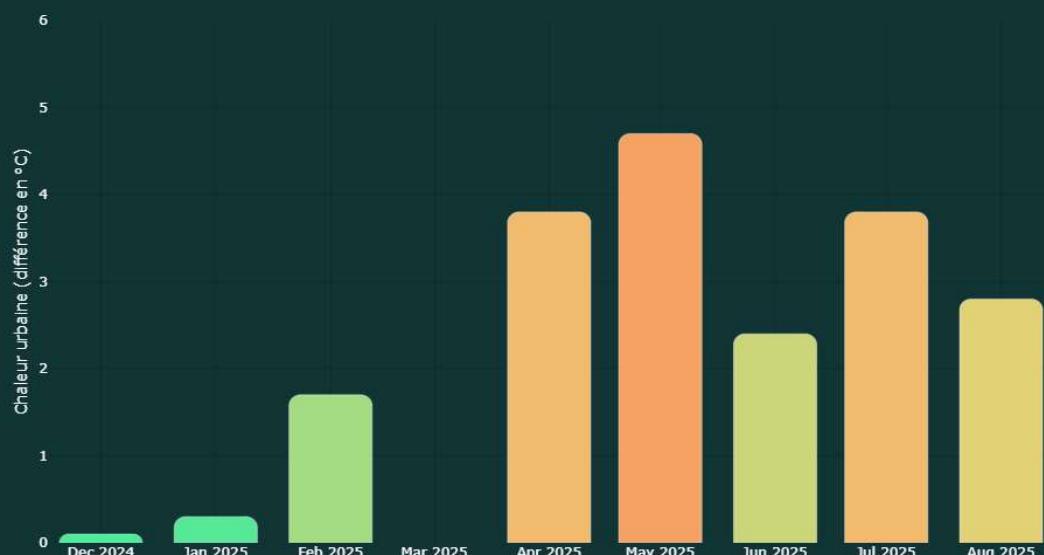
CLIMAT



Evolution du nombre de jours chauds Temporalité: mensuelle



Evolution de la chaleur urbaine Temporalité: mensuelle



Jours chauds

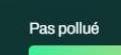
86/89

Jours où la température maximale est supérieure à 25°C



22/89

Jours où la pollution de l'air a dépassé des seuils de l'OMS



Pas pollué

Extrêmement pollué

Jours de pollen

88/89

Jours où le volume de pollen dans l'air est susceptible de causer des allergies



Pas de pollen

Présence forte

Chaleur urbaine

3°C

Déférence 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 - Maugio

CONFORT URBAIN



58.3%

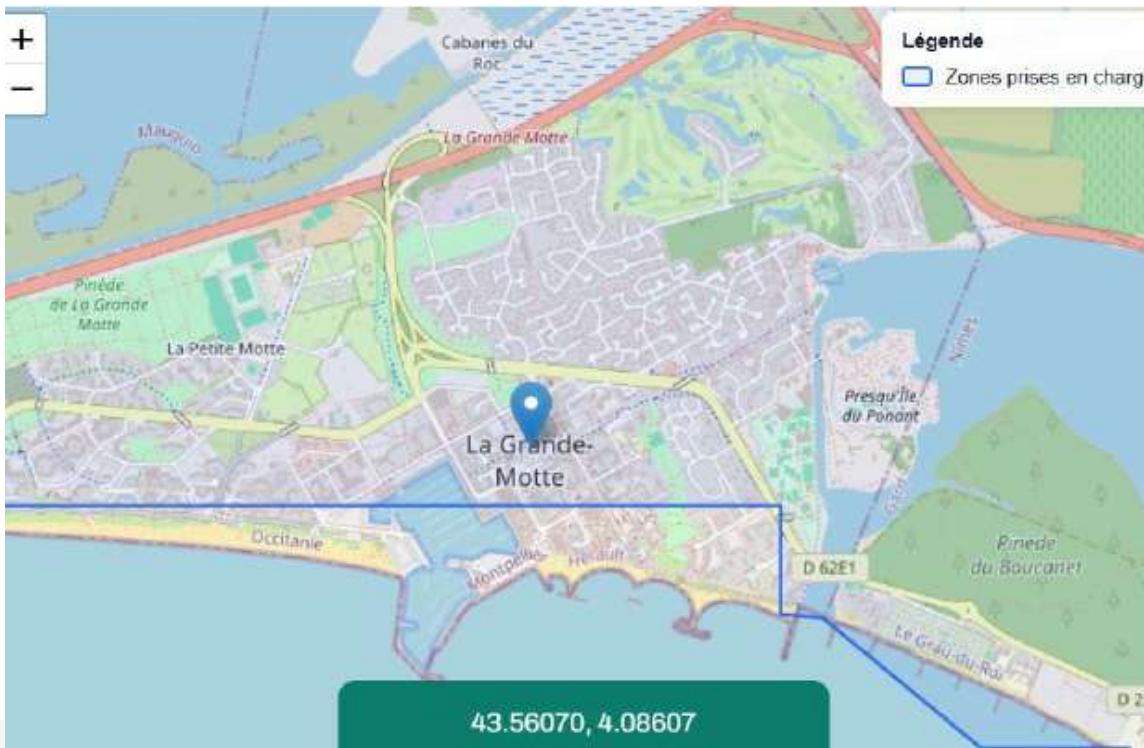
Evaluation de la vigueur et de la quantité de végétation dans la zone.

Très mauvaise

Excellent



LA RÈGLE DES 3- 30-300



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.

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





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 ?

CLIMAT & RESILIENCE



2025

TRAIT DE COTE

Evolution du stock de sable marin
(engraissement vs séquestration)



EROSION DE LA PLAGUE



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





**ENERGIE &
DECHETS**



ÉLECTRICITÉ RENOUVELABLE

100% photovoltaïque



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



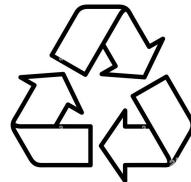
70%
D'ÉNERGIE
RENOUVELABLE



2 000
ÉQUIVALENTS
LOGEMENTS
ALIMENTÉS



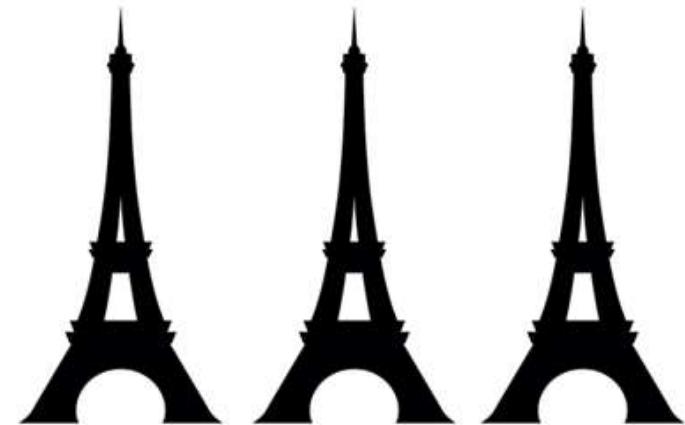
5 385 tonnes de déchets collectés durant la saison



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 ET DECHETS

2025



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



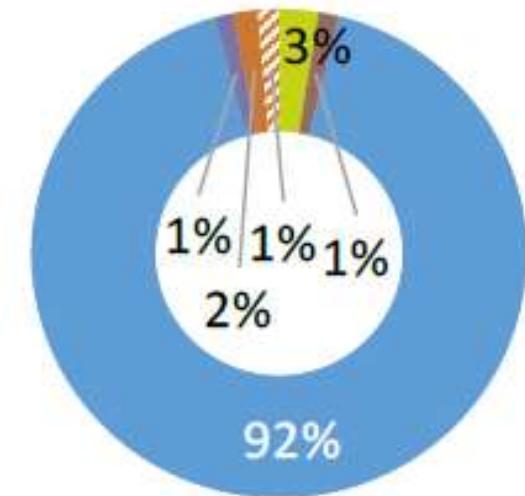
**RESSOURCES
NATURELLES**



- QUEL AIR RESPIRONS-NOUS ?

Zoom sur le dioxyde d'azote

Emis lors de combustion, principalement par le trafic routier





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

L'exposition chronique au dioxyde d'azote

Situation du NO₂ pour
la protection de la santé
(en µg/m³ - Moyenne annuelle)

2024

80
40
32
24
16
8
0

Valeur
limite
0 personne exposée à un dépassement de la valeur limite

Jusqu'à 1 km² exposé à un dépassement de la valeur limite

0 2 4 km

Votre observatoire régional de l'air
Atmo
votre partenaire
OCCITANIE

Les principales zones impactées

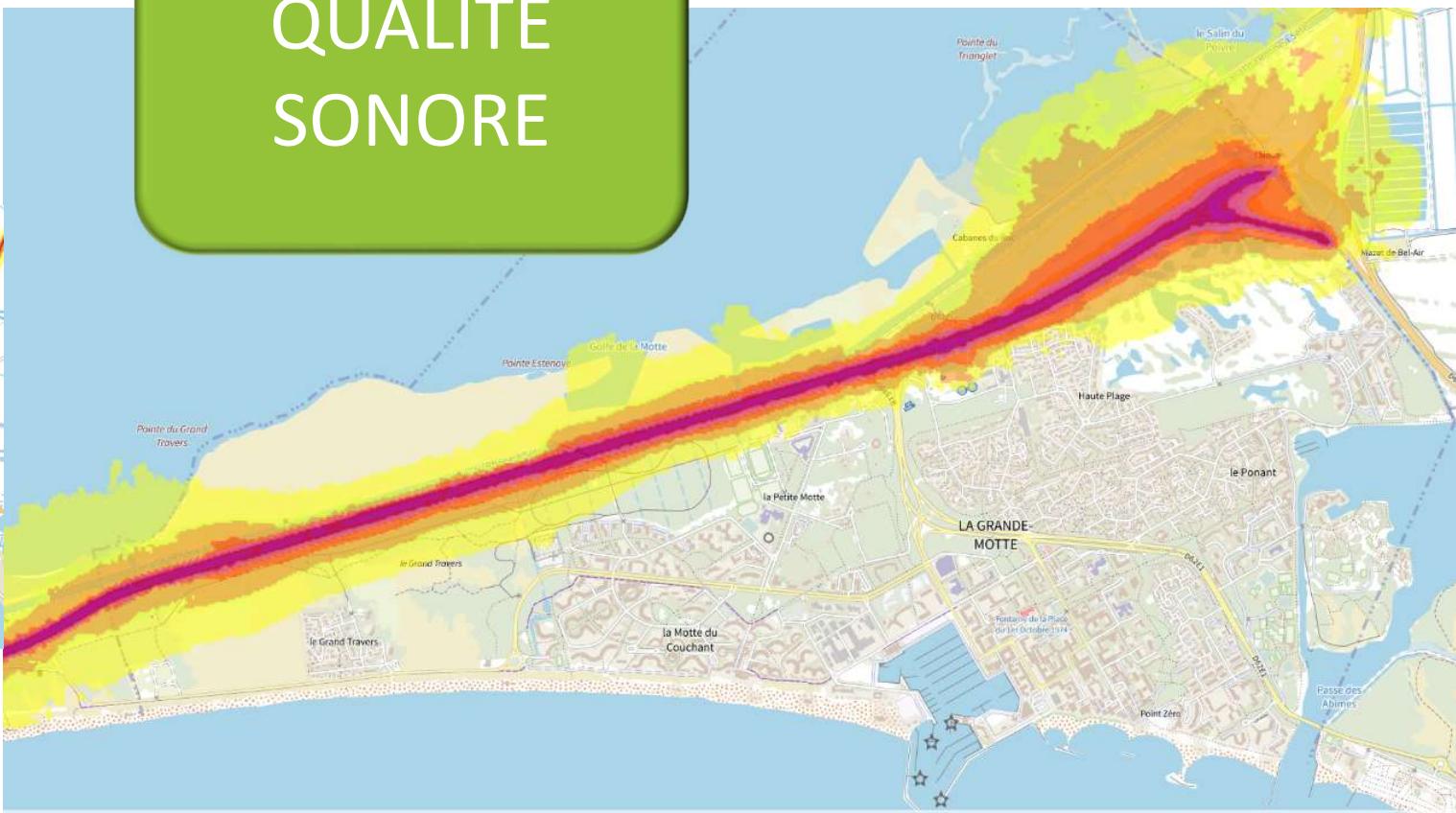
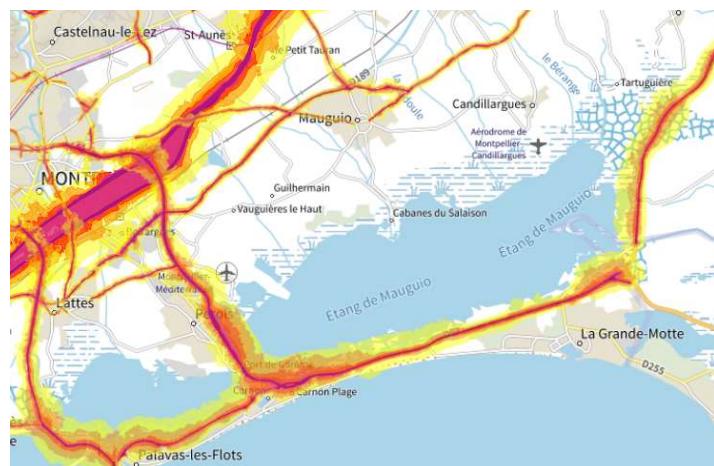
Le trafic routier est à l'origine de 76 % des émissions d'oxydes d'azote sur le territoire du Pays de l'Or. Les plus fortes concentrations en dioxyde d'azote se rencontrent donc au voisinage d'axes de circulation majeurs. Les autoroutes (A9, A709) ainsi que la départementale 66 ressortent particulièrement 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**

- **1410 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 000M³****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 arpencent à leur tour le sable pour ramasser les déchets et permettre à tous de profiter d'une plage propre.



QUALITÉ EAU DE BAIGNADE

LGM SAISON 2025

Qualité Excellente



RESSOURCES NATURELLES



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



TRAITS DE CÔTE

L'AGGLOMERATION 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



Une véritable stratégie de gestion de la frange littorale sera définie, une approche à la fois prospective, opérationnelle, concertée et destinée à anticiper les impacts sociétaux, économiques, fonciers, paysagers de cet espace stratégique pour le territoire.





RESSOURCES NATURELLES

LGM
éco



LA
GRANDE
MOTTE

TRAIT DE COTE



PLAGE OUEST

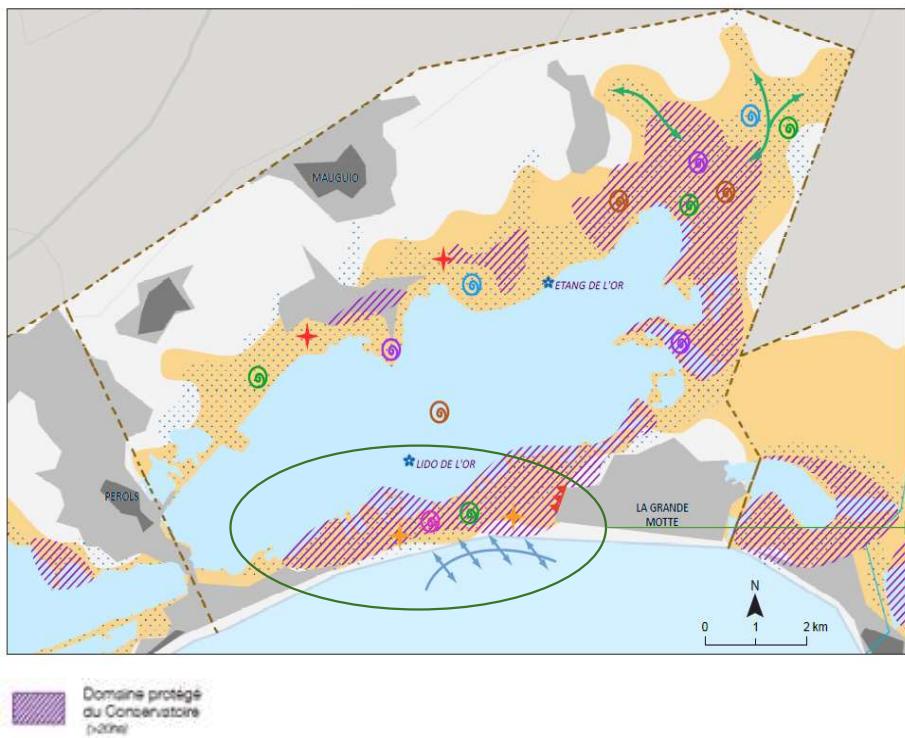
PLAGE EST

JUIN 2025
JUILLET 2024

0 500 1000 m
ECHELLE

JUIN 2025 - DOSSIER N° 25 163

LA
GRANDE
MOTTE

35 000 m² 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).

LA PRÉSÉRATION

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

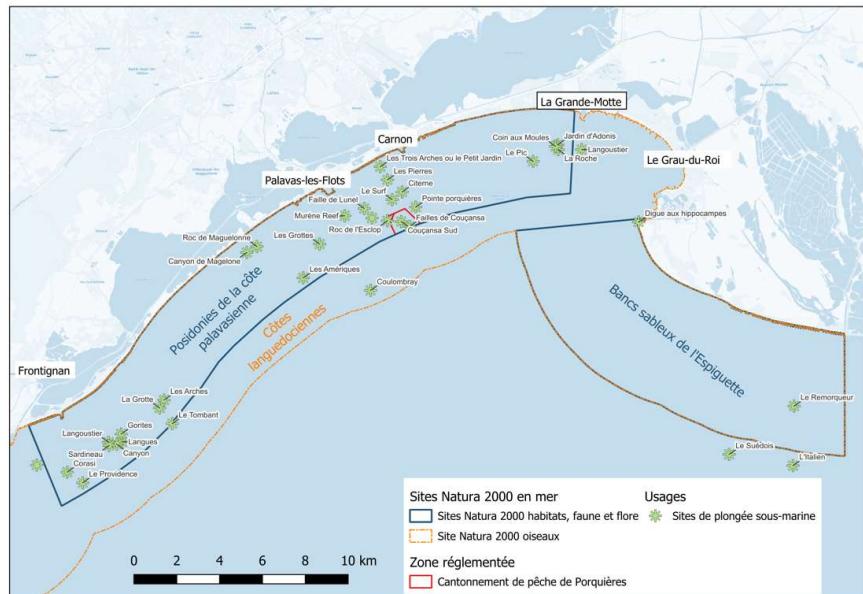
pour toutes les activités présentes sur les sites (agriculture, gestion du patrimoine...)



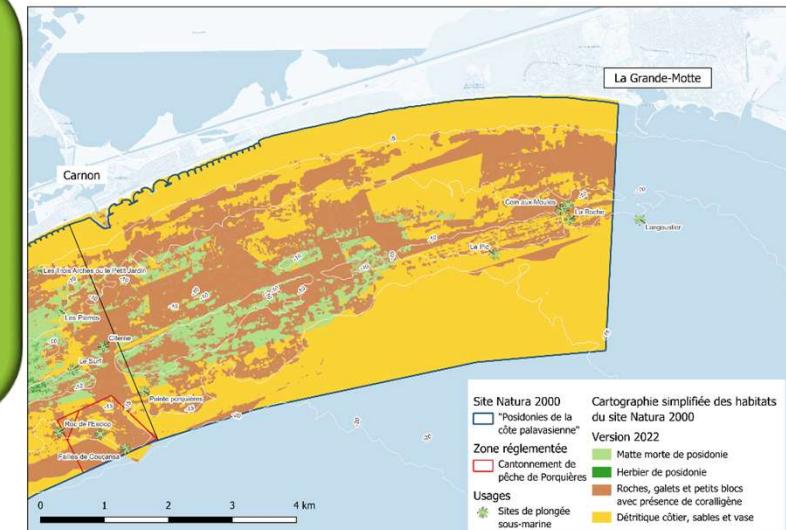
RESSOURCES NATURELLES



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.





RESSOURCES NATURELLES



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



**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. »

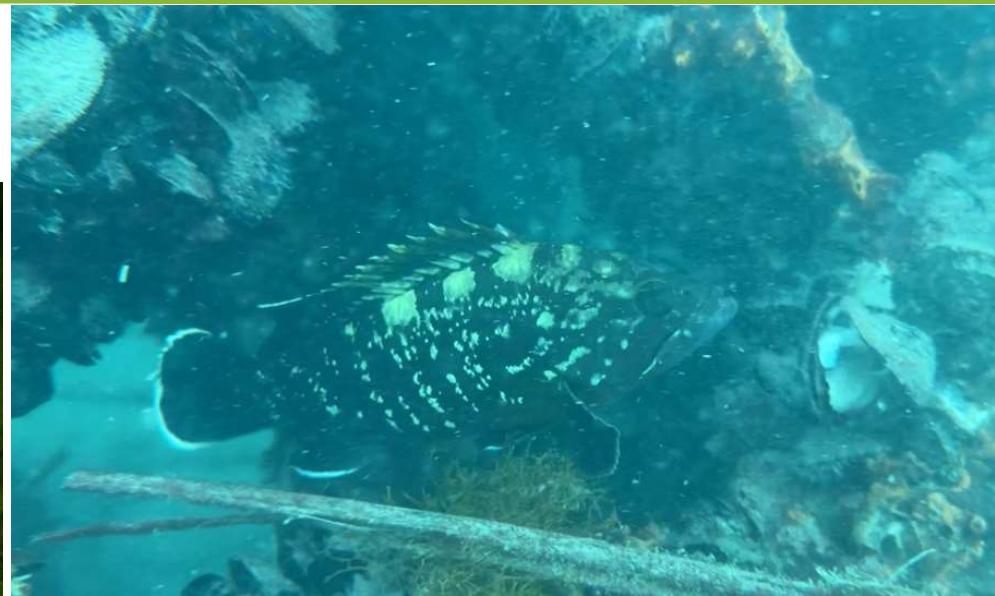
- De nouvelles espèces, s'installent durablement dans notre région :
 - **Le baliste**
 - **Le poisson-lune**
 - **La murène**
 - **Un poulpe à long bras a été observé par le Seaquarium**
 - Ces espèces témoignent d'un **réchauffement global de la Méditerranée** : la température moyenne des eaux a augmenté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





RESSOURCES NATURELLES

LGM
éco





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

LGM
éco





RESSOURCES NATURELLES

LGM
éco





RESSOURCES NATURELLES

LGM
éco



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





RESSOURCES NATURELLES

LGM
éco





RESSOURCES NATURELLES

LGM
éco





RESSOURCES NATURELLES



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



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.



RESSOURCES NATURELLES



2025



EAU

Gestion de la ressource

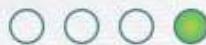


Economie/consommation
d'eau potable



N-1 : - 2%

Qualité de l'eau potable

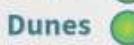


Qualité des eaux de baignade

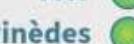


MILIEUX

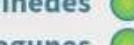
Plages



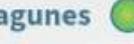
Dunes



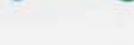
Mer



Pinèdes

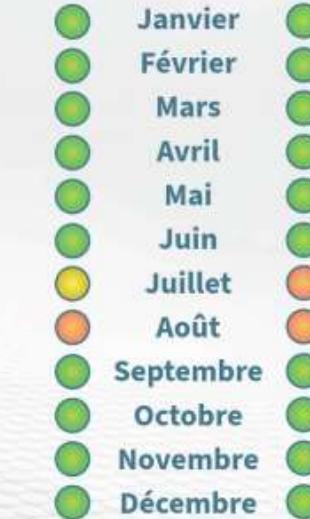


Etangs et lagunes



BIODIVERSITE

Terrestre

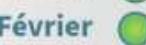


Sous-marine

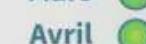


QUALITE DE L'AIR

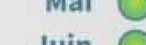
Janvier



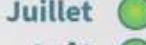
Février



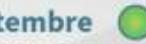
Mars



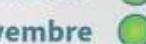
Avril



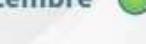
Mai



Juin



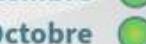
Juillet



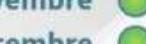
Août



Septembre



Octobre



Novembre



Décembre



ACCUEIL



ATTRACTIVITE
& ECONOMIE



SATISFACTION &
ACCEPTABILITE



ENERGIE
& DECHETS



RESSOURCES
NATURELLES



CLIMAT &
RESILIENCE



ORGANISATION
& SERVICES
COLLECTIFS



ECONOMIE SOCIALE
& SOLIDAIRE

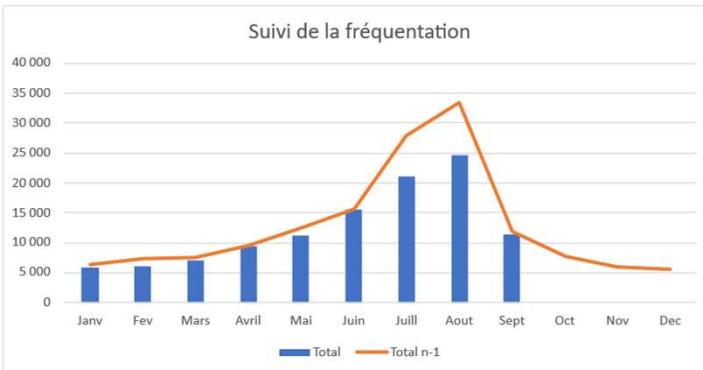


**ORGANISATION &
RÉSILIENCE**



TRANSPORTS EN COMMUN

Ligne 4 (*Transp'Or & 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**

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



8 établissements d'hébergements touristiques labellisées
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



 **6KM**
D'EUROVÉLO 8 / VIARHÔNA
 **15KM**
DE VOIES VERTES

2025



Atteintes aux personnes



Atteintes aux biens



Sécurité plage



Sécurité routière



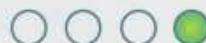
ORGANISATION & SERVICES COLLECTIFS

2025



SECURITE

Atteintes aux personnes



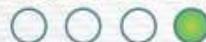
Atteintes aux biens



Sécurité plage



Sécurité routière



MOBILITES

Transports collectifs agglo



Transports intermodaux



Label accueil vélo





ÉCONOMIE SOCIALE & SOLIDAIRE



ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE



115 EMPLACEMENTS
RÉSERVÉS EN FAVEUR
DES VÉHICULES
PORTANT UNE CARTE



10 HÉBERGEURS
5 LOISIRS
3 PLAGES





ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE



Green Key



Clef Verte

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^{er} contrat social touristique de LGM est donc défini par le chef de l'Etat.

Le « contrat » est enrichi par Jean Balladur 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^{er} 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 jauge, incidence des plateformes de réservations,
- ✓ **Economiques** : montée en gamme, inflation du m² / 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 ?

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 ?

etc, etc, ...

Comment cultiver et protéger notre identité ?

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

ECONOMIE SOCIALE & SOLIDAIRE



2025



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



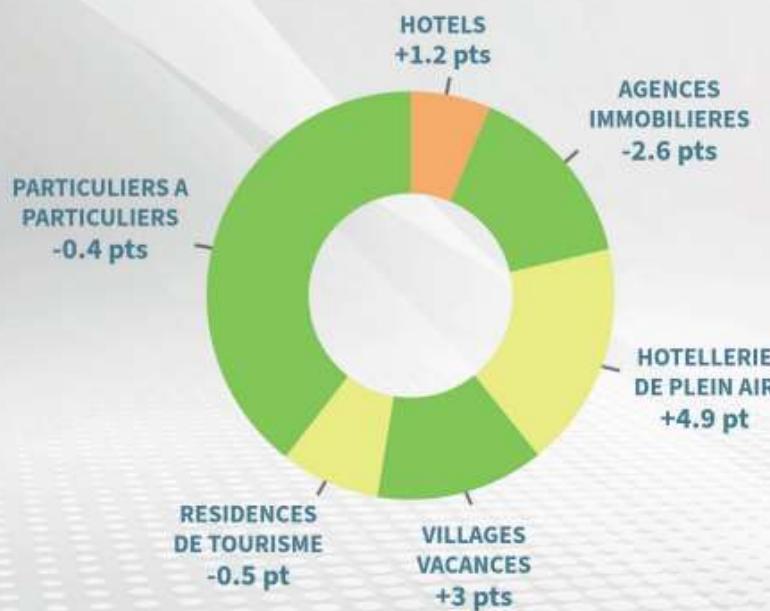
ECONOMIE SOCIALE
& SOLIDAIRE

ATTRACTIVITE & ECONOMIE

2025

Nombre de nuitées

6 359 000



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

SATISFACTION & ACCEPTABILITE



2025



VISITEURS



HABITANTS



HEBERGEURS



RESTAURANTS



LOISIRS



COMMERCES



ACCUEIL

ATTRACTIVITE
& ECONOMIESATISFACTION &
ACCEPTABILITEENERGIE
& DECHETSRESSOURCES
NATURELLESCLIMAT &
RESILIENCEORGANISATION
& SERVICES
COLLECTIFSECONOMIE SOCIALE
& SOLIDAIRE

CLIMAT & RESILIENCE



2025

TRAIT DE COTE

Evolution du stock de sable marin
(engraissement vs séquestration)



EROSION DE LA PLAGUE



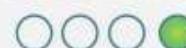
Centre-ville : ○ ○ ○ ●

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



ENERGIE ET DECHETS

2025



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



2025



EAU

Gestion de la ressource

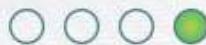


Economie/consommation
d'eau potable



N-1 : - 2%

Qualité de l'eau potable



Qualité des eaux de baignade

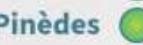


MILIEUX

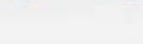
Plages



Dunes



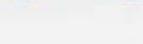
Mer



Pinèdes

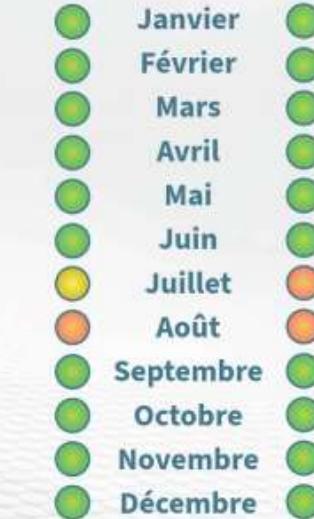


Etangs et lagunes



BIODIVERSITE

Terrestre

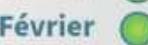


Sous-marine



QUALITE DE L'AIR

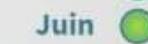
Janvier



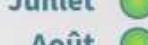
Février



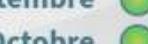
Mars



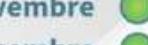
Avril



Mai



Juin



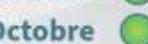
Juillet



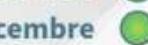
Août



Septembre



Octobre



Novembre



Décembre



ACCUEIL



ATTRACTIVITE
& ECONOMIE



SATISFACTION &
ACCEPTABILITE



ENERGIE
& DECHETS



RESSOURCES
NATURELLES



CLIMAT &
RESILIENCE



ORGANISATION
& SERVICES
COLLECTIFS

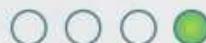


ECONOMIE SOCIALE
& SOLIDAIRE



SECURITE

Atteintes aux personnes



Atteintes aux biens



Sécurité plage



Sécurité routière



MOBILITES

Transports collectifs agglo



Transports intermodaux



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**