

MEMENTO DU TOURISME



LA
GRANDE
MOTTE

Ce mémento est une vraie radioscopie de la station de La Grande Motte.
Il n'a pas d'équivalent : toutes les informations clés sont réunies ici, informations quantitatives autant que qualitatives.

Il a fallu collecter et croiser les données de nombreux outils d'observation (INSEE, Flux Vision, G2A, Protourisme, Conitiff, etc...) et conduire une enquête de terrain pendant 2 ans auprès de 2 500 personnes ! C'est un travail considérable de l'équipe de l'Office de Tourisme. Ce mémento devient, dès à présent, un outil essentiel d'aide à la décision.

Il ne fait pas de doute que tous les acteurs du tourisme de notre destination, tous les porteurs de projets, les élus, les décideurs et jusqu'aux habitants, y découvriront certainement avec grand intérêt des informations pertinentes et utiles à leurs propres réflexions. Elles nous permettent de nous faire une idée beaucoup plus claire de la communauté économique et sociale que nous formons, habitants, acteurs économiques, usagers, visiteurs, réunis sous un même filtre.

Pour ma part, avec Thierry Bouvarel, adjoint chargé de la vie touristique, nous lisons dans ces indicateurs à la fois le résultat de plusieurs années de politiques touristiques volontaristes, le constat de l'attractivité globale de La Grande Motte, et en filigrane nous y devinons également les axes d'orientation ou de progrès auxquels nous souhaitons rester attentifs.

Je vous en souhaite une lecture enrichissante.

Stéphane Rossignol

*Maire de La Grande Motte
Président de l'Agglomération du Pays de l'Or
Président de l'Office de Tourisme*

05 CARTE D'IDENTITE DE LA GRANDE MOTTE

07 VILLE ÉCONOMIQUE

09 LES HABITUDES DE VIE ET ACTIVITÉS DE SES HABITANTS PERMANENTS

13 LES CHIFFRES CLES DU TOURISME

13 CHIFFRES CLÉS

14 LES NUITÉES TOURISTIQUE

15 L'OFFRE DE LOISIRS

19 L'OFFRE TOURISME D'AFFAIRE

21 L'OFFRE D'HEBERGEMENT

21 LA CAPACITÉ D'ACCUEIL TOURISTIQUE

23 L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

25 L'HÔTELLERIE

26 LE PARC DES MEUBLÉS MIS EN TOURISME

27 LES RÉSIDENCES DE TOURISME, VILLAGES VACANCES ET HÉBERGEMENTS ASSIMILÉS

27 LES RÉSIDENCES SECONDAIRES

27 LES VISITEURS DE LA GRANDE MOTTE

30 LE PROFIL DES VISITEURS DE LA GRANDE MOTTE

32 Provenance de nos visiteurs

32 Les modalités de séjour : hébergement marchand et non marchand

33 Les activités et loisirs

33 Des visiteurs fidèles

33 La marque LGM by La Grande Motte

34 Focus sur les achats alimentaires

34 LES TOURISTES EN HÉBERGEMENT MARCHAND

34 Le profil-type des touristes en hébergement marchand

35 Les modalités de réservations

43 LES TOURISTES EN HÉBERGEMENT NON MARCHAND (GRATUIT)

43 Le profil-type des touristes en hébergement non marchand

47 LES EXCURSIONNISTES

47 Le profil-type des excursionnistes interrogés

47 Les motivations et modalités de visite à la journée

48 Focus sur les excursionnistes en vacances à proximité

52 LES PROPRIÉTAIRES DE RÉSIDENCES SECONDAIRES

52 Le profil-type des propriétaires de résidences secondaires

52 Les modalités de séjour des résidents secondaires

54 Les activités réalisées et le niveau de satisfaction

54 Les motivations d'acquisition d'une résidence secondaire

55 LES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES

55 La fréquentation touristique étrangère

59 LA DÉPENSE TOURISTIQUE PAR VISITEUR

60 LEXIQUE



CARTE D'IDENTITÉ DE LA GRANDE MOTTE

Premiers travaux : 1964

Inauguration de la station : 1968

Naissance de la Ville : 1er octobre 1974 - Création du Conseil Municipal

EPCI : Communauté d'agglomération du Pays de l'Or : Candillargues, La Grande Motte, Lansargues, Mudaison, Mauguio, Palavas-les-Flots, Saint-Aunès et Valergues

Département : Hérault (*en limite avec le Gard*)

Région : Occitanie

Population : 8 755 habitants permanents

Logement : 20 767 logements - (5 237 résidences principales + 15 345 résidences secondaires)

Superficie : 10,6 km²

Densité : 828 hab./km²

Budget de la Ville : 44 M€ dont fonctionnement : 33,7M€ - Investissement : 10,6M€

Culture/Identité : Située en limite du Gard et de l'Hérault, la Ville est culturellement sous la double influence du Languedoc et de la Camargue.

La ville se situe sur une bande de terre délimitée par deux étangs, l'étang de l'Or au nord-ouest et l'étang du Ponant à l'est, alimenté par le Vidourle. Commune littorale, elle offre 7 km de sable fin répartis sur 4 plages :

> Point Zéro / Centre-Ville / Grand Travers / Couchant

Elle bénéficie d'une biodiversité remarquable, d'un intérêt et d'une richesse écologique indéniables, aux milieux diversifiés : dunes, lagunes, pinèdes, zones humides (sansouïres), mer. Son architecture avant-gardiste imaginée par Jean Balladur est unique en Europe. Véritable "Ville jardin", elle est l'une des stations balnéaires les plus vertes d'Europe. La Grande Motte revendique trois innovations majeures dans sa genèse :

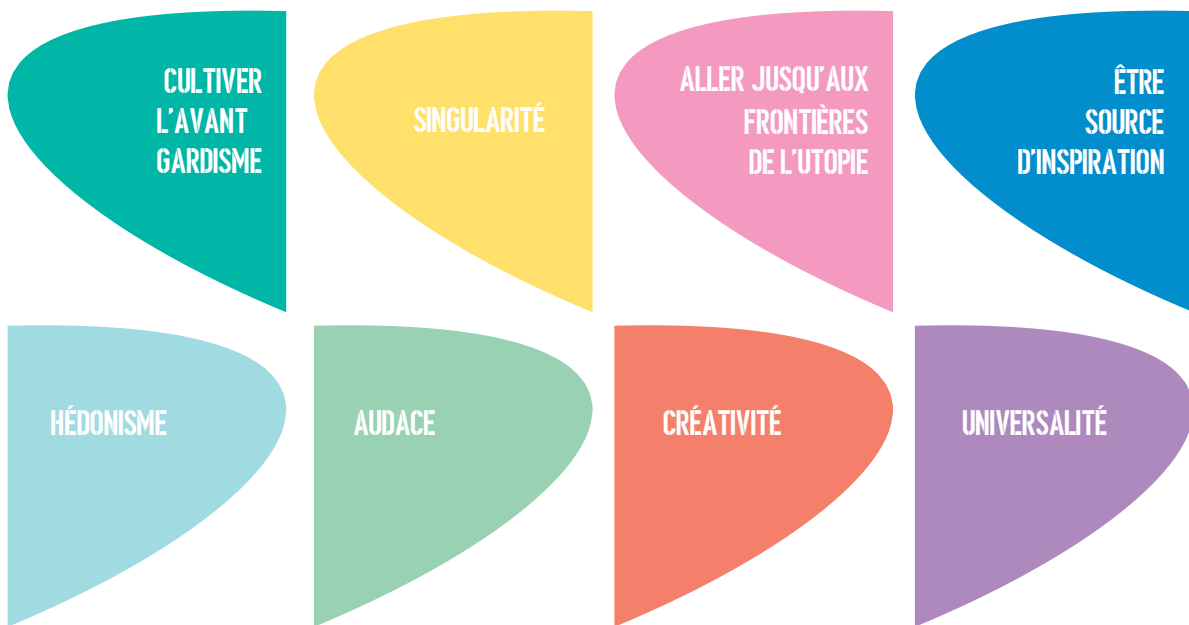
- > **Un urbanisme « vert », durable avant l'heure.**
- > **Une architecture innovante à forte charge symbolique.**
- > **Un modèle social et sociétal de vacances, toujours réinventé.**

Au sein de la station touristique de La Grande Motte plusieurs quartiers émergent, aux caractéristiques et à la personnalité différentes :

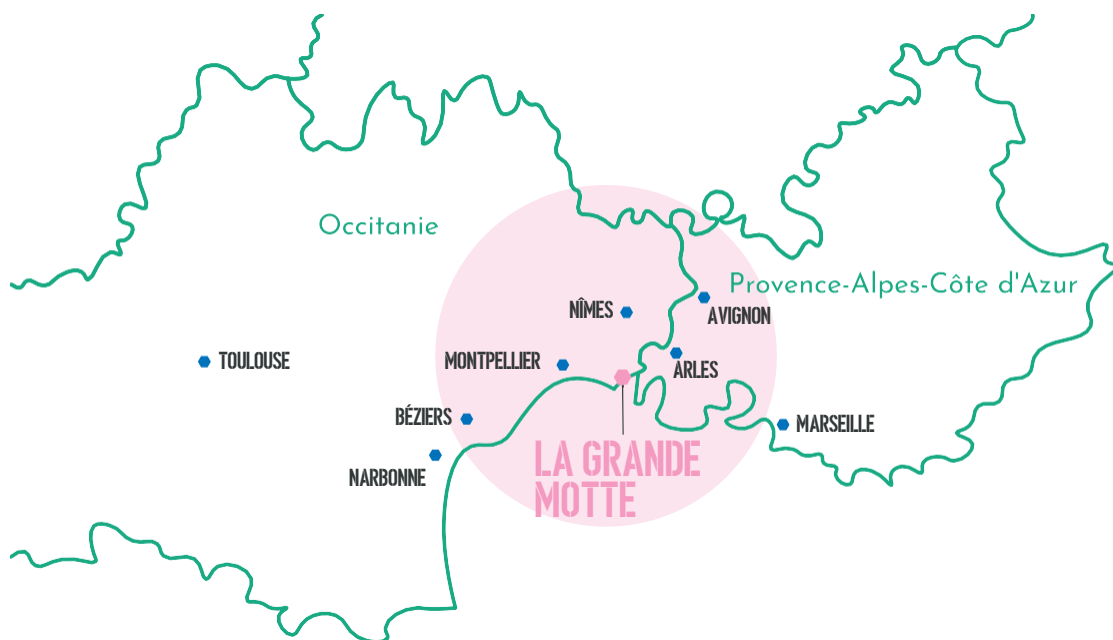
- > **Le Couchant – Petite Motte**
- > **Grand Travers**
- > **Centre-ville – Port**
- > **Point Zéro**
- > **Golf – Ponant**
- > **Haute-Plage (Villas)**

▶ LES VALEURS

Elle revendique une identité autour de **8 valeurs fortes** :



Carte des principales villes à 1 heure de La Grande Motte



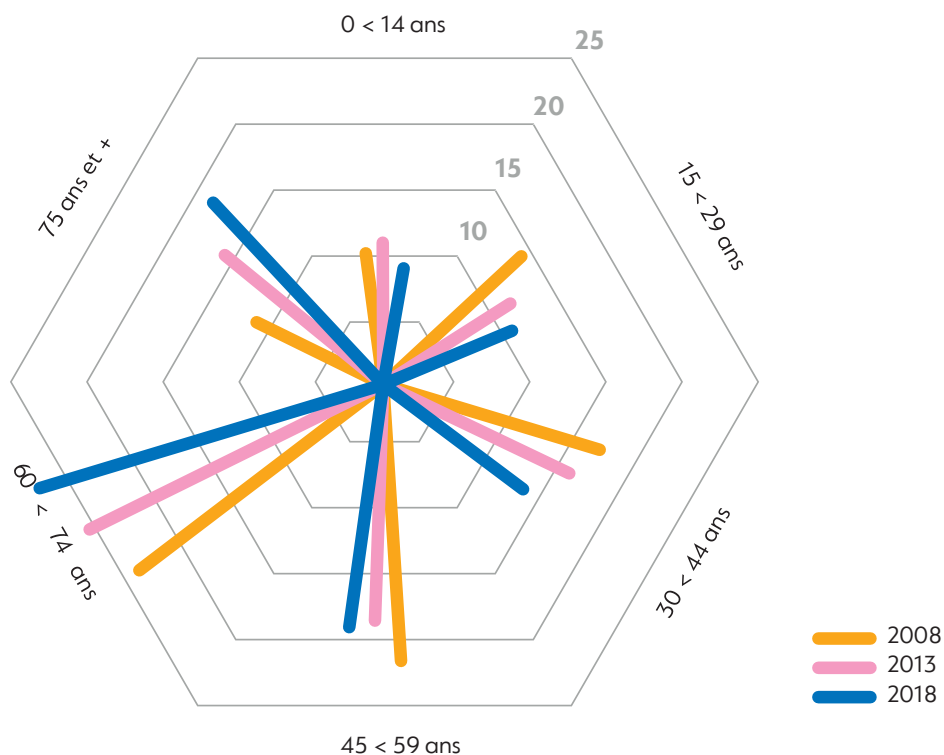
**Plus de 1,5 million d'habitants vivent
à moins d'une heure de La Grande Motte.**

LA VILLE ÉCONOMIQUE

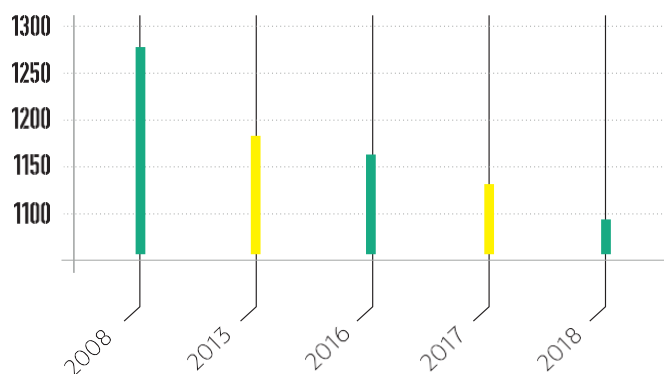
LES HABITANTS

Avec **8 508** habitants (recensement INSEE 2022), La Grande Motte a montré une croissance démographique en progression douce et constante sur la dernière décennie **(+2.5%)**. La population est globalement vieillissante. En toute logique **le taux de scolarisation** baisse en proportion également de façon constante depuis 10 ans.

POP G2 - population par grandes tranches d'âges



Personnes scolarisées



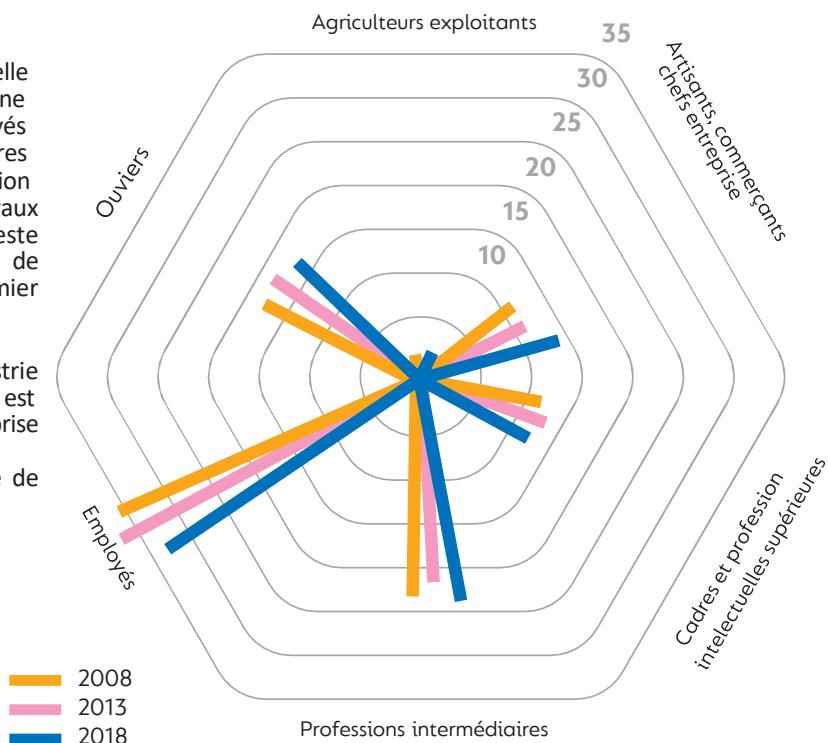
NB : est considérée comme étant scolarisée toute personne domiciliée dans la commune de La Grande Motte et inscrite dans un établissement d'enseignement ou d'apprentissage pour l'année scolaire en cours, quelle que soit la commune de l'établissement.

LES CATÉGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES

EMP G3 - emplois par catégorie socioprofessionnelle

La structure professionnelle ci-dessus est caractéristique d'une station de tourisme, les employés et professions intermédiaires dominent, et la proportion d'acteurs économiques libéraux et/ou chefs d'entreprise reste importante. La commune de La Grande Motte est le premier employeur.

La présence d'une industrie nautique importante est également visible. L'entreprise Outremer Yachting est le premier employeur privé de la commune.



LA RÉPARTITION DES EMPLOIS DANS L'ÉCONOMIE LOCALE

Les entreprises du Tourisme (hébergements – restauration – loisirs – transports – commerces et services afférents) **représentent 40.5% des entreprises de la Commune.**

53,7%

Tourisme direct

(Hébergement, transports, loisirs, restauration, commerce gros et détail) et indirects ETP

10,9%

Santé

social et autres professions libérales

9,6%

tertiaire

(administration, banques, assurances.)

9,1%

Industrie nautique

commerces et services afférents

7,7%

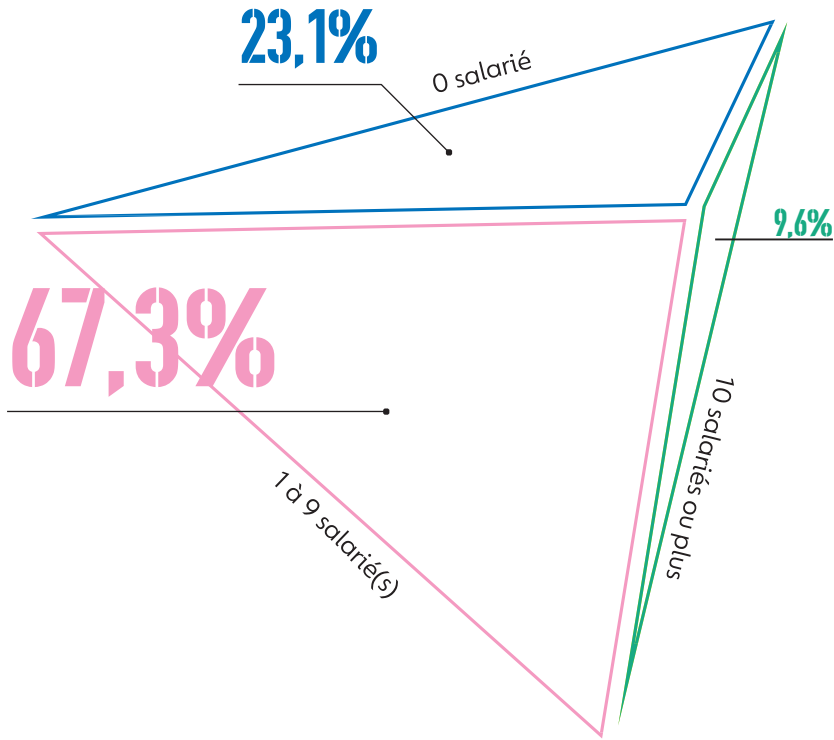
Immobilier

(BTP, artisans, transaction, commerces et services afférents)

9,1%

Autres, divers

RES G2 - Répartition des établissements par tranche d'effectifs

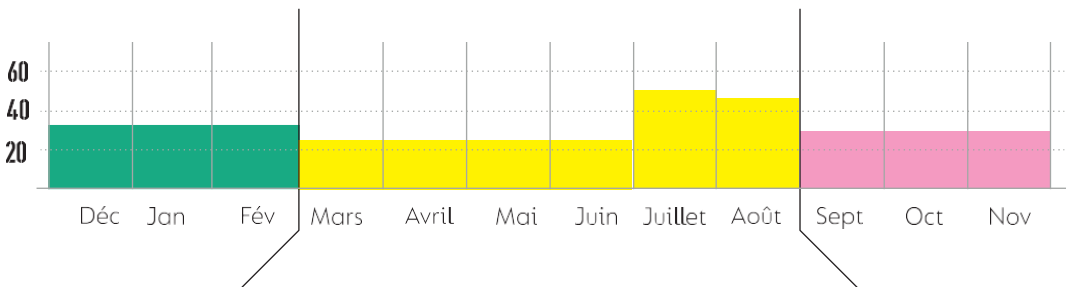


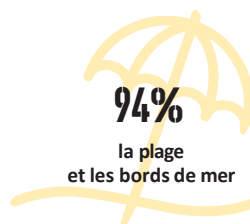
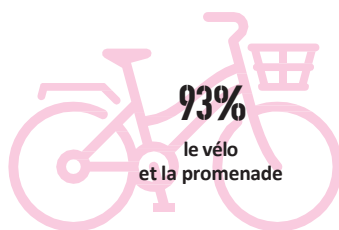
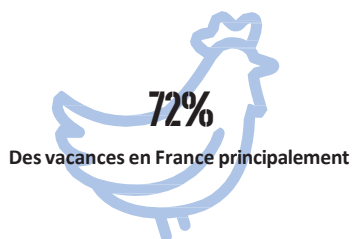
LES HABITUDES DE VIE ET ACTIVITÉS DE SES HABITANTS PERMANENTS

DES HABITANTS PRÉSENTS TOUTE L'ANNÉE, MÊME EN ÉTÉ

Des départs en vacances toute l'année avec des pics en juillet – août

À quelle période de l'année quittez-vous LGM pour partir en vacances ?

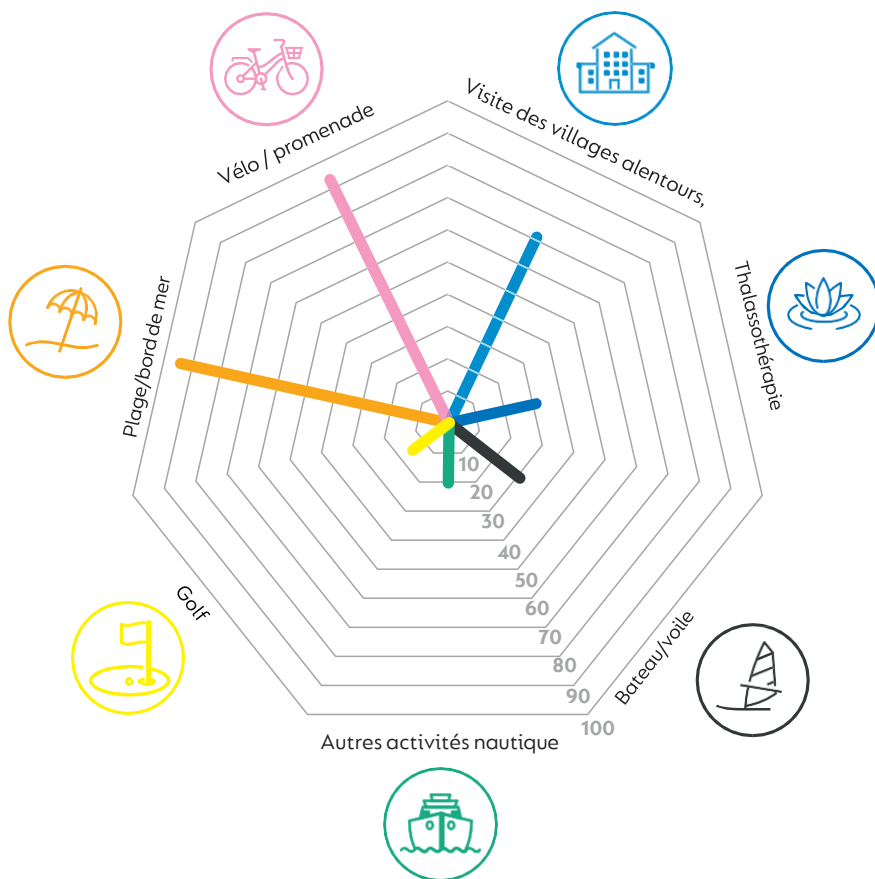




La plage et le bord de mer (**94%**) et le vélo et la promenade (**93%**) constituent les activités plébiscitées par la quasi-totalité des habitants de La Grande Motte.

A l'évidence quand on habite à La Grande Motte, on aime la mer et on la pratique beaucoup (**94%**) du printemps à l'automne ; ils sont **55%** à fréquenter les paillottes pour un moment de convivialité, **15%** à y louer des transats, **20%** à pratiquer des activités nautiques douces (pêche, paddle, aquagym, longe-côte, ...), et **30%** la plaisance.

Quelles activités pratiquez-vous ?



BRIGITTE ET PASCAL

LA RETRAITE AU SOLEIL DE LA GRANDE MOTTE

PROFIL

Age : + de 65 ans

Profession : Retraités

Situation familiale : Arrivent de la région parisienne.

Ils ont 4 petits enfants de 2 à 11 ans.



QUÊTE D'EMOTION

Vivre la retraite dont ils ont toujours rêvé.



MODE DE VIE

Où : Centre-ville grand appartement

Quand : Toute l'année

Revenus : Entre 3500 et 5000€/mois



ATTENTES ET INSATISFACTIONS

Profiter de la douceur de vivre à La Grande Motte.

Inconvénients liés à la haute saison touristique (bruits – stationnements).

Points de recharges VAE – lieux sécurisés pour VAE



CENTRES D'INTERET

S'impliquer localement : elle est membre du club de bridge, lui de l'association des plaisanciers.

Faire du sport : elle suit les cours de yoga et/ou marche aquatique l'été, il sort en mer plaisance et il joue au golf

Se balader : elle aime faire les boutiques aux alentours et Boutique officielle de LGM, il fait du vélo avec ses copains

Manger au restaurant

Suivre le programme culturel de la ville

Se faire des séances de thalassothérapie en hiver



FAMILLE ET AMIS

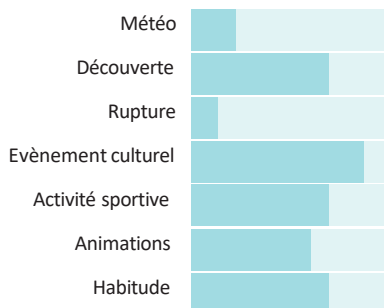
Partir en vacances en juillet

Accueillir leurs petits enfants en août : aller à la plage, leur faire faire un stage de tennis ou de voile.

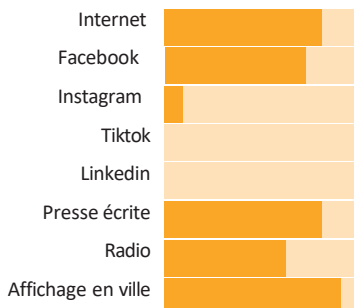
Fréquenter les animations en soirée l'été à La Grande Motte.



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

Vélo à assistance électrique **80%**



LA FAMILLE MARTIN

QUALITÉ DE VIE BOBOS ÉCOLOS

PROFIL

Age : Entre 35 et 49 ans

Profession : Elle est cadre, il est employé

Situation familiale : Famille de 2 enfants de 7 et 13 ans



QUÊTE D'EMOTION

Vivre la famille dans la qualité de vie de La Grande Motte.



MODE DE VIE

Où : Une villa à Haute plage

Quand : Année

Revenus : 5000€/mois



ATTENTES ET INSATISFACTIONS

Fibre optique pour télétravail et games enfants

Mauvaise connexion.



CENTRES D'INTERET

Toute l'année, se promener à vélo LGM et aux alentours pour aller au restaurant ou participer à un spectacle/festivals.

Pratiques des activités nautiques enfants – parents (aviron – padle – kite – windsurf).

En juillet, profiter de la mer et des plages privées

En août, partir en vacances plutôt vers la fin du mois.

Voyager durant les vacances scolaires



FAMILLE ET AMIS

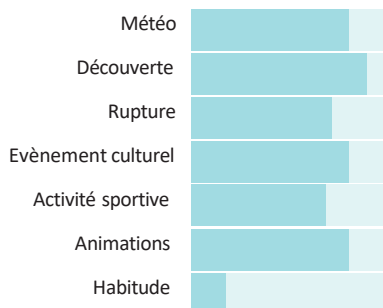
Accueil famille toute l'année.

Aime recevoir famille/amis week-end printemps/automne.

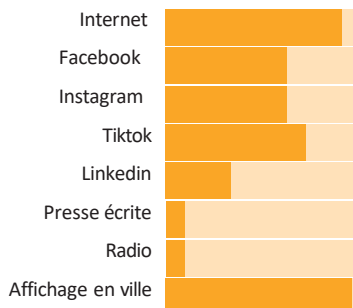
Très ambassadeurs de La Grande Motte et pratiquants des découvertes des alentours



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

80%

Ils accompagnent les enfants à l'école à vélo et vont travailler à vélo à LGM, limité intramuros.



LES CHIFFRES CLÉS DU TOURISME

CHIFFRES CLÉS

500 M€

DE RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DIRECTES
ANNUELLES SUR LA GRANDE MOTTE

OT LGM - 2025

2047

EMPLOIS DIRECTS
(ET ÉQUIVALENTS TEMPS PLEIN)

Enquête Protourisme 2020

8 500 69 000 12 500

LITS TOURISTIQUES
DE PARTICULIERS
A PARTICULIERS

LITS TOURISTIQUES
EN RESIDENCES
SECONDAIRES

LITS TOURISTIQUES
PROFESSIONNELS

90 000

LITS TOURISTIQUES

Données G2A - 2025

6,4M

DE NUITÉES TOURISTIQUES EN 2025

Dont 1.8 million en hébergement marchand

Données G2A - 2025

2 M€

EN TAXE DE SÉJOUR

OT LGM - 2025

7M

DE JOURNÉES EXCURSIONNISTES

DÉPENSE TOURISTIQUE

68€

PAR JOUR ET PAR PERSONNE
POUR UN TOURISTE EN
HÉBERGEMENT MARCHAND

28€

EN MOYENNE POUR
LES EXCURSIONNISTES

26€

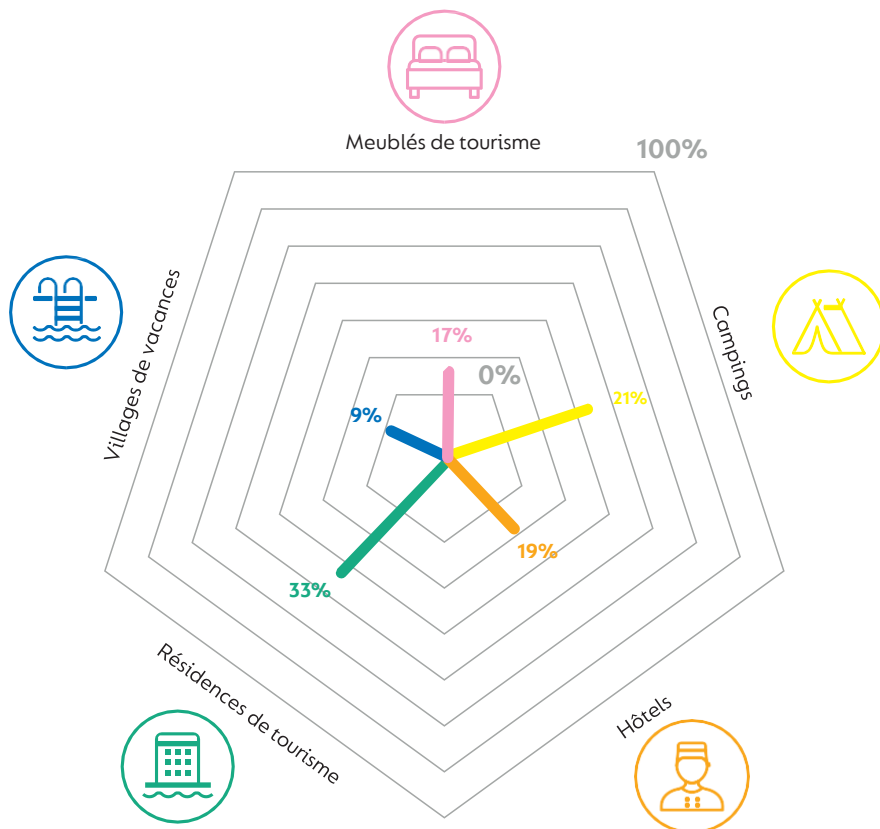
PAR JOUR ET PAR PERSONNE
POUR UN TOURISTE
EN HÉBERGEMENT GRATUIT

LES NUITÉES TOURISTIQUES

6,4M DE NUITÉES TOURISTIQUES EN 2025

Dont **1.8 MILLION** en hébergement marchand réparti comme suit

Répartition des nuitées par typologie d'hébergement en %

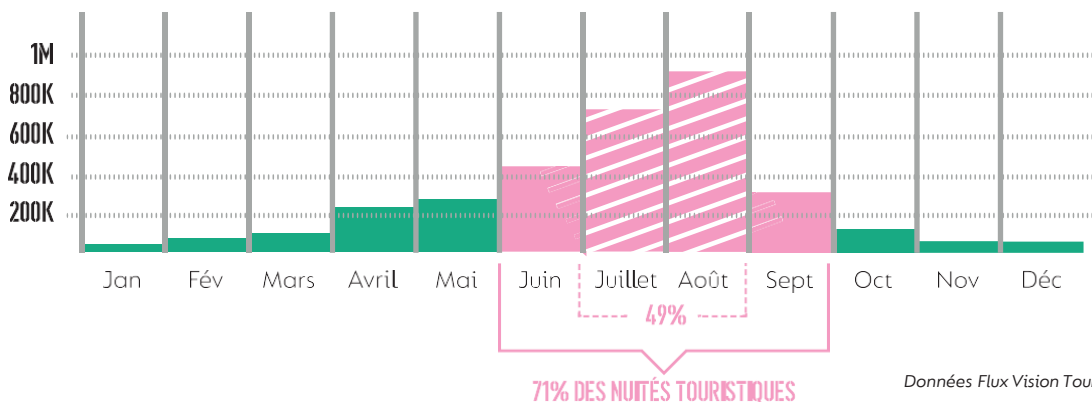


La Grande Motte enregistre des nuitées toute l'année, avec une concentration de **juin à septembre** représentant **71% des nuitées touristiques**.

Les deux mois emblématiques de la station estivale, **Juillet et Août**, totalisent **49% des nuitées**.

La période d'Octobre à Mai représente **29% des nuitées**.

Répartition annuelle des nuitées touristiques



Données Flux Vision Tourisme 2019

L'OFFRE DE LOISIRS

DES ÉQUIPEMENTS DE QUALITÉ



1
**Complexe
aqualudique**



1
Palais des Sports
1 gymnase avec tribunes,
1 dojo, 2 salles de danse



1
Parc des sports
2 terrains de football, 1 terrain
de rugby, 1 terrain de baseball,
1 piste et 1 terrain multisports



2
Salles Multi activités
(Centre Culturel
– Haute-Plage)



31
Courts de tennis
(3 courts couverts,
2 en terre-battue et 1 mini-tennis)



1
Golf
de 18 trous



1
Centre nautique
(2 bases : mer + étang)



4
Port
(1600 anneaux)



1
Thalasso



2
**Centres
de remise en forme**



**Réseau
de pistes cyclables**



1
Centre équestre



1
Skate Park



2
Parcours de santé



2
Street workout



1
Arène



1
**Centre de soins
des Tortues
Marines**



1
Palais des Congrès
(2 auditoriums,
8 salles de commission,
salles de restauration,...)



1
Sentier subaquatique
(en création)



1
Sentier écotouristique

DE NOMBREUSES ACTIVITÉS ANNUELLES OU SAISONNIÈRES



ACCROBRANCHE



YOGA



KITE SURF



PROMENADE EN MER



GOLF



EXCURSIONS CAMARGUE



**LOCATION BATEAU
AVEC OU SANS PERMIS**



CLUB ENFANTS



VISITES GUIDEES



TENNIS



**PADDLE (SUP) – PADDLE YOGA –
PADDLE GEANT**



**SKI NAUTIQUE –
WAKE BOARD**



GRANDE ROUE



**LOCATION
ET/OU BALADES GUIDEES
EN TROTINETTES ELECTRIQUE**



**PÊCHE EN MER –
PÊCHE AU GROS –
PÊCHE NUIT – SURF CASTING**



**VÉLO
AQUATIQUE**



**LOCATION DE VÉLOS
MECANIQUES ET
ELECTRIQUES**



BALADE EN PONEYS



PÉDALOS



VOILE



AVIRON



PERMIS BATEAU



PLANCHE À VOILE



LONGE CÔTE



MANÈGES



CANOË / KAYAK



**PISCINE – PARC
AQUATIQUE**



WING – WINGFOIL



**ÉCOLE DE
CROISIÈRES**



**BOUÉE TRACTÉE FLYBOARD
– FLYFISH – JETSKI –
PARACHUTE ASCENSIONNEL**



**PLONGÉE
SOUS-MARINE**

- > En pleine saison, 55 prestataires de loisirs, plus de **65 activités**.
- > Une solution **LGM SPORTS ET LOISIRS** regroupe toute l'offre de loisirs touristiques.
- > Une carte **PASS LOISIRS** avec de nombreux avantages sur l'ensemble des loisirs.

Localisation de l'offre de sports et loisirs touristiques de La Grande Motte



- | | | |
|--|---|---|
| 1 Ponant Aventure (Accrobranche) | 12 Le Carrousel (manège) | 23 Lucile 2 (location du catamaran avec équipage et promenade à bord d'un catamaran) |
| 2 Rando Jet (bouée tractée, découverte bateau moteur, flyboard, jet ski, parachute ascensionnel, randonnée Camargue) | 13 Kangoo Park Port (manège) | 24 Sports et Loisirs Nautiques du Ponant (cours wake board, club de ski nautique) |
| 3 Base de Loisirs du Ponant – Team Active (bouée tractée, flyfish, location kayak, location voiliers/catamarans, ski nautique, wake board, location de vélos) | 14 Kangoo Park Couchant (manège, jeux gonflables) | 25 Centre de Tennis (cours et stages de tennis, location de courts) |
| 4 Voile d'OC (location voiliers, promenade à bord d'un voilier) | 15 La Grande Roue (manège) | 26 Office de tourisme LGM (visites guidées) |
| 5 École de voile - Yacht-Club de La Grande Motte (location kayak, kite surf, location voiliers/catamarans, paddle, pédalo, voile, planche à voile locations et stages) | 16 Mini-Golf du Couchant (mini-golf) | 27 Côté Sud Plage (location et cours de kayak, pédalos) |
| 6 Golf International (golf) | | 28 Bike Concept by Loc'n'Roll (location de vélos) |
| 7 Azur Plage (location de kayak, pédalos) | 18 CEFOM (permis côtier) | 29 Club des mini-sauveteurs (club enfant sauvetage en mer et nettoyage des plages) |
| 8 Camargue et Voiles (pêche en mer, promenade en mer, promenade à bord d'un catamaran, randonnée Camargue, taxi bateau) | 19 Wave pilote (permis bateau) | 30 Aviron Club Ponant (Aviron, location de Kayak) |
| 9 Rivage 34 (location bateau moteur avec ou sans permis) | 20 Color Train (petit train touristique électrique) | 31 La Vida Loca (location de vélos, de paddle, trotinettes, de casiers, matériels et jeux de plage) |
| 10 Vélo Club (location de vélos) | 21 Espace Grand Bleu (piscine, parc aquatique) | 32 Les Kayaks de l'Etang de l'Or (location kayak et de paddle) |
| 11 Bump Cycles (location de vélos et de rosailles) | 22 La Palanquée (plongée sous-marine) | 33 Le manège d'Elliot (manège) |



- | | | |
|---|-----------------------|--|
| 34 Play Laser (laser game) | 45 Skate parc | 56 Première ligne (centre de remise en forme) |
| 35 HolyMoke (location de mokes électriques) | 46 Palais des sports | 57 Extrême gym (salle de gym) |
| 36 Pasino (jeux argent, concerts/spectacles) | 47 Arènes | 58 Cyber LGM (location vélos – internet) |
| 37 Cyber station (salle de jeux) | 48 Parc des sports | 59 Liôl Jeux (parc enfants plage) |
| 38 Cestmed (centre de soin des tortues et visites guidées) | 49 Centre équestre | 60 La Dune (discothèque) |
| 39 Aires de jeux (équipements jeux enfants) | 50 Palais des Congrès | 61 Balade Poneys |
| 40 Terrain de basket | 51 Rucher du Ponant | 62 Location Miss Paddle (location paddle itinérant) |
| 41 Terrain de beach-volley | 52 Parcours santé | 63 Trott Life (Balade guidée en trottinettes électriques tout terrain) |
| 42 Nage éco l'eau (aquafitness marin : water boost, seafitness, palmes, natation) | 53 Boulodrome | 64 Hello Cyclo (Location de vélos) |
| 43 Sport & Plage (aquafitness marin) | 54 Réveils sport & BE | 65 Pixel (Salle de jeux) |
| 44 Bibliothèque – Ludothèque | 55 Thalasso | 66 Stand Up Paddle La Grande Motte (location paddles 4 lieux) |
| | | 67 Côté Fish |

L'OFFRE TOURISME D'AFFAIRES

1. LE PALAIS DES CONGRÈS DE LA GRANDE MOTTE

9 000 000* RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DIRECTES
DU PALAIS DES CONGRÈS SUR LA GRANDE MOTTE

1880M²

*dont 1 audit de 130 places
1 audit de 440 places
1 salle expo de 520 m² 355
m² d'espace extérieur 8
salles de commissions*

110

ÉVÈNEMENTS
(CONGRÈS –
SÉMINAIRES –
COLOQUES...)

169j

D'OCCUPATION
PAR AN

**+de 50 000
CONGRESSISTES**

PARMI LES CLIENTS RÉCENTS :

- > ASSISES NATIONALES NAUTISME ET PLAISANCE
- > GRAND LARGE SERVICE (OUTREMER)
- > ROYAL CANIN
- > FORUM FIC
- > AQUA VALLEY (POLE EAU DE MONTPELLIER)
- > CONGRÈS NATIONAL DE L'IMAGERIE MÉDICALE
- > CONVENTION AMPLIFON
- > CONVENTION HUBN'UP
- > CONGRÈS DES COMPAGNONS MÉTALLIERS

DE FRANCE

- > CONGRÈS DE LA DIALYSE
- > CONGRÈS ANETT
- > CONGRÈS MG FRANCE / MG FORM
- > CONGRÈS NATIONAL MAN TRUCK
- > Z EVENT
- > UBISOFT
- > CONGRÈS NATIONALE CAPFUN

2. UNE DESTINATION AFFAIRE CARACTÉRISÉE

80%

DU PARC HÔTELIER EN 4* ET 5*

43

SALLES DE RÉUNION CHEZ LES HÉBERGEURS

10MN

DE L'AÉROPORT
MONTPELLIER-
MÉDITERRANÉE

15MN

ACCÈS AUTOROUTE

20MN

DE 2 GARES TGV
À MONTPELLIER
(SAINT-ROCH –
SUD DE FRANCE)

3. LES CHIFFRES DU TOURISME D'AFFAIRE

50 MILLIONS D'EUROS retombées (directes et indirectes) de l'ensemble des acteurs LGMDA (dont le PDC) sur LGM

Hôtellerie

35 À 40%

de l'activité
hôtelière annuelle

Dépenses touristiques

30 À 35%

de dépense touristique
totale



LGMDA

La Grande Motte Tourisme d'Affaire regroupe 45 professionnels du secteur autour d'initiatives communes.

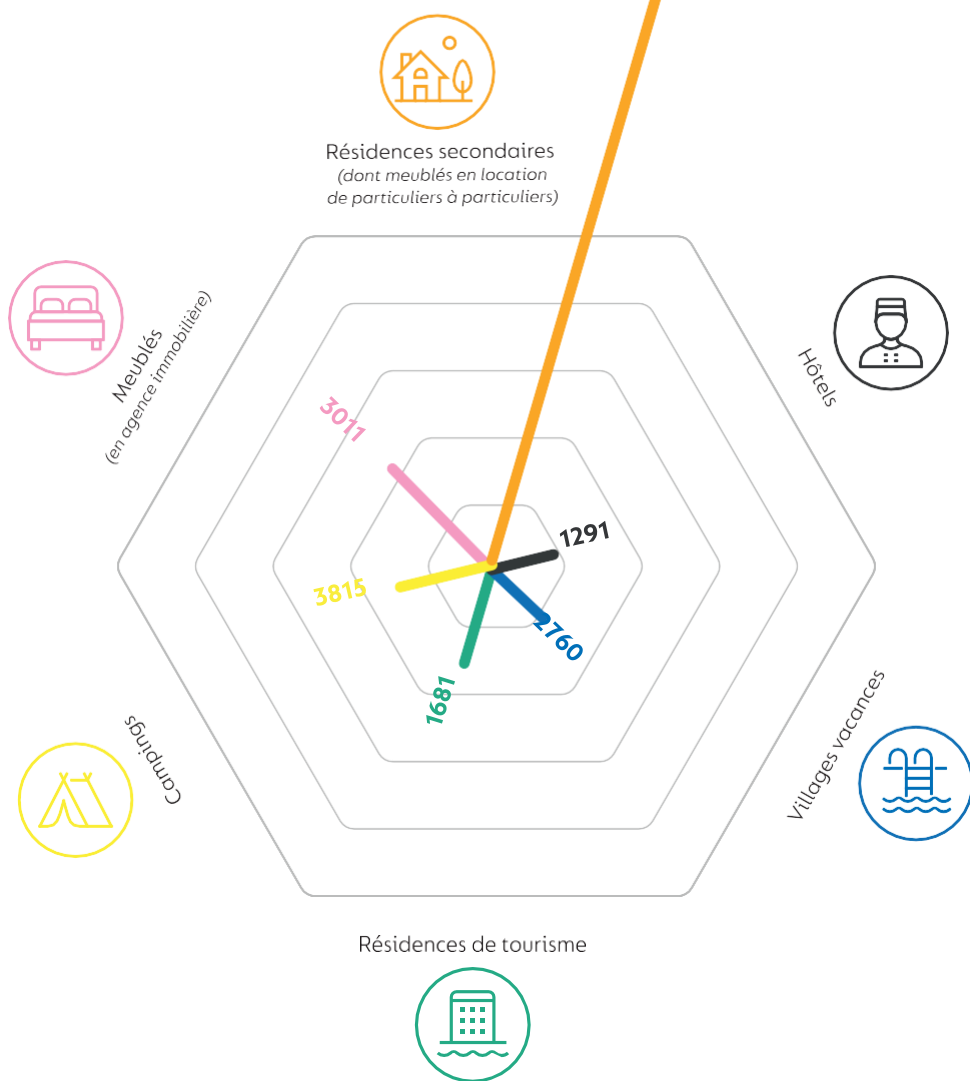
4 Palais des Congrès dans l'Hérault :

- > Béziers
- > Le Cap d'Agde
- > Montpellier
- > La Grande Motte

L'OFFRE D'HEBERGEMENT

LA CAPACITÉ D'ACCUEIL TOURISTIQUE EN LITS

Une prédominance des résidences secondaires

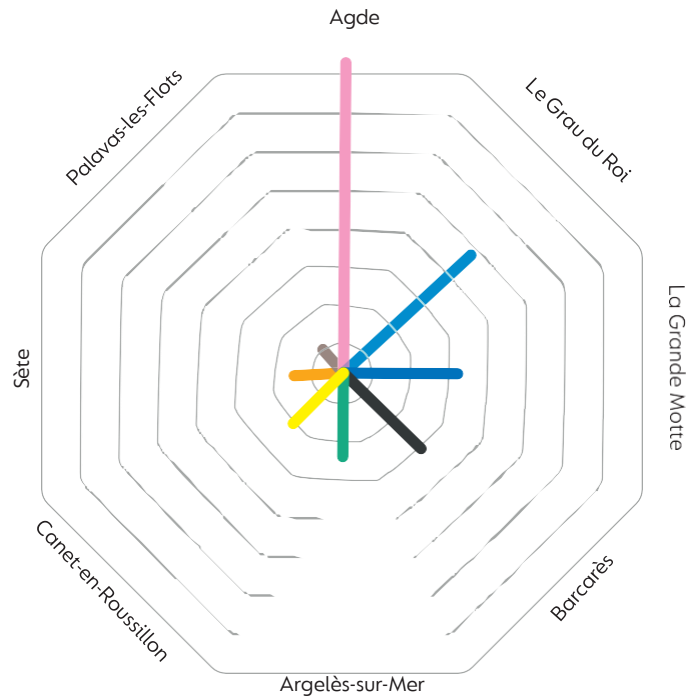


Remarque : Combien de lits possède La Grande Motte 70 000 ? 80 000 ? 100 000 ?

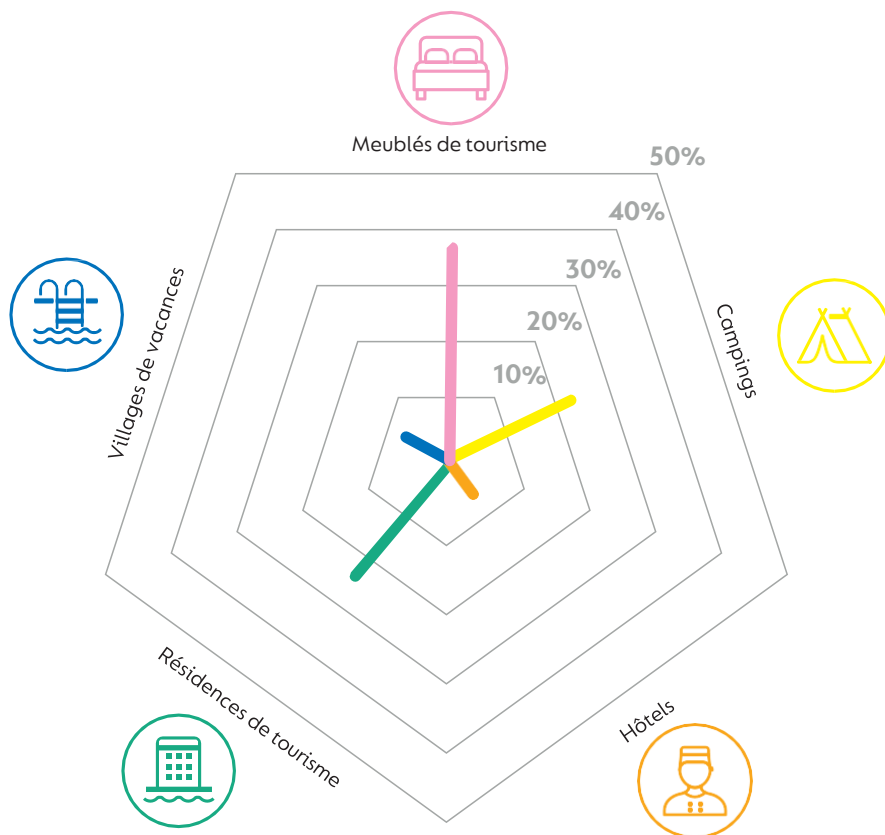
Pourquoi entend-on des chiffres différents, et comment calcule-t-on une capacité d'accueil maximale ?

Dans les années 70, un studio était souvent affiché et loué pour une capacité de 4 voire 5 personnes. En 2025, ce même studio est donné comme pouvant accueillir plutôt 2 à 3 personnes, question d'époque et de norme de confort. La Grande Motte comprend environ 6 000 studios et studios cabines. Et voilà, vous venez de faire varier la capacité d'accueil de la station de 12 000 lits en une seconde ! Selon la source (INSEE, Conitiff, Office de Tourisme etc..) le résultat pourra donc varier, chacun ayant ses propres critères d'appréciation. Pour notre part nous avons choisi de prendre en compte les données de l'INSEE ,validées également par notre outil d'Observatoire Touristique G2A..

Nombre de lits en résidences secondaires par station



La répartition des lits marchands par typologie d'hébergement



Elle porte exclusivement sur les lits touristiques mis sur le marché de la location.

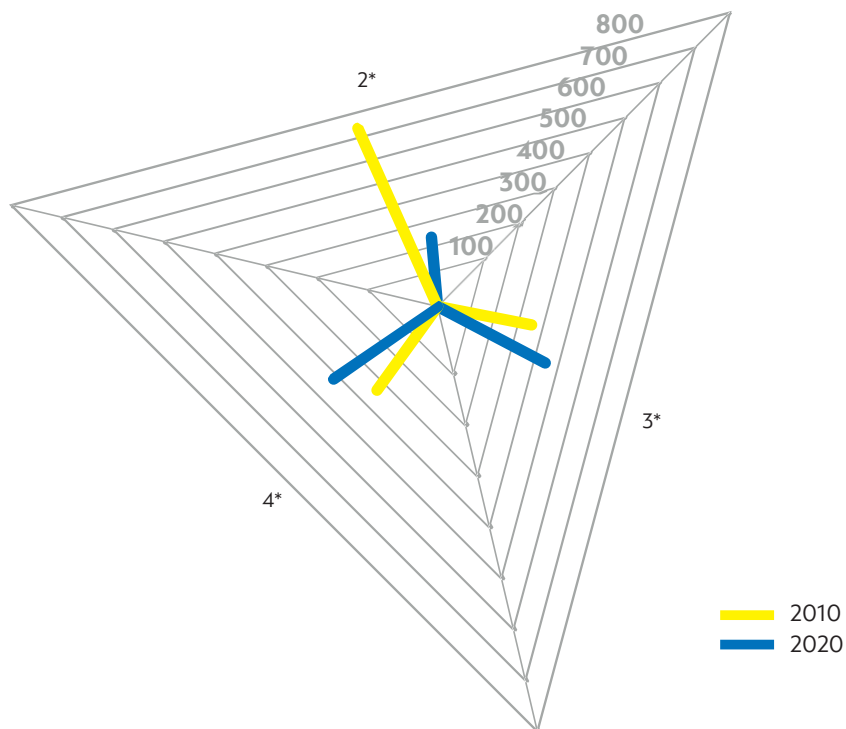
L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

Avec **3 306 lits**, l'hôtellerie de plein air représente **23%** des lits marchands de La Grande Motte

5 établissements de 2* à 4*: Le Garden ****, Maïana Resort****, Capfun****, Camping La Petite Motte FFCC***, GCU**

1 102 emplacements (3% de l'offre départementale)

Une mutation spectaculaire depuis 10 ans des lits HPA vers une montée en gamme



1
Établissement
195
Emplacements
585
Lits



1
Établissements
198
Emplacements
594
Lits



3
Établissements
692
Emplacements
2 636
Lits

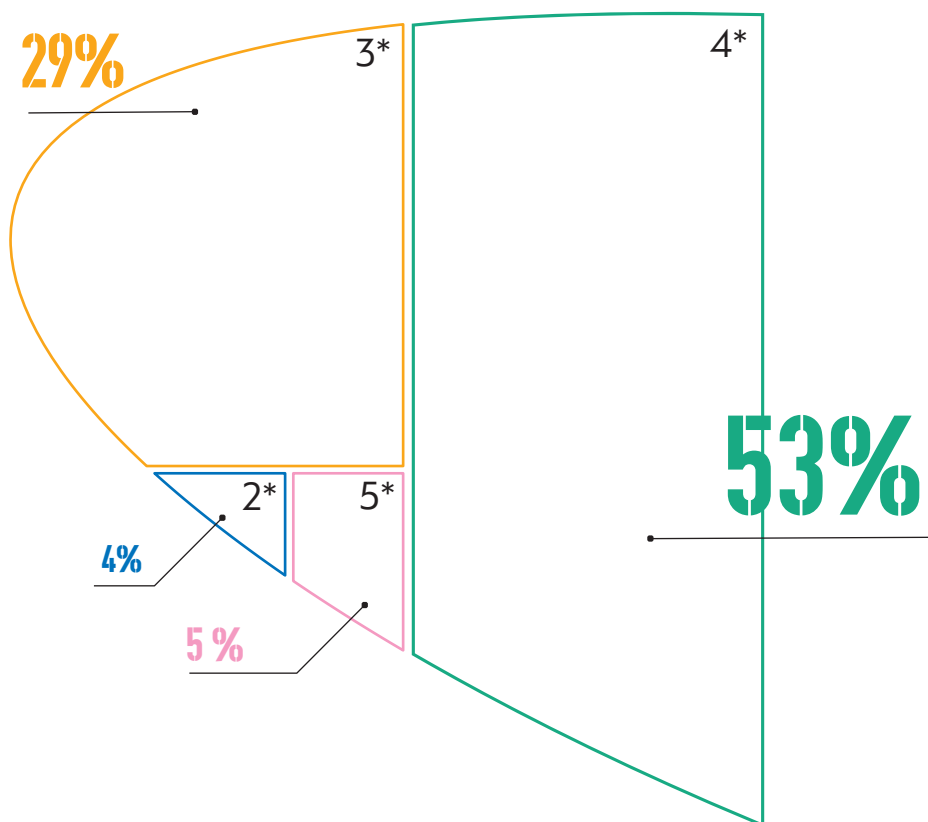
L'HÔTELLERIE

Avec **1 291 lits**, l'hôtellerie représente **7%** des lits marchands de La Grande Motte

10 établissements : Hôtel de La Plage 5*, Hôtel le Mercure 4*, Hôtel Novotel Golf 4*, Golf Hôtel 4*, Hôtel Le Prose 4*, Hôtel Le Quetzal 3*, Hôtel Europe 3*, Boutique Hôtel Saint-Clair 3*, Les Rives Bleues 2*.

537 chambres.

Répartition des lits hôteliers par catégorie



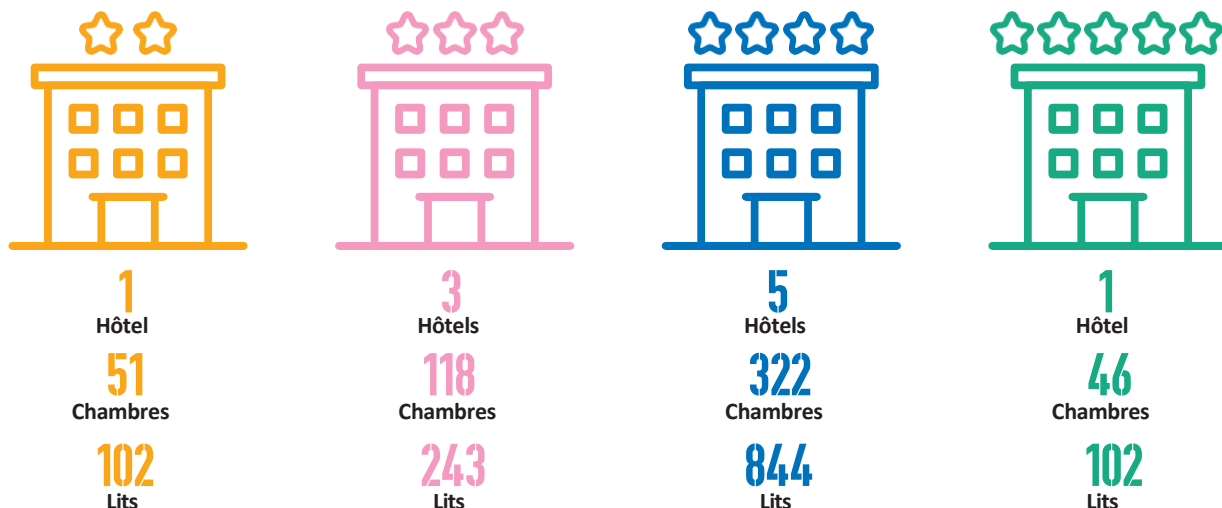
Un nouvel établissement 5 étoiles est en construction et ouverture courant 2027. L'hôtellerie de LGM est marquée par la prédominance **de l'hôtellerie 4 étoiles qui représente 53% des lits hôteliers alors qu'en moyenne en France, il n'est que de 17 %.**

Les lits 4* et 5* additionnés représentent à La Grande Motte **58%** des lits hôteliers, contre une moyenne de **20%** en France.

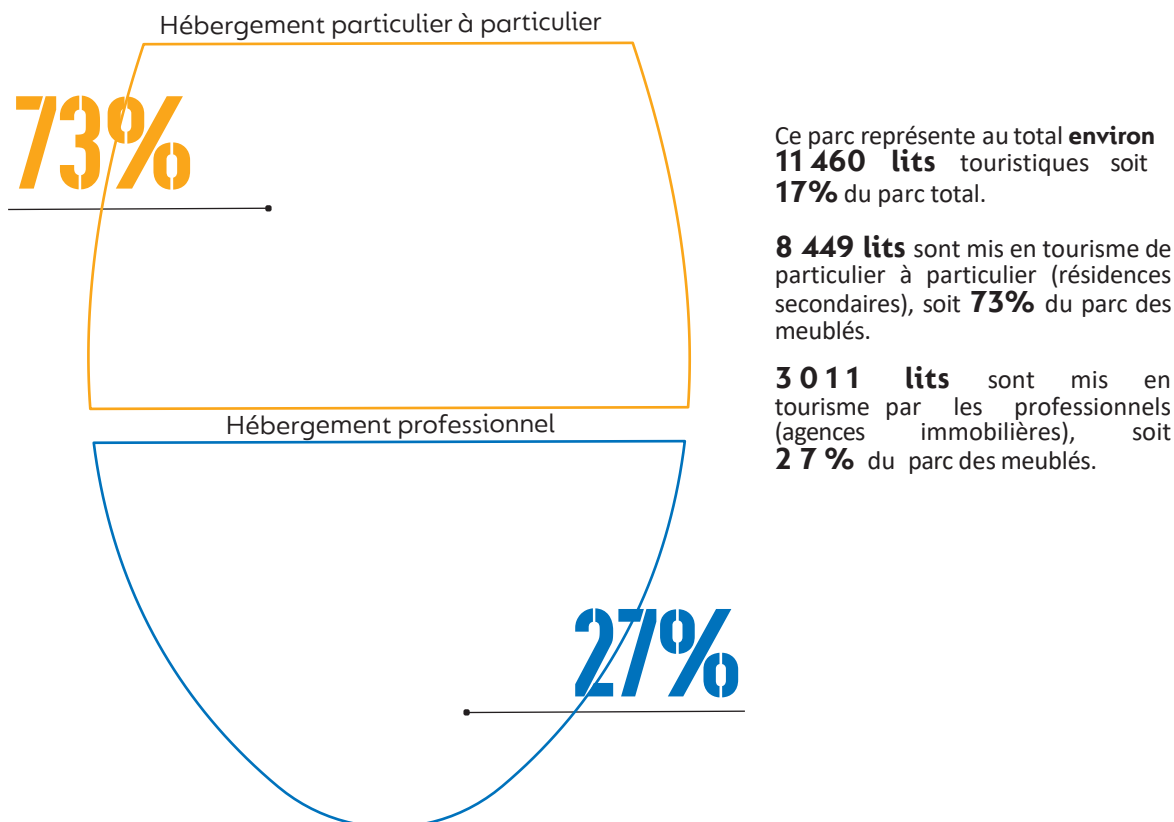
Cette montée en gamme structurelle s'est opérée ces 10 dernières années. Peu de station en France ont un parc hôtelier aussi caractérisé par le haut de gamme.

L'arrivée prochaine d'un hôtel 5* renforcera encore davantage cette évolution.

La présence d'un Tourisme d'Affaire important est l'un des leviers clés de cette montée en gamme.



LE PARC DES MEUBLÉS MIS EN TOURISME



LES RÉSIDENCES DE TOURISME, VILLAGES VACANCES ET HÉBERGEMENTS ASSIMILÉS

5 Résidences de Tourisme et Résidences Hôtelières : Côté Mer / P&VTerrasses du Parc / Odalys Les Dunes du Soleil / Résidéal Bernard de Ventadour/My Hôtel Résidence

4 Villages Vacances : Actif Les Cyclades / Centre de vacances Echirolles / Club Miléade / Club Belambra

Avec **4 441 lits**, les résidences de tourisme et villages vacances représentent **35 %** de l'offre marchande



4
Villages
vacances

815
Places lit*



5
Résidence de tourisme et
hébergements assimilés

3 626
Places lit*

Une seule chambre d'hôte : un établissement de 5 chambres représentant **12 lits**.

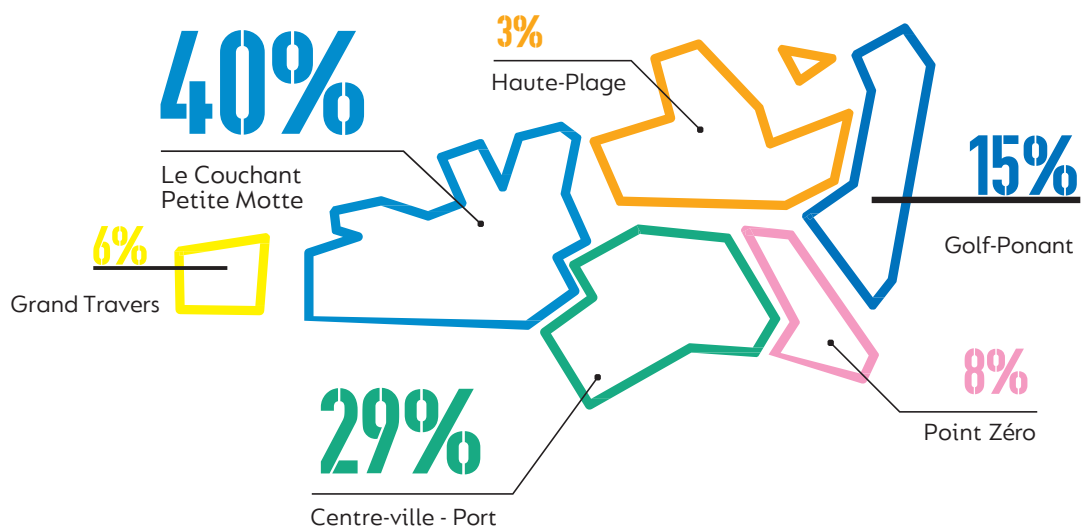
Cette typologie d'hébergement est totalement sous représentée à La Grande Motte.

La demande est forte mais l'offre n'existe pas du fait d'un parc de logements individuels très tendu.

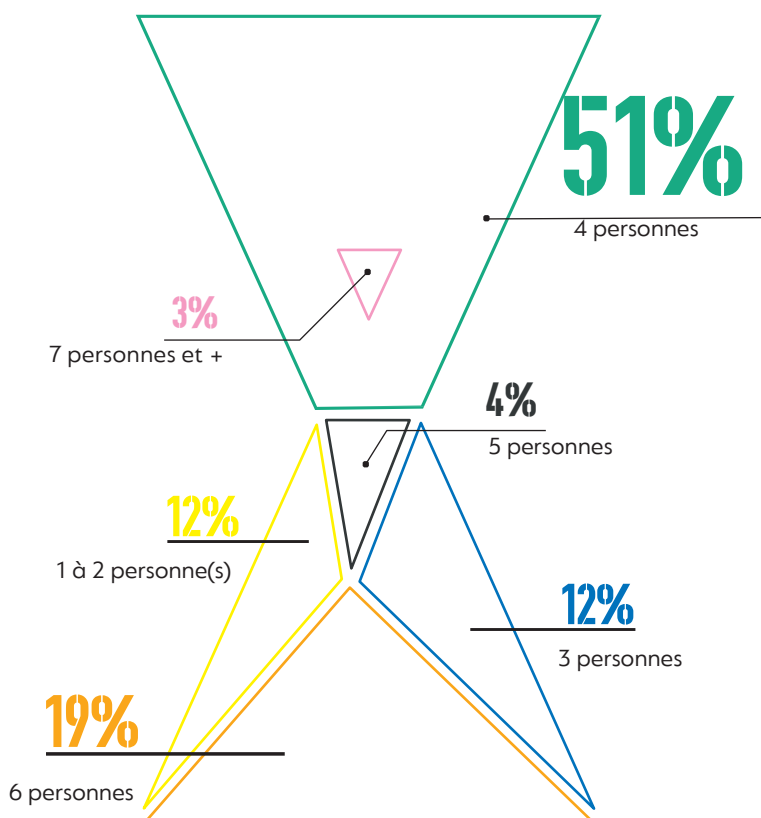
LES RÉSIDENCES SECONDAIRES

Avec **77 394 lits**, les résidences secondaires représentent **86 %** des lits touristiques de La Grande Motte.

LA RÉPARTITION DES RÉSIDENCES SECONDAIRES SUR LA GRANDE MOTTE

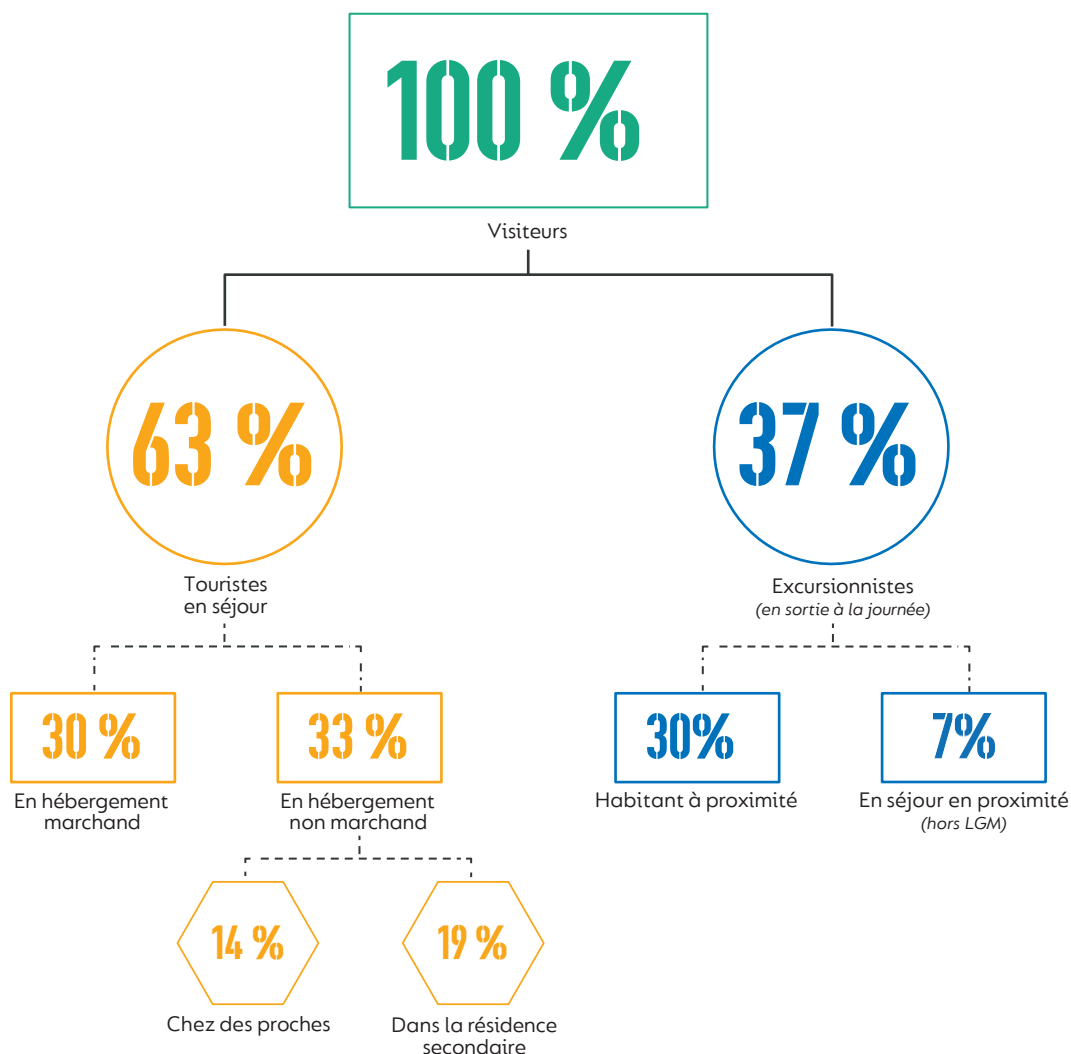


La capacité d'accueil des résidences secondaires



LES VISITEURS DE LA GRANDE MOTTE

Les données présentées dans ce chapitre s'appuient sur les résultats des enquêtes réalisées de février 2020 à juin 2021 par le cabinet Protourisme.

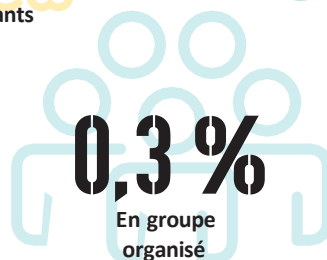
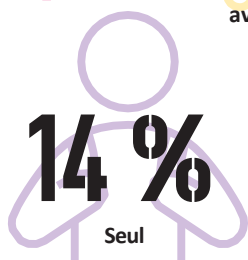
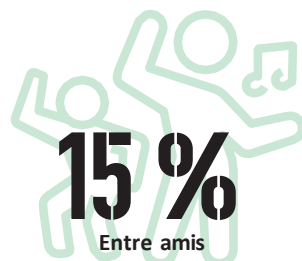
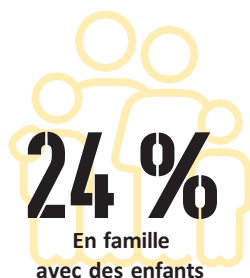
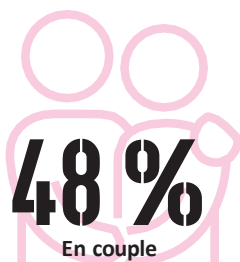


NB : Les habitants ne sont pas comptabilisés comme visiteurs.

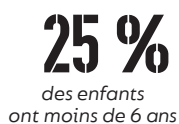
Près de 2 000 enquêtes ont été réalisées auprès des touristes, excursionnistes et habitants de La Grande Motte.

LE PROFIL DES VISITEURS DE LA GRANDE MOTTE

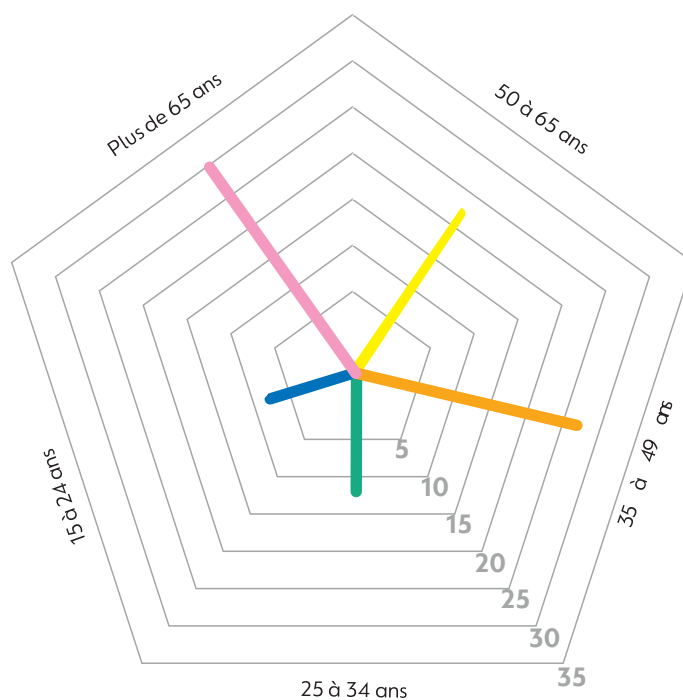
NB : Les visiteurs concernent les touristes et excursionnistes



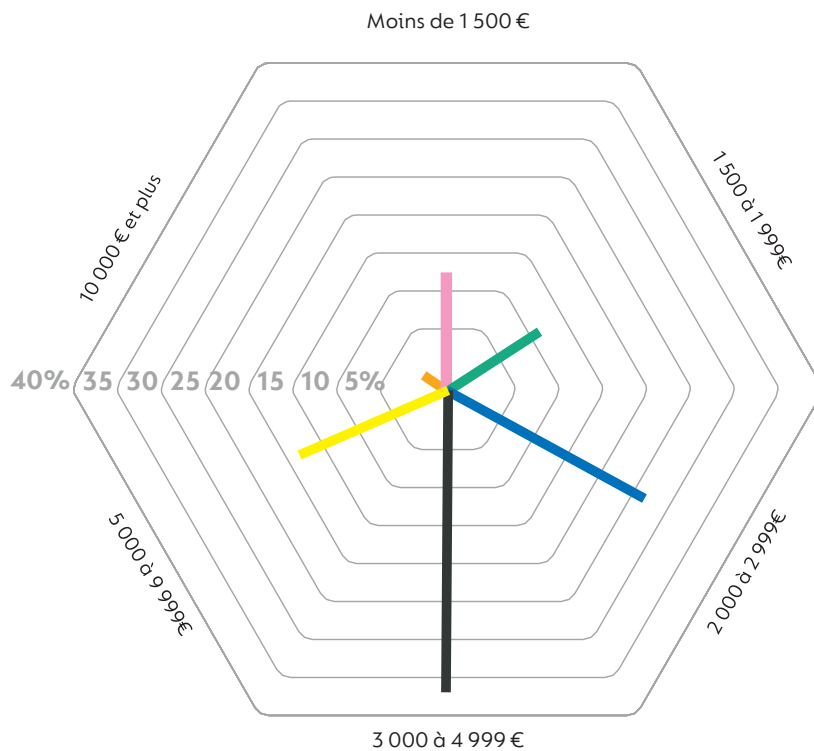
Age des enfants :



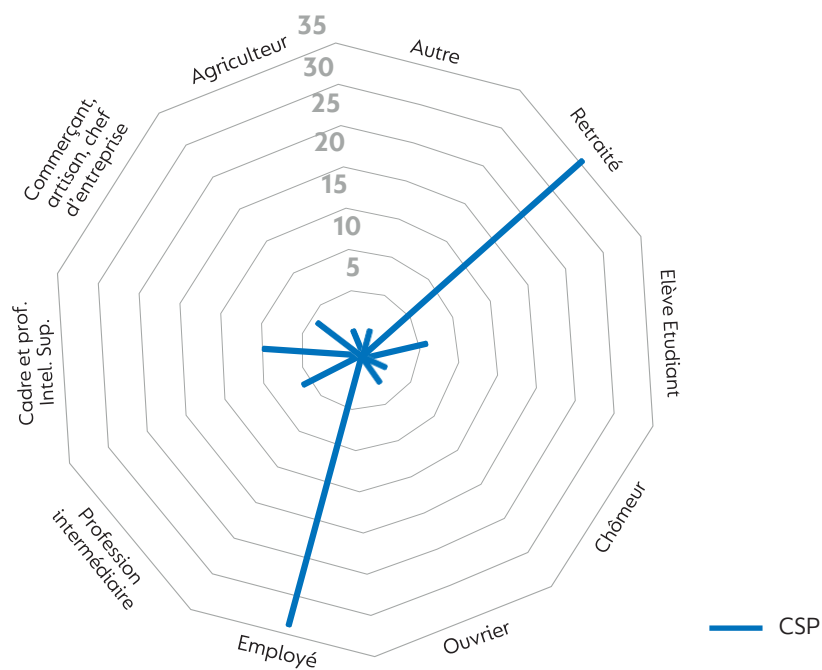
Âge des répondants



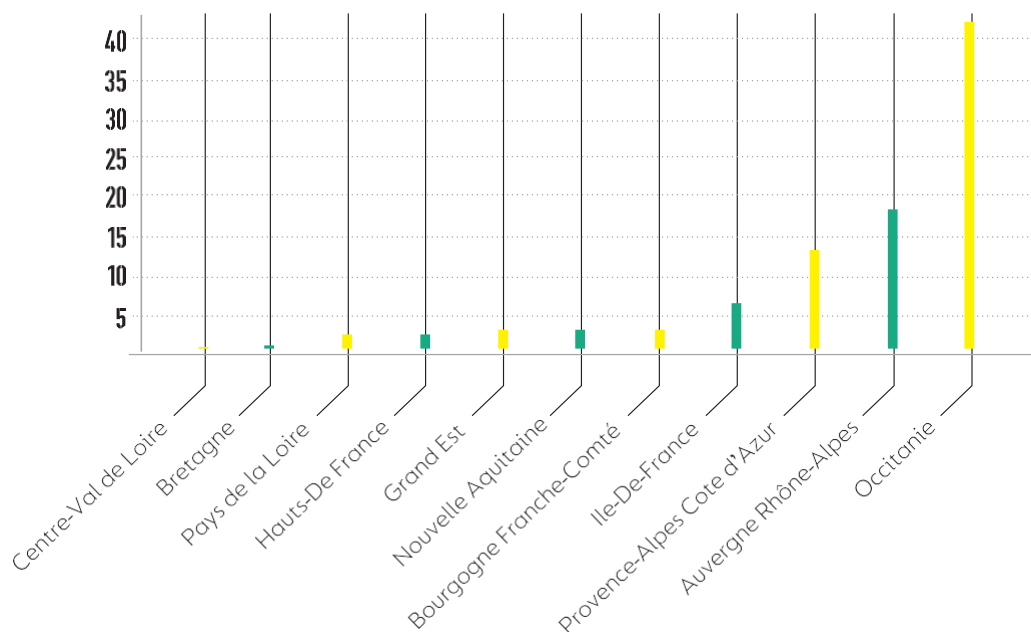
Revenu mensuel net du foyer



Catégories socio-professionnelles



PROVENANCE DE NOS VISITEURS



LES MODALITÉS DE SÉJOUR : HÉBERGEMENT MARCHAND ET NON MARCHAND

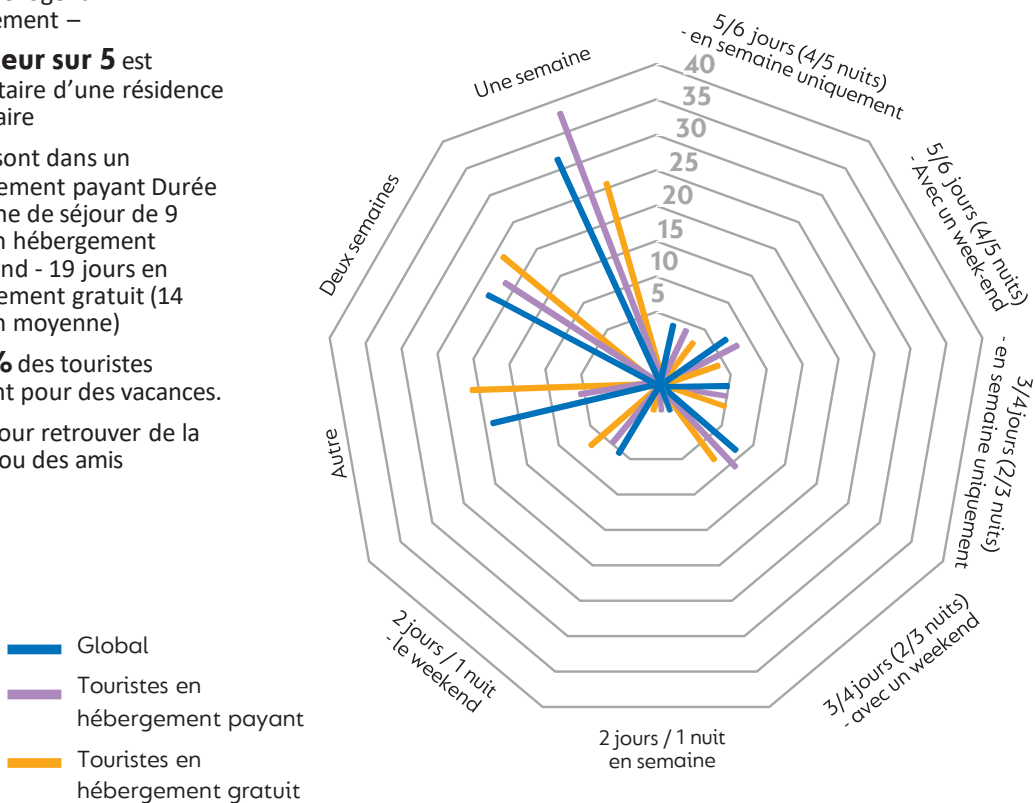
52% se logent gratuitement –

1 visiteur sur 5 est propriétaire d'une résidence secondaire

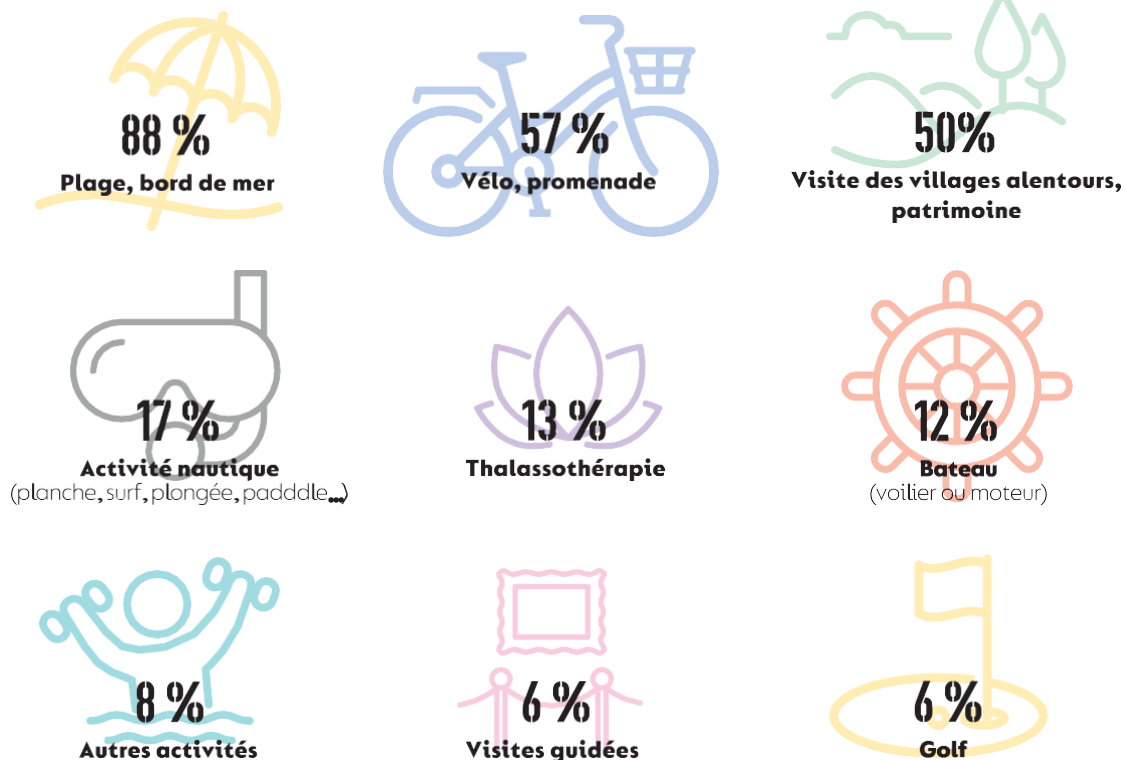
48% sont dans un hébergement payant Durée moyenne de séjour de 9 jours en hébergement marchand - 19 jours en hébergement gratuit (14 jours en moyenne)

92,5% des touristes viennent pour des vacances.

11% pour retrouver de la famille ou des amis



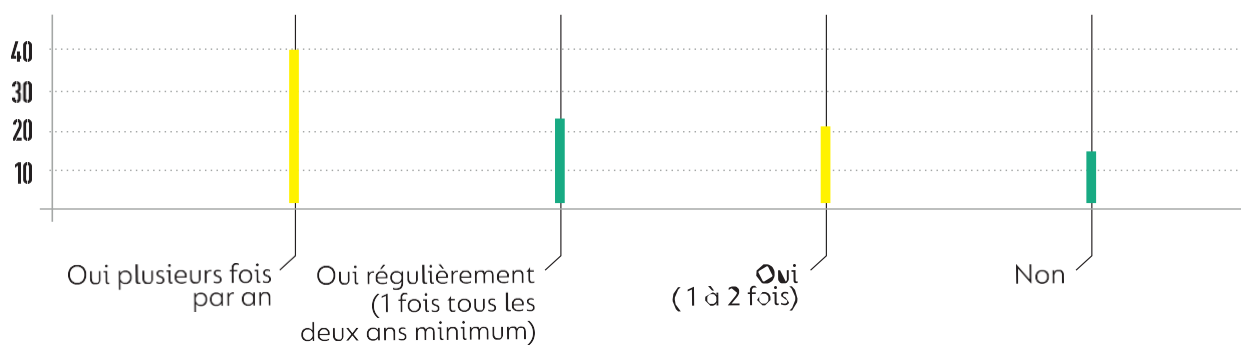
► LES ACTIVITÉS ET LOISIRS



► DES VISITEURS FIDÈLES

83% sont des « repeaters » - **17%** sont des primo-visiteurs

Etiez-vous déjà venu à La Grande Motte ?



► LA MARQUE LGM BY LA GRANDE MOTTE

75% des visiteurs connaissent la marque mais seulement **19%** ont acheté un produit

FOCUS SUR LES ACHATS ALIMENTAIRES

Des achats réalisés sur la station

- > **71%** dans les **supermarchés** de LGM
- > **37%** chez les **commerçants**
- > Près de 5% exclusivement au restaurant et 2% en pension complète
- > 14% déclarent avoir apporté avec eux leurs provisions

LES TOURISTES EN HÉBERGEMENT MARCHAND

LE PROFIL-TYPE DES TOURISTES EN HÉBERGEMENT MARCHAND

- > Agés de 35 à 49 ans
- > Employés ou retraités
- > Revenus moyens entre **3 000** et **4 999 €**
- > **18%** de clientèles de proximité en hébergement marchand.
- > **95%** des clientèles touristiques en hébergement marchand sont venues pour des séjours d'agrément ou affaire
- > Les principaux départements émetteurs des touristes en hébergement marchand

1– Rhône

2– Paris

3– Bouches-du-Rhône

4– Isère

5– Gard

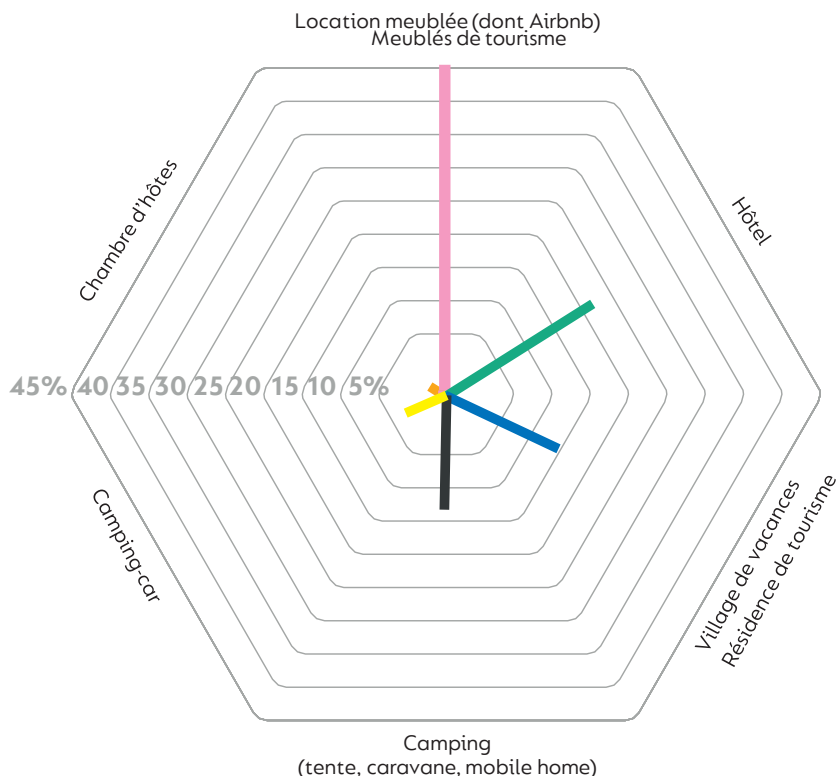
6– Vaucluse

Une durée moyenne du séjour de **9 jours** (contre 19 en hébergement gratuit)

Une dépense moyenne de **68€** par jour et par personne en hébergement marchand (dont hébergement) –
Contre **26 €** en hébergement non marchand

45% des touristes en hébergement marchand sont logés dans une location meublée (dont les logements plateforme type Airbnb, Aritel...)

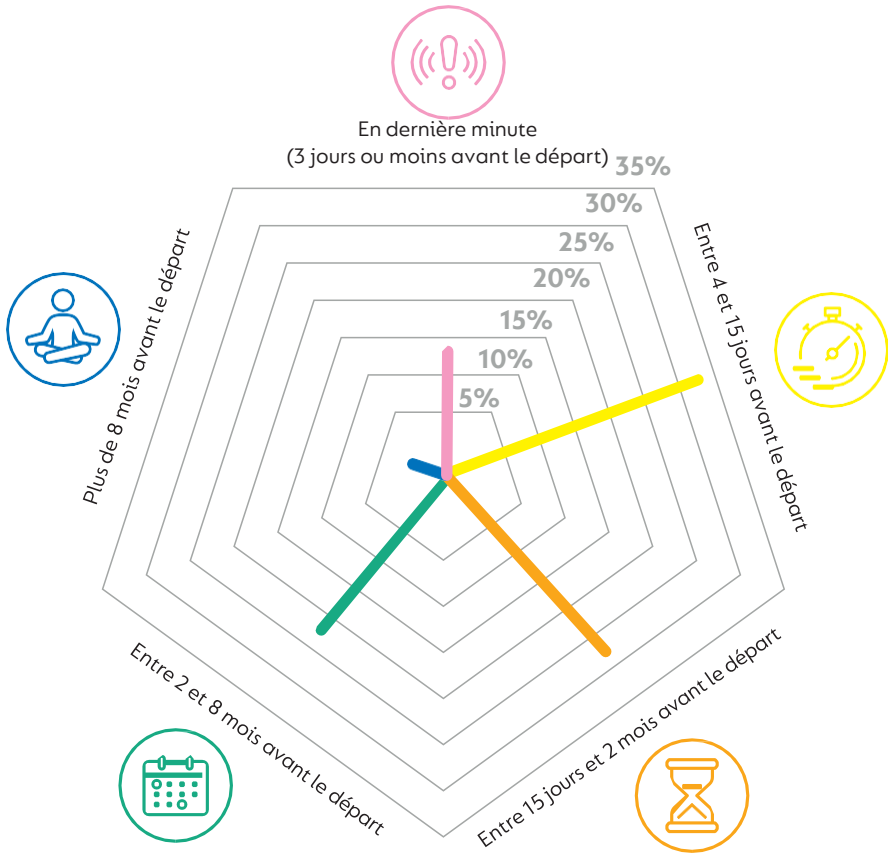
Quel est votre mode d'hébergement marchand ?



► LES MODALITÉS DE RÉSERVATIONS

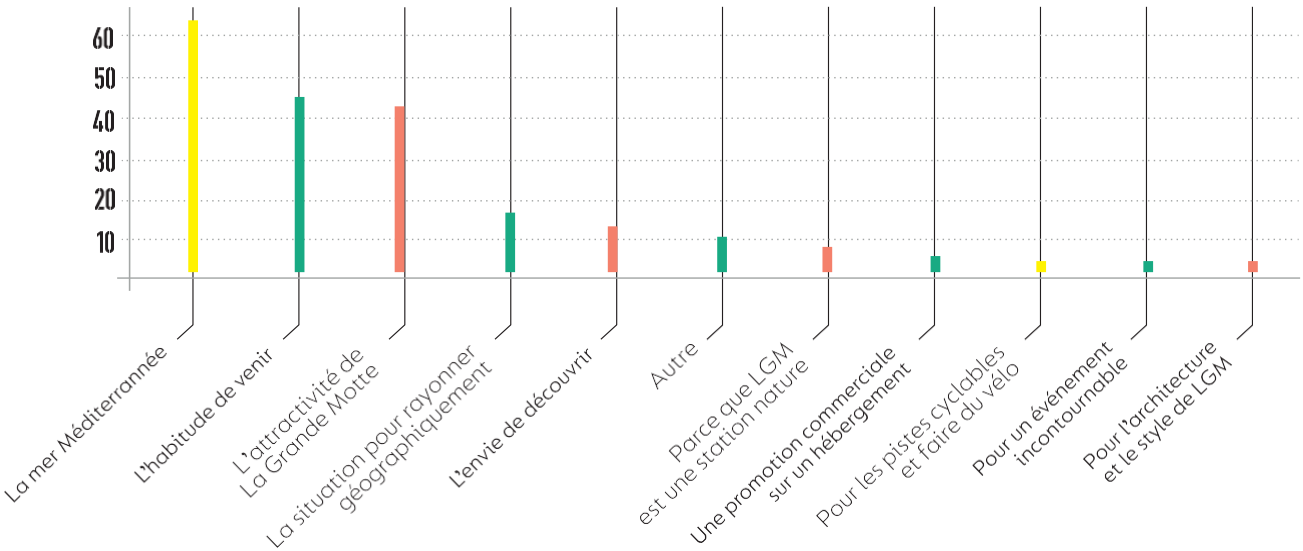
46% des réservations ont été réalisées moins de 15 jours avant le départ

Quand avez-vous réservé ?



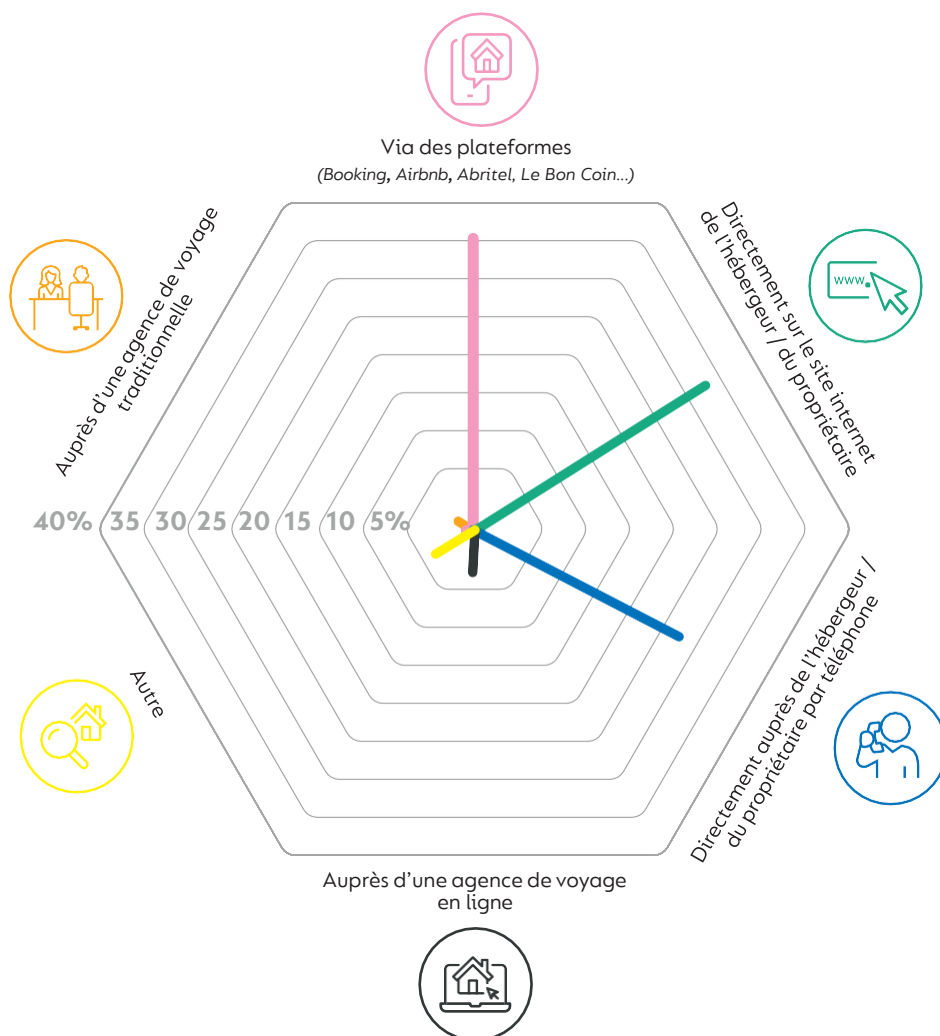
LA MER ET LES CARACTÈRES PARTICULIERS DE LA STATION COMME DÉCLENCHEURS DE LA RÉSERVATION.

Quels ont été les déclencheurs de votre réservation ?



LA PRÉSENCE MARQUÉE DES PLATEFORMES, L'IMPORTANCE DU SITE INTERNET

Comment avez-vous réservé ?



Des réservations réalisées à **56%** en direct auprès de l'hébergeur par Internet ou par téléphone

LA FAMILLE LEFEBVRE

LES VACANCES HEUREUSES

PROFIL

Age : Entre 35 et 50 ans
Lieu d'habitation : Lille
Profession : Fonction publique
Situation familiale : famille avec 2 enfants de 8 et 15 ans



QUÊTE D'EMOTION

Les Grandes Vacances à la mer
 Vivre en famille
 Les enfants adorent et ont leurs habitudes à LGM.
 On réserve souvent à la dernière minute et pourtant on revient chaque année à « La Boule Rouge » ... ici on passe de « vraie vacances à la mer » et on prend notre dose de soleil pour l'année.



LE SEJOUR

Où : Location d'un meublé au Couchant
Quand : 15 jours en août
Revenus : 3000€
 Fidèle à LGM depuis 5 ans



ATTENTES ET INSATISFACTIONS

Manque réseau wifi
 Pas de parking pour les vélos dans la résidence de location
 Absence de sorties pour ados, lieux conviviaux pour se retrouver et faire des connaissances ;
 Attentifs au programme d'animations et aux offres loisirs/découvertes.
 Passage régulier à l'accueil de l'OT et Boutique LGM.



CE QU'ILS FONT EN JOURNEE

Essentiellement mer et plage, piscine de la résidence.
 Faire de nombreuses activités à petits prix : accrobranches, rosolies, mini-golf, salle de jeux
 Faire un restaurant par semaine, snacking – pizzas à emporter.
 Sorties avec les enfants.

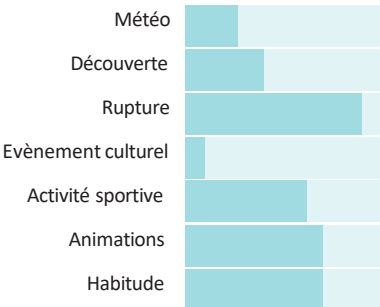


CE QU'ILS FONT LE SOIR

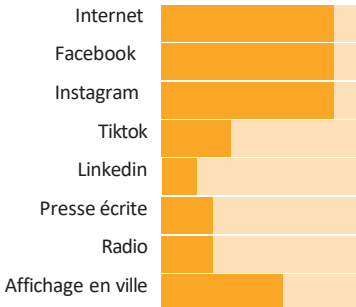
Manger la glace/crêpes du soir
 Profiter des concerts ou spectacles gratuits.



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

Lille : week-end, quelques sorties vélos avec le plus petit des enfants.50%
 LGM : occasionnellement, freiné par le manque de garages à vélos.40%



JEAN ET MONIQUE

LES ULTRAS FIDÈLES

PROFIL

Age : + 65 ans

Lieu d'habitation : Saint-Etienne (42)

Profession : Retraités

Situation familiale : en couple



QUÊTE D'EMOTION

Retrouver le lieu où leurs enfants ont appris à marcher.
Souvenirs de vacances en famille.

Se retrouver entre amis chaque année.



LE SEJOUR

Où : Mobilhome, camping au Couchant

Quand : 2-3 semaines en juin ou septembre

Revenus : 2500€/mois



ATTENTES ET INSATISFACTIONS

Peu d'insatisfaction.



CE QU'ILS FONT EN JOURNEE

Profiter au maximum de la plage et de la piscine du camping

Faire quelques activités extérieures : la pêche, du vélo, quelques visites alentours, rayon élargi jusqu'à Avignon, Arles, Saintes-Maries-de-la-Mer, Saint-Guilhem-le-Désert, etc...).

Plusieurs sorties dans des restos type buffets.



CE QU'ILS FONT LE SOIR

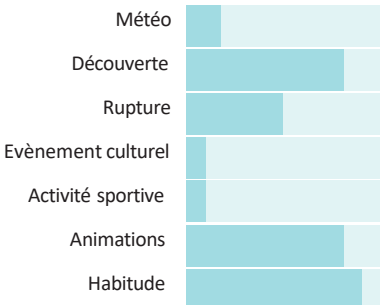
Etre au courant du programme d'animations du camping et de la LGM et des nouveautés

Aller aux animations traditionnelles et petits spectacles gratuits

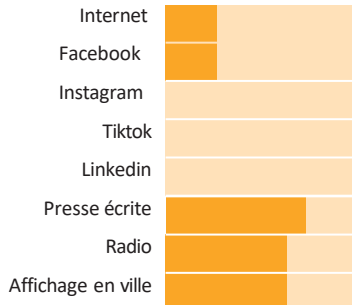
Passer leurs soirées au camping et parfois entre amis au restaurant, soirées conviviales au camping entre amis, pétanque.



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

Saint-Etienne, pratique quotidienne + week-end. 60%

LGM : vélo fait partie intégrante du séjour. 80%



LA FAMILLE MÜLLER

ESCAPADE CHIC ET ENSOLEILLÉE

PROFIL

Age : 45 et 50 ans

Lieu d'habitation : Genève

Profession : Infirmière -
fonctionnaire

Situation familiale : Couple
Suisse



QUÊTE D'EMOTION

Identité chic de LGM

Escapade aisée, esprit méditerranée dans une station
vintage chic.



LE SEJOUR

Où : Dans un Hôtel 4* ou 5* avec piscine - en bord de
mer

Quand : Chaque année, plusieurs fois sur les WE de
printemps et un séjour d'une semaine en avril, mai
ou juin

Revenus : 10 000€+ /mois



ATTENTES ET INSATISFACTIONS

Manque de bornes recharges voitures hybrides



CE QU'ILS FONT EN JOURNÉE

Plage Paillotte- découvertes des alentours – circuit
gourmand –recherche d'expériences insolites

Piscine – thalasso

Sortie voile



CE QU'ILS FONT LE SOIR

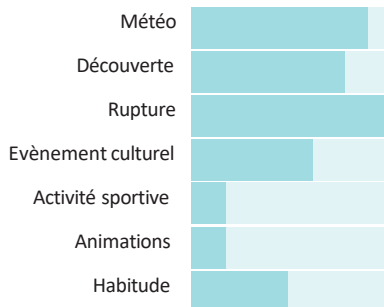
Promenade – apéritifs et repas sur la mer/Port.

Restos tous les soirs

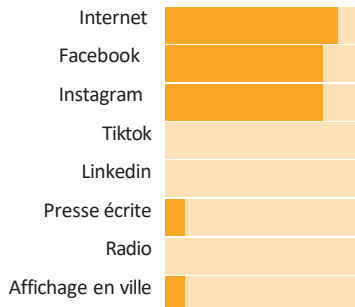
Escapade Sète



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

Genève : VAE régulièrement 50%

LGM : location VAE 60%



PAULINE ET MAXIME

LE CITY BREAK

PROFIL

Age : 30 et 33 ans

Lieu d'habitation : Lyon

Profession : Cadres moyens

Situation familiale : en couple



QUÊTE D'EMOTION

Le besoin de souffler, se poser, changer d'air, voir la mer et découvrir LGM et sa région.



LE SEJOUR

Où : dans un appart Airbnb vue mer ou hôtel 4* avec une réservation offre promotionnelle de dernière minute sur le net.

Quand : 4 jours en « city break », au moins une fois par an avril – mai – juin ou octobre.

Revenus : 5000€/mois



ATTENTES ET INSATISFACTIONS

Regrette absence hostellerie tendance, original (Joe&Joe, Mama Shelter...) et lieux ambiance lounge pour fin de journée.



CE QU'ILS FONT EN JOURNEE

Utiliser les vélos ou trottinettes de l'hôtel pour se balader.

Balades alentours. Sorties grands sites.

Faire une sortie bateau au coucher de soleil

Passer une journée à Montpellier, Saintes Maries de la Mer ou à Aigues Mortes.



CE QU'ILS FONT LE SOIR

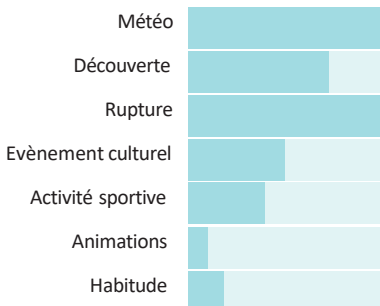
Plutôt pique-nique ou snacking le midi.

Faire un bon restaurant le soir.

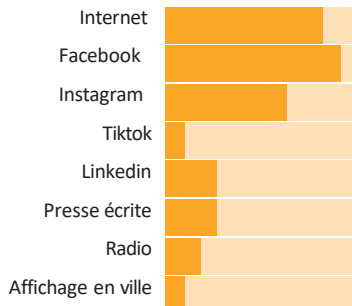
Boire un verre front de mer ou quais, coucher de soleil ; restaurants au Ponant, Fans de Clairs de Lune, ...



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

Lyon : occasionnellement le week-end 50%

LGM : Location vélos au moins une fois durant leur city break 50%



LÉA, ENZO, CHLOÉ...

RETROUVAILLES ENTRE POTES

PROFIL

Age : Entre 20 et 25 ans

Lieu d'habitation : Région parisienne

Profession : Étudiants

Situation : Groupe mixte de 6 amis



QUÊTE D'EMOTION

S'offrir des vacances « classes » au bord de la mer et c'est plus accessible que la Côte d'Azur



LE SEJOUR

Où : Meublés Airbnb ou appartement famille

Quand : 10 jours en août



ATTENTES ET INSATISFACTIONS

Fuis les parkings payants

Manque de Wifi

Peu d'endroits branchés et animés



CE QU'ILS FONT EN JOURNEE

Essentiellement de la plage et de la mer.

Consacrer 90% du temps à profiter de la plage : baignade, bronzage et tournois de volley

Faire une sortie en jet ski, paddle, pédalos.

Visites aux alentours proches, Grau du roi, Palavas, Aigues Mortes

Manger de la restauration rapide : Snack, burger, pizza.

2 restos dans le séjour.

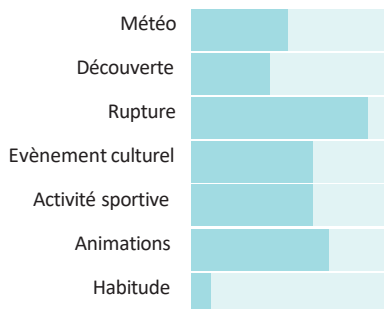


CE QU'ILS FONT LE SOIR

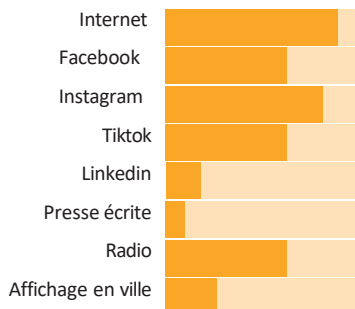
A la recherche des lieux branchés, animés : concerts et spectacles.



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

Paris : Dans l'année universitaire, usage réduit 30%

LGM : 1 journée vélo (1 balade) 30%



LES AMIS BELGES

LES EPICURIENS

PROFIL

Age : + 50 ans

Lieu d'habitation :

Agglomération de Bruxelles

Profession : CSP Middle class

Situation : Plusieurs couples d'amis Belges



QUÊTE D'EMOTION

A la recherche de la douceur de vivre méditerranéenne.

Des retrouvailles entre amis et des visites de grands sites dans le sud de la France (Avignon – Carcassonne).



LE SEJOUR

Où : Camping dans plusieurs mobil-homes

Quand : 15 jours fin juin/début juillet ou en septembre

Revenus par couple : minimum 4000€/mois

A LGM pour la 1ère fois, fidèle Sud de la France.



ATTENTES ET INSATISFACTIONS

Manque de wifi

Propreté



CE QU'ILS FONT EN JOURNÉE

Les visites des grands sites culturels et patrimoniaux : Aigues-mortes, le Pont du Gard, Nîmes, Avignon, Camargue, caudeaux cathares, Carcassonne.

Amateurs des festivals et de tous les événements culturels.

Circuits oenotouristiques.

Des journées de break au camping, pétanque piscine.

Plage – vélos et restos.



CE QU'ILS FONT LE SOIR

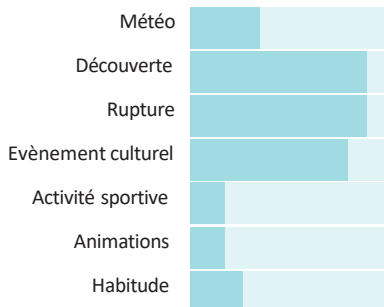
Plusieurs restos différents

Grillades et longues soirées animées au camping

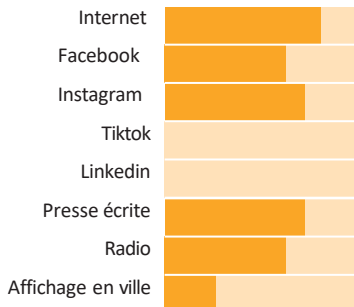
Festivals



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

Bruxelles : usage régulier 60%

LGM : usage quotidien, le vélo fait partie des vacances.70%



LES TOURISTES EN HÉBERGEMENT NON MARCHAND (GRATUIT)

LE PROFIL-TYPE DES TOURISTES EN HÉBERGEMENT NON MARCHAND (FAMILLES/AMIS, HÉBERGÉS DANS LES RÉSIDENCES PRINCIPALES OU SECONDAIRES)

- > En couple
- > Revenu mensuel moyen entre 3 000 € et 5 000 €
- > 59% des touristes en hébergement non marchand sont propriétaires d'une résidence secondaire dans laquelle ils sont en séjour.
- > 33% sont en séjour dans une résidence secondaire ou principale au titre de famille/amis.
- > Les principaux départements émetteurs des touristes en hébergement non marchand :
 - 1 Gard
 - 2 Vaucluse
 - 3 Bouches-du-Rhône
 - 4 Hérault
 - 5 Aude
 - 6 Rhône

Une durée moyenne du séjour de **19 jours** (contre 9 en hébergement payant)

Une dépense moyenne de **26 €** par jour et par personne en **hébergement non marchand**.

LES MARCHAL EN VISITE

LES OPPORTUNISTES

PROFIL

Age : Ils ont 37 ans

Lieu d'habitation : Nancy

Profession : Ingénieur et employés

Situation familiale : Famille avec un enfant de 4 ans



QUÊTE D'EMOTION

Se retrouver entre amis pour une escapade découverte et convivialité



LE SEJOUR

Où : Accueillis chez leurs amis qui vivent dans une villa Haute Plage

Quand : 3-4 jours vacances scolaires – jours fériés au printemps

Revenus : 5000€/mois



ATTENTES ET INSATISFACTIONS

Absence de lieux de coworking

Mauvaise connexion téléphone + wifi



CE QU'ILS FONT EN JOURNEE

Aller à la plage

Profiter de la piscine de la villa

Faire des activités sur place ou à proximité pour les enfants : Visite guidée des tortues, balade à Aigue Mortes, le Seaquarium, Babyland. Balades périmètre court.

Profiter activités enfants : glaces/crêpes font de mer et manèges.

Faire plutôt des repas à l'appartement plutôt qu'aller au restaurant



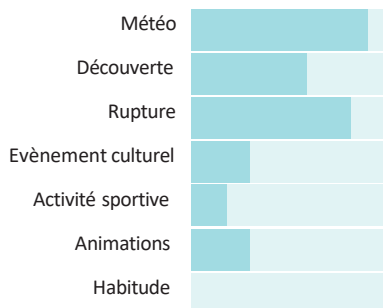
CE QU'ILS FONT LE SOIR

Les marchés nocturnes

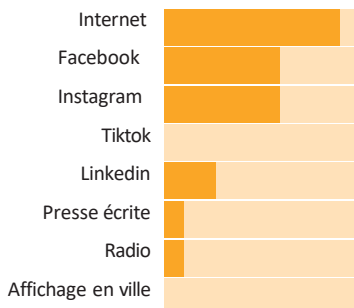
Les manèges



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

Nancy : pratique assez régulièrement le vélo en semaine et week-end 70%

LGM : location vélos au moins une journée pendant le séjour. **70%**



LES MEURSAULT

LA FAMILLE À LA PLAGE

PROFIL

Age : Entre 30 et 35 ans

Lieu d'habitation : Drôme

Profession : Employés

Situation familiale : 2 enfants
de 4 et 7 ans
Grands-parents habitent Lyon



QUÊTE D'EMOTION

Vivre les vacances à la plage en famille. Vivre tous les codes des vacances à la plage en famille.

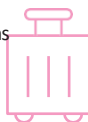


LE SEJOUR

Où : Dans la résidence secondaire des grands parents, un appartement dans le quartier Couchant.

Quand : 2 semaines en été et plusieurs WE dans l'année

Revenus : 4000€ /mois



ATTENTES ET INSATISFACTIONS

A la recherche d'activités loisirs enfants pour les tout-petits



CE QU'ILS FONT EN JOURNEE

- Plage
- Pêche
- Farniente
- Visites seaquarium- accrobranches
- Balades à vélos
- Pizzas – snacking – à emporter

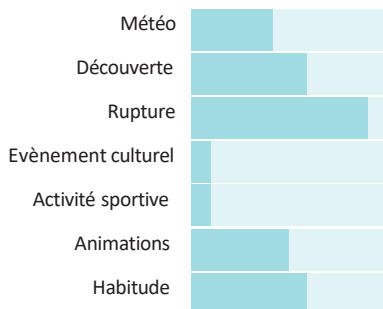


CE QU'ILS FONT LE SOIR

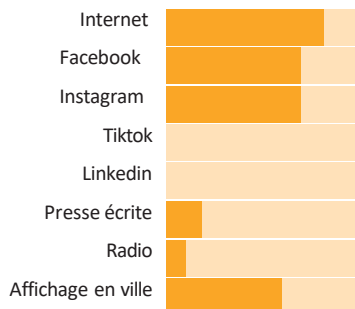
- Manèges pour enfants
- Glaces / crêpes LGM – Palavas – Grau du Roi
- Concerts gratuits et animations
- Très attentifs feux d'artifices
- 1 resto – 1 spectacle payant



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

Toute l'année, occasionnellement uniquement week-ends 50%

LGM : vélos de la famille et prennent leurs vélos enfants.

Vélo fait partie des vacances. 70%



FRED ET JULIEN

LE COUPLE LGBT

PROFIL

Age : 40 et 45 ans

Lieu d'habitation : Aix en Provence

Profession : l'un est restaurateur, l'autre est architecte

Situation familiale : en couple



QUÊTE D'EMOTION

Très sensibles à la nouvelle image de LGM et fans de la Boutique de l'OT



LE SEJOUR

Où : Accueillis dans résidence secondaire de leurs amis Centre Port

Quand : 1 semaine en juin ou juillet

Revenus : 6000€+ /mois



ATTENTES ET INSATISFACTIONS

Pas de bornes rechargeables pour leur véhicule hybride.

Mauvaise connexion téléphone + wifi



CE QU'ILS FONT EN JOURNEE

Aller à la plage de l'Espiguette, ou plages privées LGM.

1 journée en thalasso (soins + piscine + resto)

Visiter les alentours / événements / festivals

Retrouver leur réseau d'amis sur Montpellier

Faire des achats dans les boutiques de La Grande Motte dont boutique OT LGM



CE QU'ILS FONT LE SOIR

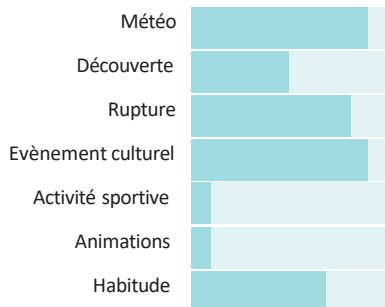
Aller à des spectacles ou expositions aux alentours.

Manger dans les restaurants de LGM et alentours.

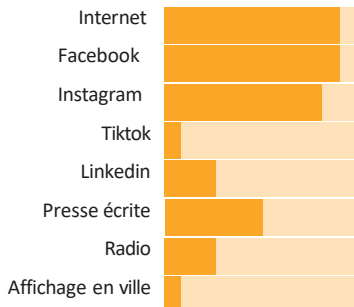
Passer les soirées entre amis à Montpellier, Nîmes et Aigues Mortes



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

Aix-en-Provence : 30%

LGM : 20%



LES EXCURSIONNISTES

LE PROFIL-TYPE DES TOURISTES DES EXCURSIONNISTES INTERROGÉS

- > 35-49 ans
- > Majoritairement en couple
- > Employés et retraités
- > Revenus moyens entre 2000 € et 5 000€
- > Les principaux départements émetteurs des excursionnistes
 - 1 Hérault
 - 2 Gard
 - 3 Vaucluse
 - 4 Bouches-du-Rhône

On distingue ici parmi les visiteurs venus en excursion à La Grande Motte :

> **8 excursionnistes sur 10 habitent dans les environs (82%)**

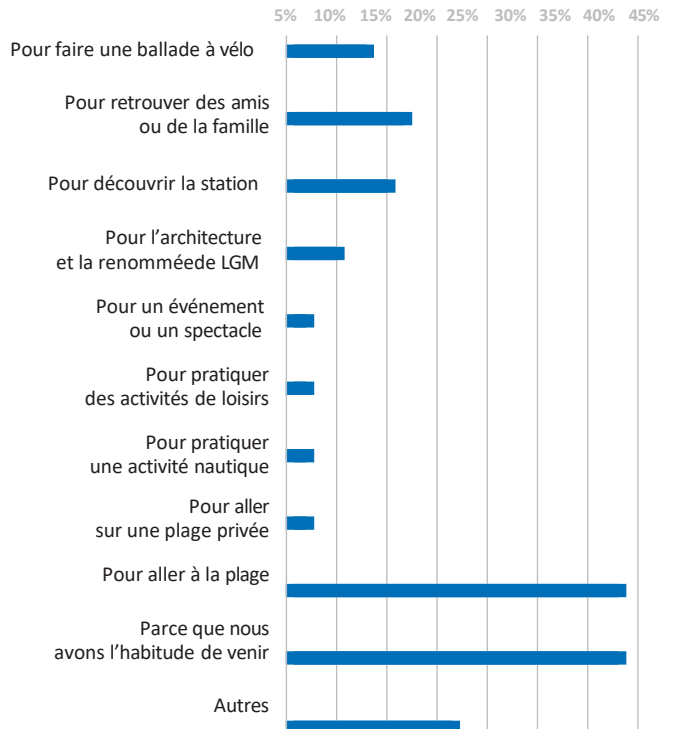
> **2 excursionnistes sur 10 sont en séjour à proximité (18%)**

LES MOTIVATIONS ET MODALITÉS DE VISITE À LA JOURNÉE

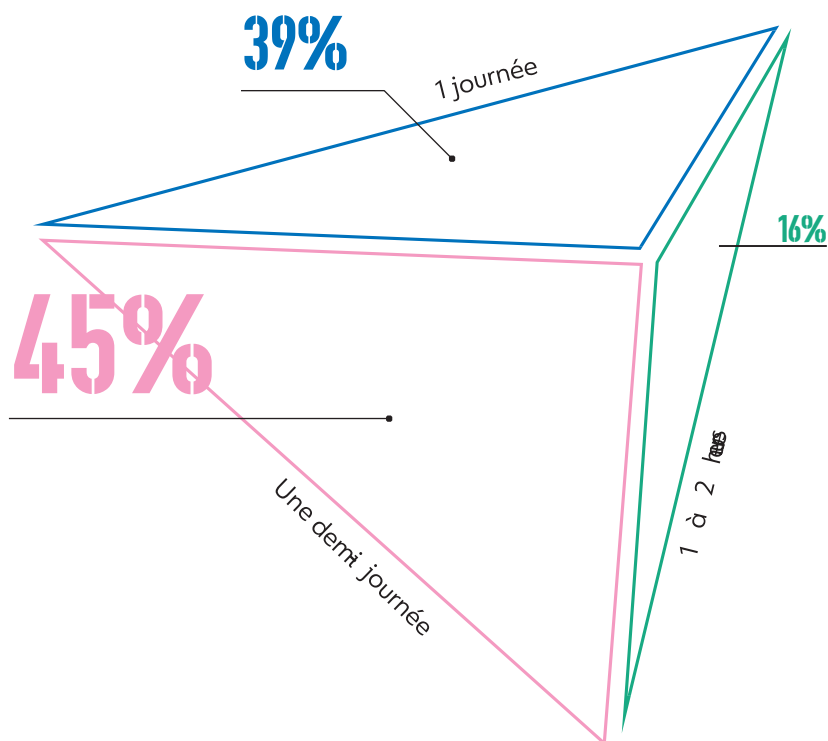
Vous êtes venus à LGM ...

44% des excursionnistes viennent pour aller à la plage

Une dépense moyenne de **28 €** par jour et par personne en excursion. Ces dépenses ont été affectées par les mesures sanitaires.

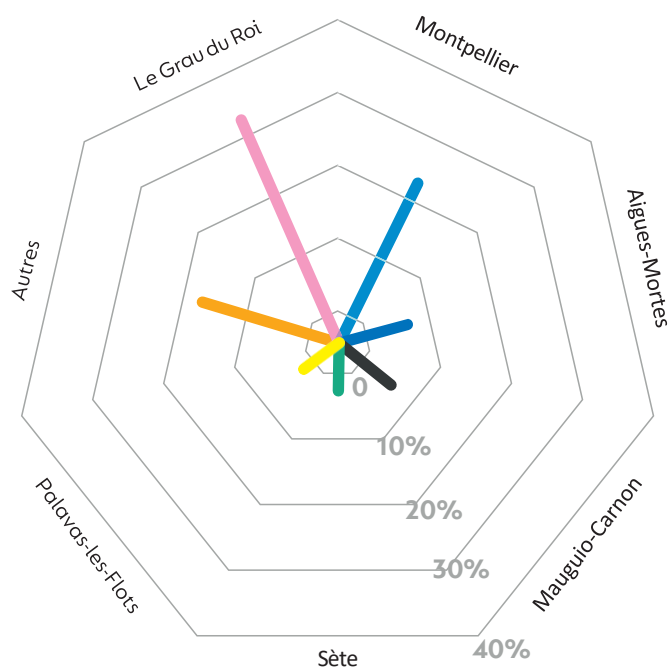


Combien de temps allez-vous rester à LGM ?



► FOCUS SUR LES EXCURSIONNISTES EN VACANCES À PROXIMITÉ

En vacances dans les environs, où se trouve votre hébergement ?



CHRISTOPHE ET NATHALIE

JOURNÉE DE RUPTURE

PROFIL

Age : + de 50 ans
Lieu d'habitation : à 1 heure de route (Avignon)
Profession : Employée - Artisan
Situation familiale : En couple



QUÊTE D'EMOTION

Soif de journée de rupture ; besoin de grand air et d'exotisme du Littoral pour mettre de la joie dans leur routine.
Fans de LGM, fidèles depuis des années, habitués de la Boutique et de la marque LGM.



LA VISITE

Où : LGM Centre-Ville et dès qu'il fait beau plage
Quand : Dans les week-ends de mars, avril, mai, juin, juillet, septembre, octobre.
Revenus : 5000€



ATTENTES ET FRUSTRATIONS

Ils aimeraient tant acheter un studio ou un bateau, avoir les moyens.
Stationnement.
Si douches ferment, important de les maintenir pour aller au resto ou shopping.
Très attentif à la propreté et au standing de LGM : côté chic et détendu.



CE QU'ILS FONT EN JOURNÉE

Aller aux manifestations de LGM : le bateau d'escalade à Sète, le défilé Ferrari, l'oursinade ...
Manger au restaurant, terrasses du front de mer, se balader, parfois petites paillottes.
Faire les boutiques ou les marchés
Ils aiment les lieux animés.

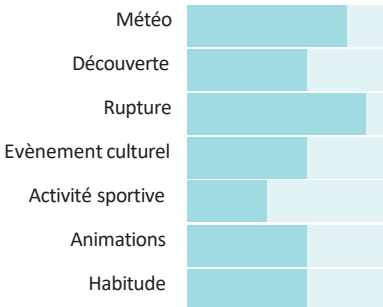


CE QU'ILS FONT LE SOIR

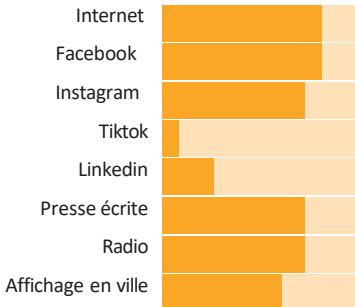
Pas très présents, parfois un resto.



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

Avignon : 60%
LGM : 30%



NANA ET SES COPINES

ONLY GIRLS

PROFIL

Age : 25 à 30 ans

Lieu d'habitation : Nîmes ou Montpellier ou Avignon

Profession : Jeunes actifs

Situation : Entre garçons ou entre filles de 4 à 6 personnes



QUÊTE D'EMOTION

S'éclater

Recherchent avant tout l'expérience à vivre à LGM ou ailleurs



LA VISITE

Où : La Plage

Quand : une journée et/ ou une soirée, 1 ou 2 fois dans la saison en Mai, juin juillet et septembre.



ATTENTES ET INSATISFACTIONS

Manque de wifi

Manque douches et casiers de plage



CE QU'ILS FONT EN JOURNÉE

La Plage en mode simple ou en mode plages privées

Boire un cocktail et salade sur la paillote ou petit resto



CE QU'ILS FONT LE SOIR

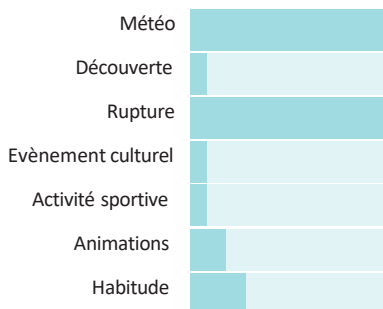
Balade front de mer, apéritif prolongé, resto convivial

Cocktail, coucher de soleil sur un des charters

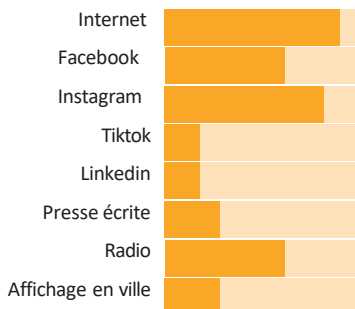
Retrouver sur le front de mer ou Couchant, plutôt que quai d'honneur.



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

Vie quotidienne très peu – occasionnel le week-end 30%

LGM : pas d'utilité. 10%



LA FAMILLE FABRE

LES LOCAUX DU DIMANCHE

PROFIL

Age : 40 ans
Lieu d'habitation : Castries
Profession : Employée et enseignant
Situation familiale : Famille avec 3 enfants de 3, 7 et 11 ans



QUÊTE D'EMOTION

Besoin d'oxygène et de rupture, à peu de frais, esprit mer, juste à côté de la maison.



LA VISITE

Où : Hiver ils sont plutôt centre-ville et adorent le marché du et le quai d'honneur.
- Printemps/Eté : Couchant. Ambiance famille, vacances.
- Automne : Ponant, balade verte, vélos
- Hiver : Centre-ville forêt magique/halloween.

Quand : toute l'année dans le week-end et pendant les vacances scolaires

Revenus : 4000€



ATTENTES ET FRUSTRATIONS

Stationnement denses et payants.
Moustiques parfois.
Manque de parkings vélos sécurisés (4 vélos à protéger).
Peu d'activités pour les 3/7 ans (aires de jeux limités).



CE QU'ILS FONT EN JOURNÉE

Hiver : Manège pour les enfants, promenade front de mer et quais

Été : Aller à la plage du Couchant/Grand Travers, snacking, glaces, animations

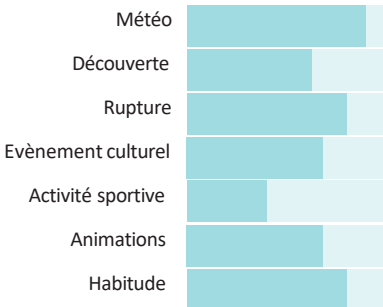


CE QU'ILS FONT LE SOIR

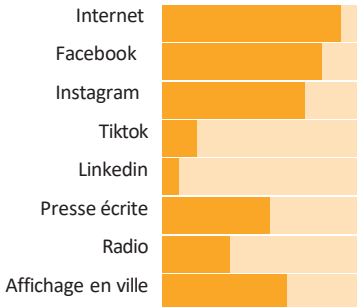
Petits restos, manèges, glaces, feux d'artifices.



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

Castries : 70%
LGM : 70%



LES PROPRIÉTAIRES DE RÉSIDENCES SECONDAIRES

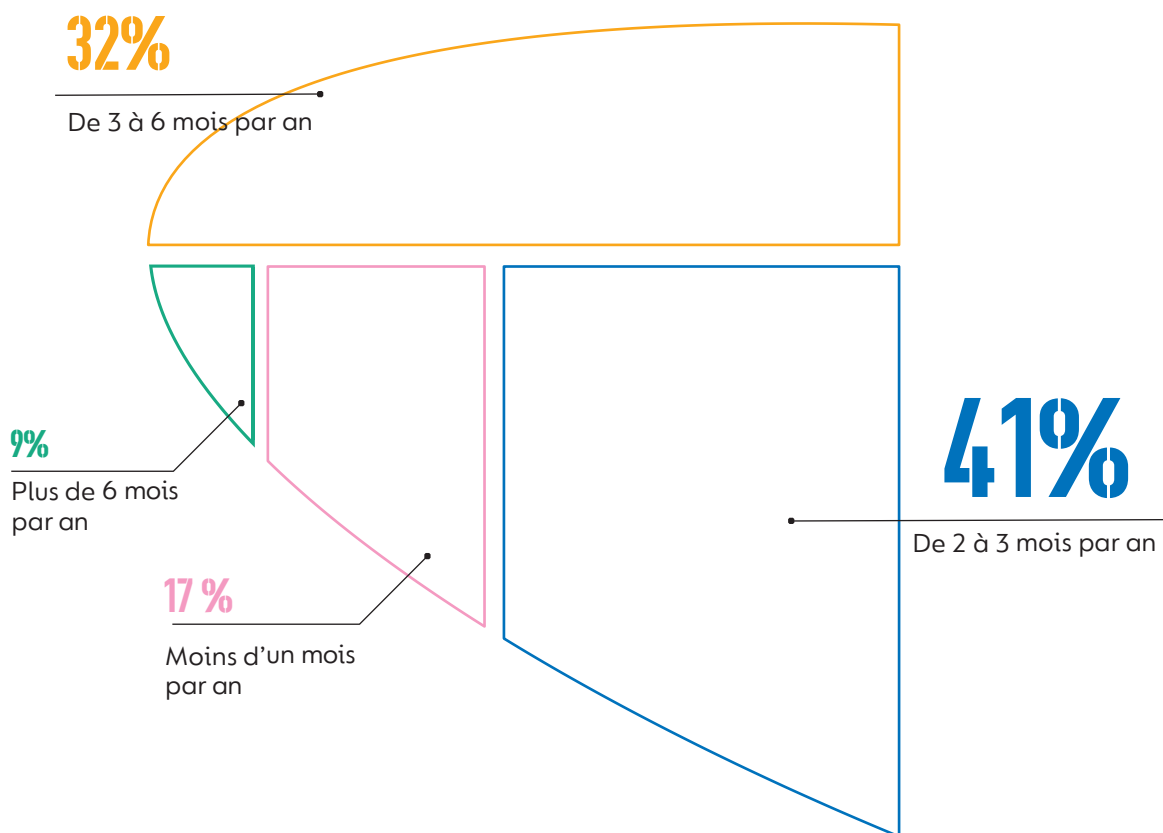
LE PROFIL-TYPE DES PROPRIÉTAIRES DE RÉSIDENCES SECONDAIRES

- > En couple
- > Prédominance des plus de 65 ans
- > Retraités
- > Aisés, des revenus supérieurs à 3000€ net par mois pour le foyer
- > Ils témoignent d'un bon niveau de satisfaction sur la station
- > Une résidence principale située à proximité dans le Gard, les Bouches-du-Rhône, le Vaucluse, l'Hérault mais aussi dans l'Aude et d'autres départements de France.
- > Beaucoup de résidences secondaires acquises à partir des années 2000 dont la superficie est comprise entre 20 et 39 m²

LES MODALITÉS DE SÉJOUR DES RÉSIDENTS SECONDAIRES

73% des résidents secondaires passent entre 2 et 6 mois par an à La Grande Motte

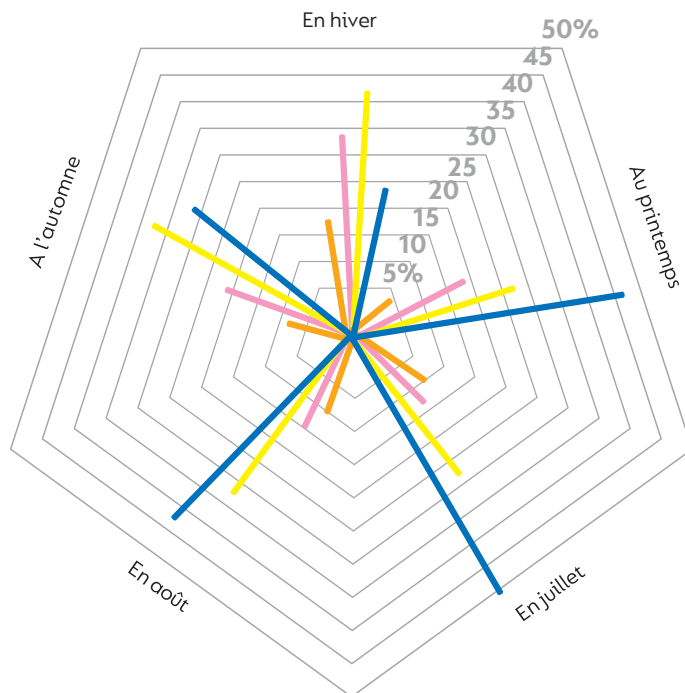
À quelle fréquence séjournerez-vous à LGM ?



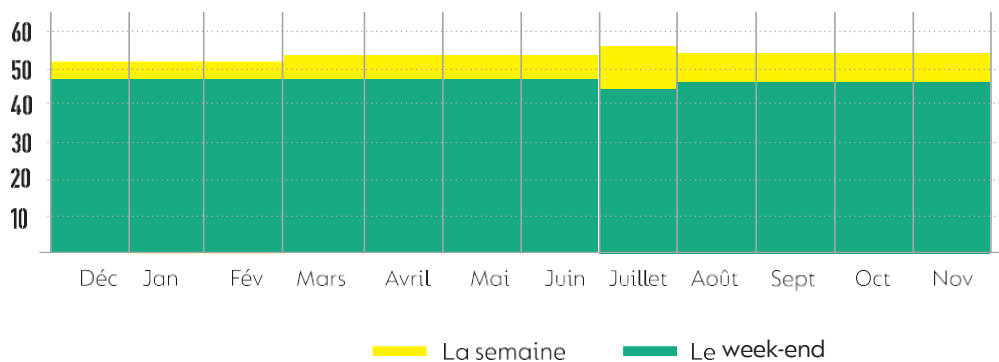
Combien de temps restez-vous selon les périodes ?

Des séjours d'1 semaine
en automne et en hiver
Des séjours de 2
semaines ou plus au
printemps et en été.

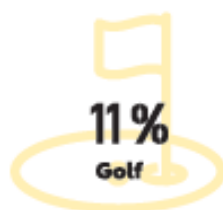
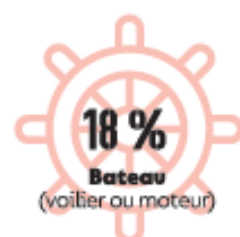
- 1 à 2 jours
- 3 à 1 jours
- 1 semaine
- 2 semaines



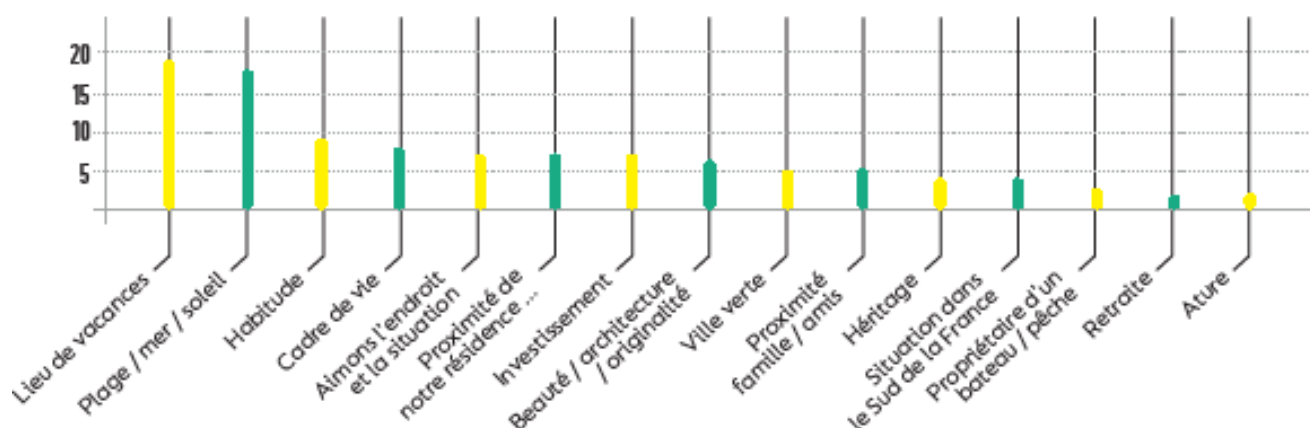
À quelle période séjournez-vous à La Grande Motte ?



▶ LES ACTIVITÉS RÉALISÉES



▶ LES MOTIVATIONS D'ACQUISITION D'UNE RÉSIDENCE SECONDAIRE

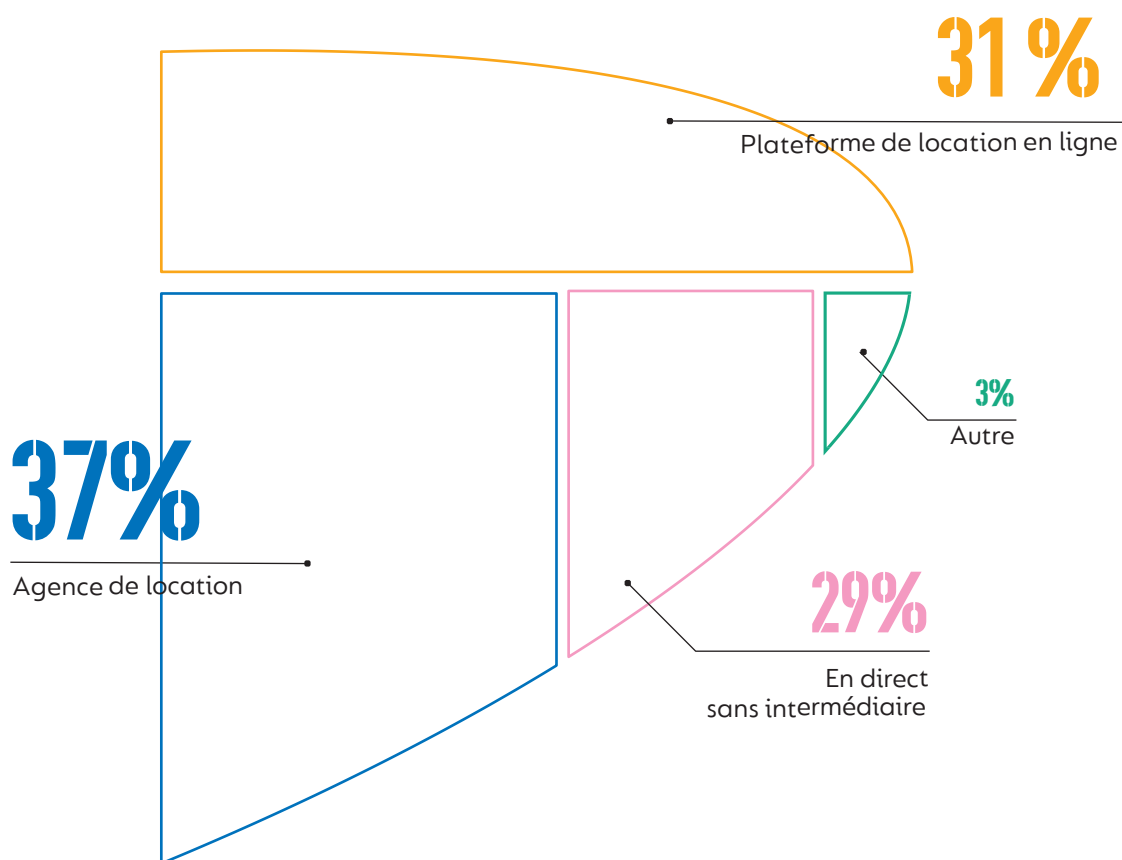


82% des propriétaires ne louent pas leur bien

SURFACES DES RÉSIDENCES SECONDAIRES

> 65% de 20 à 39m²
> 23% de 40 à 59m²

Quels moyens utilisez-vous pour la louer ?



91% des locataires reviennent chaque année

JOSIANE ET SES 2 VIES

LGM COMME DEUXIÈME MAISON

PROFIL

Age : 72 ans
Lieu d'habitation : Ardèche
Profession : Retraitée
Situation familiale : veuve
 Propriétaire depuis 30 ans.



QUÊTE D'EMOTION

Enrichir son quotidien de retraite par des journées à l'esprit « vacances » à LGM, y retrouver les copines, y amener parfois ses petits-enfants, pour des journées solaires, joyeuses, actives.



CENTRES D'INTERET

Toute l'année :

- Elle profite des commerces et services de LGM (ville permanente).
- Elle adore la plage et les restaurants, elle suit l'actualité, les animations municipales et la vie associative.
- Elle a son réseau d'amis et de commerçants.

Hiver :

- Forêt magique avec les petits-enfants.
- Balade front de mer et plage et les trucs utiles (médecin, dentiste...).

Printemps :

- Terrasse, sorties, programmes culturels à LGM et alentours, cinéma alentours.

L'été :

- Long séjour, plage, visite famille/amis.
- Suivre les stages de sport et bien-être, les marchés nocturnes, faire une visite guidée avec une amie de passage et faire les boutiques dont celle de LGM qu'elle adore.

Automne :

- Toujours à vélo, halloween pour les petits-enfants, été indien.

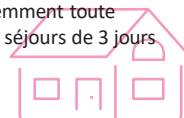


MODE DE VIE

Où : Propriétaire d'un T1 cabine au Centre-ville

Quand : Indifféremment toute l'année, pour des séjours de 3 jours à 2 mois.

Revenus : 2500€



ATTENTES ET FRUSTRATIONS

Elle a subi deux vols de vélos, elle souhaite des box à vélos sécurisés. Elle hésite à acheter un VAE

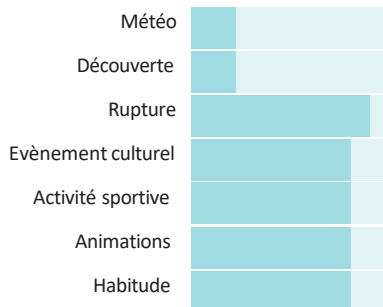


FAMILLE ET AMIS

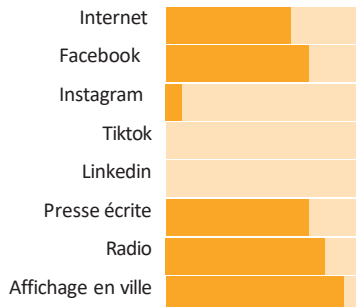
Prête volontiers l'appartement aux enfants pour des week-ends ou séances de vacances.



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

Ardèche : 20%
 LGM : 50%



PAUL ET CLAIRE

INVESTIR ET S'INVESTIR À LGM

PROFIL

Age : + de 40 ans

Lieu d'habitation : Valence

Profession : Professions libérales

Situation familiale : En couple sans enfant



QUÊTE D'EMOTION

Un investissement à double détente : achat de l'appartement est une opération patrimoniale « LGM est une valeur sûre », et une façon habile de s'organiser des petits breaks régulièrement.

Ils adorent LGM et tout ce qu'elle offre.

Ils adorent la nouvelle ambiance du Ponant en été.



MODE DE VIE

Où : Ponant, T2.

Quand : Très régulièrement, pour des week-ends d'agrément et en semaine en télétravail.

L'appartement est mis en location sur Airbnb depuis l'achat (modèle économique).

Revenus : 7000€+



ATTENTES ET FRUSTRATIONS

Impossibilité réseau wifi et téléphonique de LGM.

La galère du télétravail.

Et pas de co-working digne de ce nom.

Pas de box sécurisés pour des vélos de valeur.

Très attentif à la propreté (limite pénible).



CENTRES D'INTERET

Le Golf régulièrement, voile stages et sorties via le yacht club et amis.

Vélos, jogging, marche active dans l'eau, beaucoup de loisirs nautiques.

Paddle, plage avec les paillottes en journée et le soir.

Visite des alentours : Uzès, Arles, Nîmes, Sommières, Aigues-Mortes, Sète (festivals et expos).

Souvent au restaurant, souvent à l'extérieur de LGM (recherche des meilleures tables).

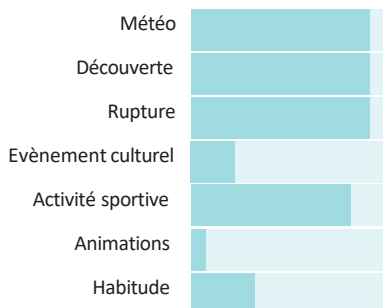


AMIS

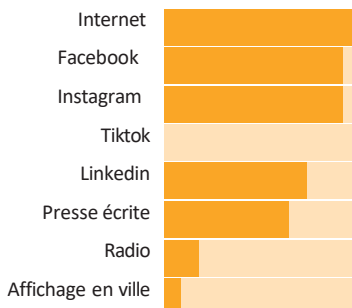
Beaucoup d'amis à Montpellier.



LES STIMULIS / DECLENCHEURS



LES MEDIAS UTILISES



LEUR PRATIQUE DU VELO

Valence : 20%

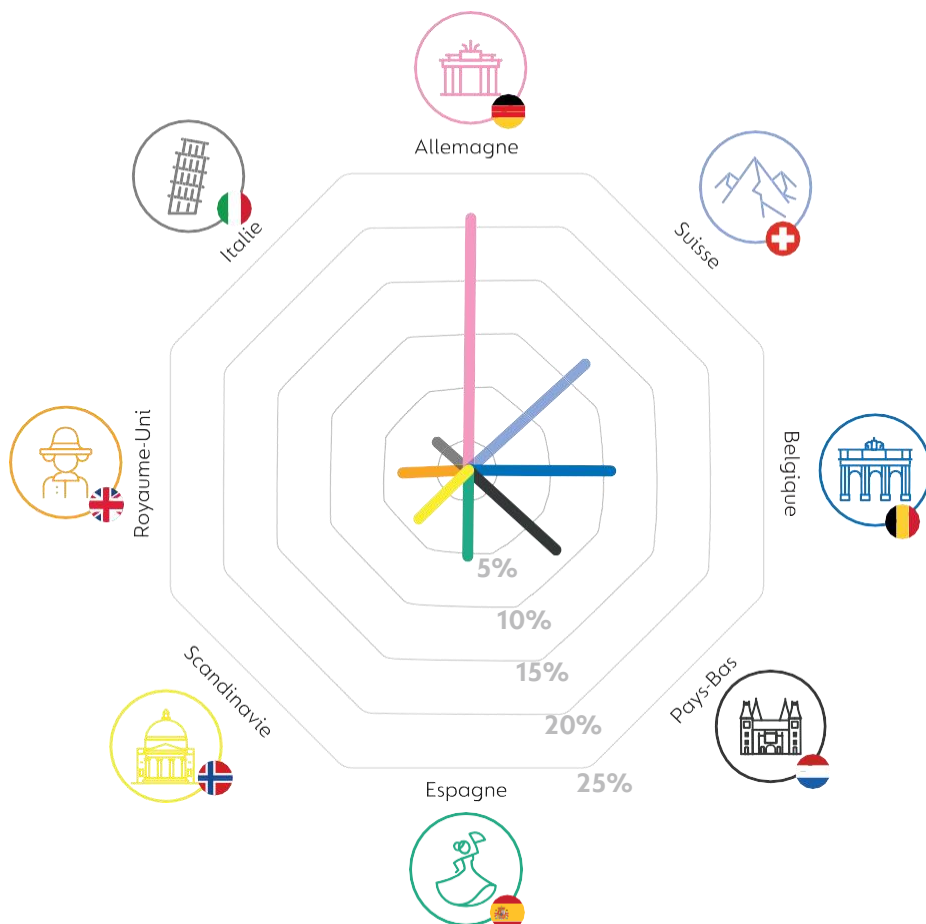
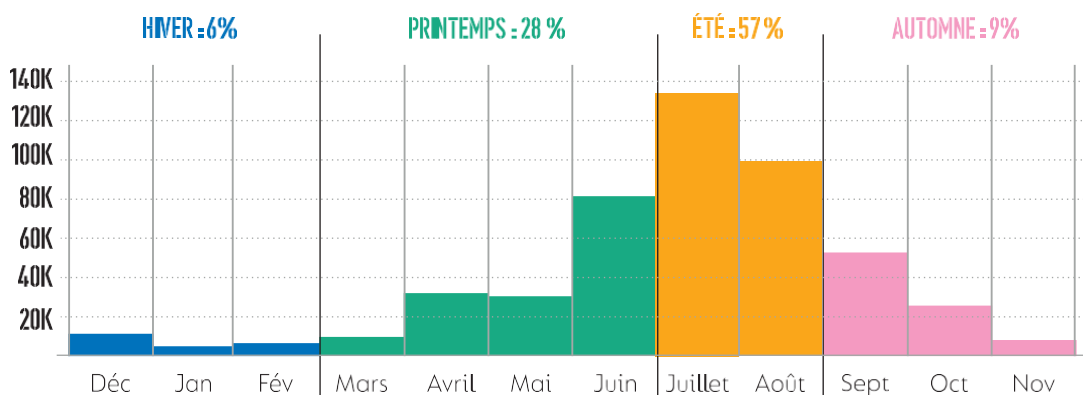
LGM : 80%



LES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES

LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE ÉTRANGÈRE

Avec **503 000 nuitées** de clients internationaux, la fréquentation étrangère représente près de **15%** de la clientèle touristique.



Sur les **7 millions d'excursionnistes** comptabilisés en 2019, **477 000** étaient des excursionnistes étrangers, soit **6,8%** de l'ensemble des excursions.

LA DÉPENSE TOURISTIQUE PAR VISITEUR

► DÉPENSE MOYENNE PAR JOUR

38€
VISITEURS

47€

TOURISTES EN SÉJOUR

28€

EXCURSIONNISTES
(EN SORTIE À LA JOURNÉE)

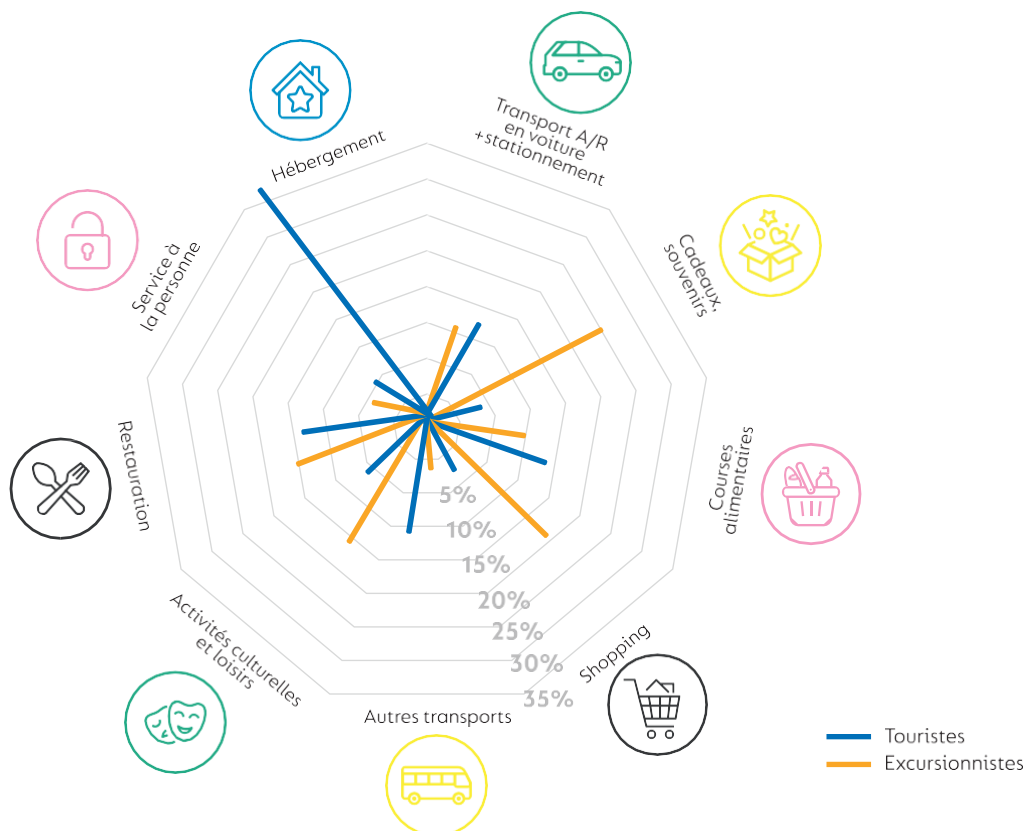
68€

EN HÉBERGEMENT
MARCHAND

26€

EN HÉBERGEMENT
NON-MARCHAND

► VENTILATION DE LA DÉPENSE



Source : Données Hérault Tourisme / FVT 2019 – L'étude Protourisme n'ayant pas pu prendre en compte les clientèles étrangères en 2020 et 2021.

LEXIQUE

Touriste : Personne qui passe une nuit en dehors de son domicile pour des raisons professionnelles ou d'agrément.

Excursionniste : Personne qui vient à la journée, sans nuit sur place.

Visiteurs : Ensemble des personnes touristes et excursionnistes.

Lit marchand : Lit mis en tourisme c'est-à-dire commercialisé que ce soit par un professionnel (Agences Immobilières, Hôtels, ...) ou par un particulier.

Lit non-marchand : Lit en hébergement privatif, ne faisant pas l'objet d'un échange monétaire entre le propriétaire et le visiteur. C'est le cas des lits en résidences secondaires lorsque leurs usages restent en famille, entre amis, toujours à titre gratuit.

CONITIFF® : La méthode CONITIFF®, est une méthode expérimentale initiée par Atout France, s'appuyant sur les données foncières et fiscales pour la connaissance de l'immobilier touristique (CONITIFF).

Elle s'appuie sur la caractérisation des lits touristiques par la typologie d'hébergements suivante :

- Hôtels : ratio de 1 lit pour 15 m² + consolidation avec le registre des établissements classés d'Atout France
- Centres de vacances : ratio de 1 lit pour 10 m²
- Campings : ratio de 3 lits pour 1 emplacement
- Résidences de Tourisme : ratio de 4 lits pour un studio, 5 pour T2, 2 lits si <15 m², 3 lits si <18 m²
- Résidences secondaires : idem résidences de tourisme

Flux Vision Tourisme : est une solution développée par Orange, avec le concours d'ADN Tourisme (Fédération nationale des organismes institutionnels de tourisme), dans le cadre d'un groupe de recherche national auquel participe Hérault Tourisme. Cette solution permet de convertir des millions d'informations techniques du réseau mobile Orange, en indicateurs statistiques, afin d'analyser la fréquentation des territoires et la mobilité des populations.

Remarques : Ces enquêtes ont été réalisées dans un contexte particulier entre les différents confinements nationaux (mars/mai 2020, octobre/décembre 2020, avril/mai 2021), et les périodes de restrictions d'ouverture des commerces (couvre-feu, fermeture des commerces dits « non essentiels »). Les résultats sont jugés représentatifs des clientèles touristiques françaises. Le tourisme d'affaire et les clientèles étrangères étant peu représentés sur cette période.

G2A : l'outil Big Data G2A permet d'analyser en temps réel les indicateurs de remplissage des hébergements touristiques :

- Lits pro (hôtels, campings, villages vacances, résidences de tourisme) > passerelles statistiques avec les logiciels des hébergeurs et les opérateurs nationaux
- Lits PàP (particuliers à particuliers) > plateforme Likibu qui agrège et dédouble les offres en ligne sur Airbnb, Abritel, Leboncoin...

Lits professionnels (anciennement lits chauds) : Agences immobilières, hôtels, centres et villages vacances, résidences de tourisme, campings

Lits PAP (Particulier à particulier - anciennement lits tièdes) : Offres de particulier à particulier en ligne sur les plateformes Airbnb, Abritel, Leboncoin...

Taux d'occupation (TO) : Nombre de chambres / appartements / emplacements occupés par rapport au nombre total de l'hébergement. Exemple : 1 hébergement de 4 lits occupé par 2 personnes se traduit par 50% d'occupation

Taux de remplissage (TR) : Nombre de personnes qui séjourne par rapport à la capacité d'accueil maximale de l'hébergement. Exemple : 1 hébergement de 4 lits occupé par 2 personnes se traduit par 50% de remplissage



MEMENTO DU TOURISME

LGM
BY
LA GRANDE MOTTE

LA
GRANDE
MOTTE