

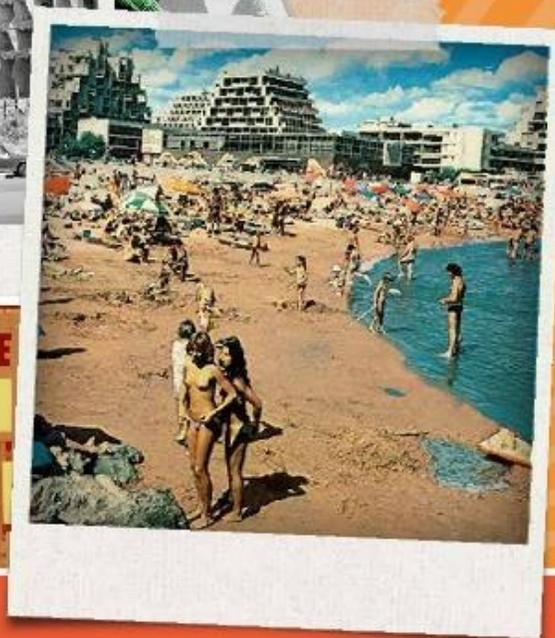
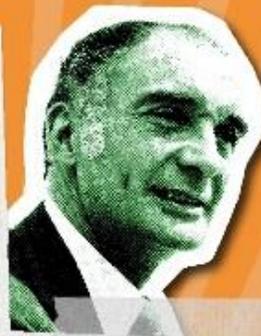
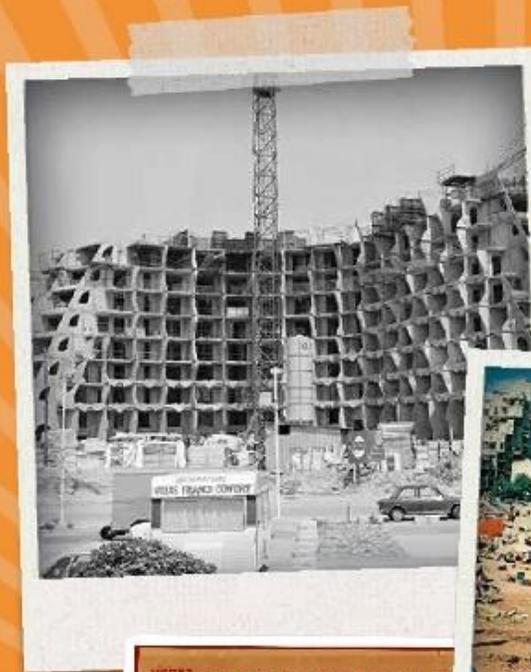
BILAN D'ACTIVITES 2018

OFFICE DE TOURISME LA GRANDE MOTTE

DOSSIER
DE PRESSE

LA GRANDE MOTTE

50 ans !



LA
GRANDE
MOTTE

LGM
BY
LA GRANDE MOTTE

RAPPEL : LES GRANDS AXES DE 2018

Depuis plusieurs années, l'essentiel des priorités ont porté sur l'image de La Grande Motte et sur le développement des services touristiques :

- sur l'image de La Grande Motte : les contenus innovants (Design, création artistique, codes culturels, publications, etc...) et le travail étroit avec la presse nationale ont porté leurs fruits, l'image de La Grande Motte a été largement valorisée.
- sur les services : billetterie, accueil visites guidées, boutique, commercialisation des loisirs, etc... les résultats ont été également au rendez-vous.

Fort de ces deux acquis, l'Office de Tourisme a réorienté ses priorités pour les deux ou trois années prochaines, et une ouverture à des stratégies différentes, sans risquer de trop altérer ces acquis.

Notre station a sensiblement marqué le pas dans les médias nationaux : moins de presse, moins d'image et de notoriété du fait du recul de nos actions. Mais il reste raisonnable de penser que les efforts déployés depuis 2011 vont permettre un effet d'entraînement pendant deux à trois ans, surtout si ce dernier est soutenu par des leviers nouveaux (Grand Site d'Occitanie, 50 ans, etc...).

Le budget 2018 est un budget qui intégrait des efforts importants et qui adapte en conséquence ses actions pour essayer de garder un maximum d'efficacité immédiate et opérer un virage soutenable vers de nouvelles stratégies.

Les points saillants du budget et du plan d'action 2018 sont les suivants :

- Promotion de la destination:
 - **Une priorité pour 2018 la promotion du Tourisme d'Affaires :**
 - **Mise en place d'une nouvelle stratégie numérique** : les blogs et la segmentation par l'expérientiel. Ce changement de stratégie promotionnelle, pour discret qu'il soit sera une véritable petite révolution. Nous sommes passé d'une logique de B to B (cible : la presse et les prescripteurs) à des outils de B to C (objectif : vente).
 - Suppression des opérations organisées pour la presse nationale (conférence de presse à Paris, agence de presse) et des contenus liés à ces actions (design, expos, etc...).
 - La promotion à l'international (Russie/aéroport, Berlin/aéroport, traductions de nos outils numériques...) habituelle ne sera pas ou peu supportée par un budget mais plutôt par le label Grand Site Occitanie ;
 - Effet de levier des 50 ans. Médiatisation au national + focus régional.
- Grand Site Occitanie :

Cette reconnaissance apportée à La Grande Motte, à travers le label Grand Site Occitanie, est à double portée. Il s'agit véritablement d'une chance, car nous bénéficierons d'un portage fort en promotion. La politique de valorisation des

Grands Sites par la Région nous donnera véritablement de la visibilité au niveau régional, de la légitimité au niveau national et de l'attractivité à l'international.

Il s'agit en même temps d'une contrainte : le label est attribué sur la base de pré-requis mais aussi d'engagements. Engagements à développer les Visites Guidées, l'ambition internationale, la protection du patrimoine... Il faut veiller à essayer de garder de la cohérence entre les contraintes et les engagements. 2018 a été une année de mise en route du label et des chartes afférentes. 2019 sera la première véritable année de portage.

– Les services :

La baisse des effectifs saisonniers pour juillet et août a eu comme prévu un effet sur les services. L'offre des Visites Guidées a diminué (volume). Par contre, la billetterie a très bien fonctionné. Les effectifs saisonniers ont été maintenus sur la collecte de la Taxe de Séjour.

– Animations :

Pointées du doigt lors du bilan 2017, les animations ont fait l'objet en 2018 d'une véritable mobilisation : un budget en hausse de 50 000 € et un nouveau plan d'action.

- Des conventions de quartier à la hausse
- Des animations portées par l'Office de Tourisme durant tout l'été. Modestes en coût mais nombreuses et variées en nature (musique, graff, peinture, mimes...), elles devraient remplir leur double rôle : générer de l'attractivité et occuper l'espace public animatoire.
- Des vacances scolaires animées : Février, Pâques, Halloween... l'offre animatoire était devenue inexistante. Elle revient sur l'ensemble des vacances scolaires.
- Sports: priorités également au bilan 2017, les animations sportives (et gratuites) de plage avaient disparu. Une offre est à l'étude pour 2018, dans un format peut-être payant et marketé autour du bien-être et du fitness.

– Evènements :

2018 a mis en exergue plusieurs constats :

- Des évènements forts, qui méritent d'être soutenus parce qu'ils font la preuve de leur efficacité immédiate : Les Nuits d'Or, la Forêt Magique, la coopération avec Escalade à Sète, par exemple.
- Des évènements qui n'ont pas su s'imposer ou dont la ville n'a pas fait une priorité : Pyramid Festival, Barefiit ...
- Des évènements à la recherche d'un nouveau souffle : le Carnaval, le semi-marathon.

– Réhabilitation des meublés : La Grande Motte : station pilote

La Grande Motte a été retenue par l'Etat comme station pilote, pour la qualité de sa réflexion sur le sujet de la réhabilitation de loisirs avec 10 stations de montagne et une station océane. 2018 a été une année consacrée à l'Etat des lieux et à la définition des objectifs.

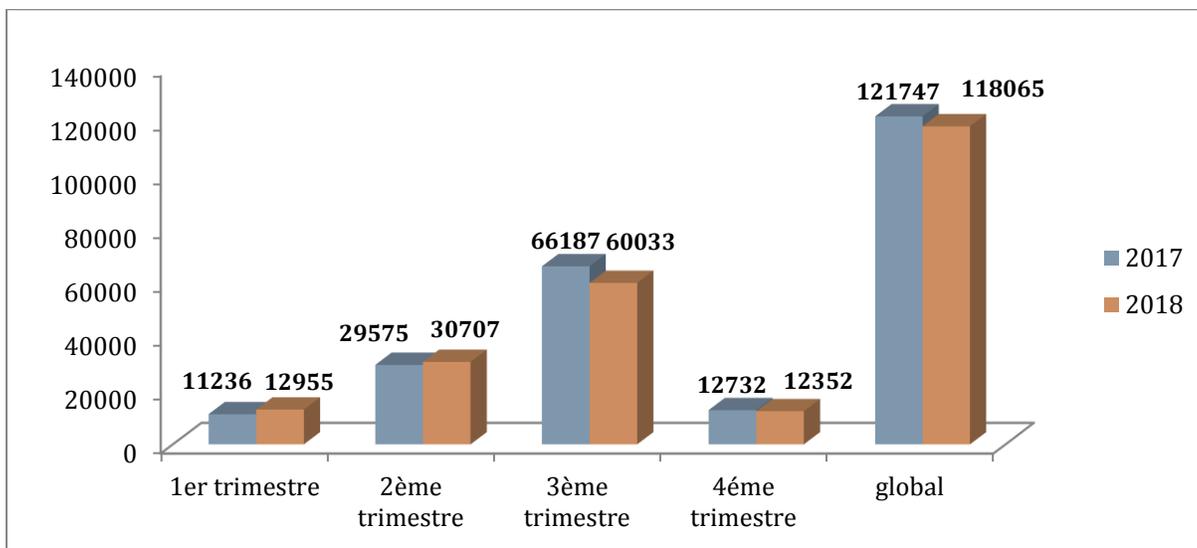
ACCUEIL - INFORMATION

FREQUENTATION

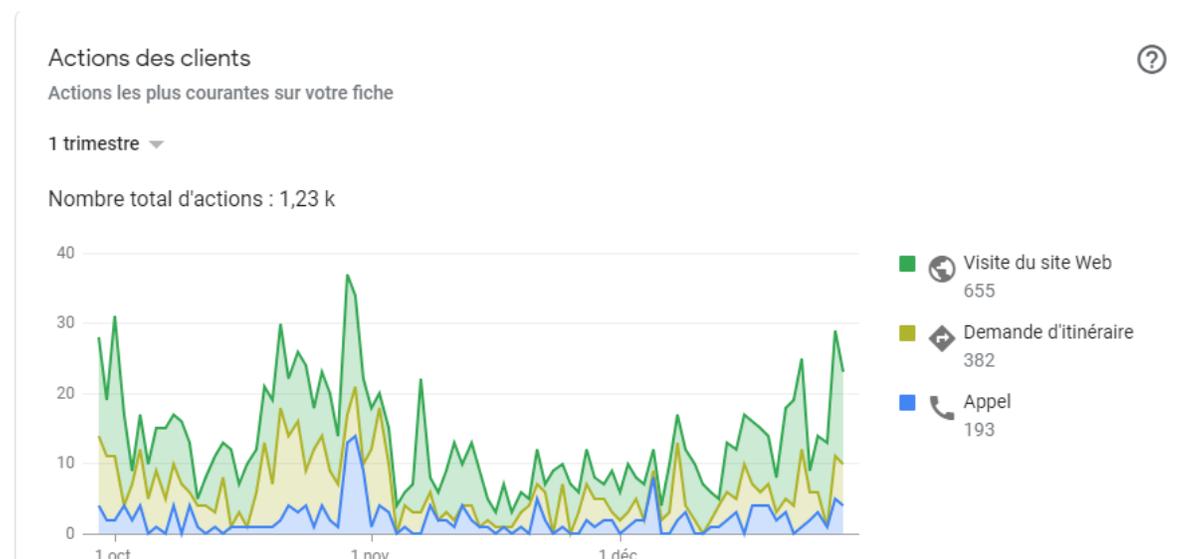
La baisse se poursuit comme dans tous les Offices de Tourisme (118 000 visiteurs en 2018 contre 122 000 en 2017 soit 3% de baisse). Une réduction des horaires d'ouverture (une heure de moins en juillet/août) est certes à prendre en compte mais la baisse est plus structurelle que conjoncturelle donc durable.

Le niveau de satisfaction concernant le service reçu à l'accueil de l'Office de Tourisme reste toujours bon 4.6/5 sur Facebook (excellent à partir de 4.5), 4.2/5 sur Google My Business et 4 sur trip advisor. Les avis concernent aussi souvent la destination.

Les deux premiers trimestres ont vu la fréquentation augmentée (+13% et +4%) en particulier la période d'hiver. Le second semestre (-9% et -3%), haute saison comprise ont été sensiblement à la baisse.



A noter, le nombre de plus en plus important de passage par notre page google My Business pour nous trouver ou nous appeler:



Point d'Information Mobile

Pour des raisons budgétaires : réduction importante du nombre de saisonniers et le point d'information mobile a été supprimé.



L'agenda de la ville

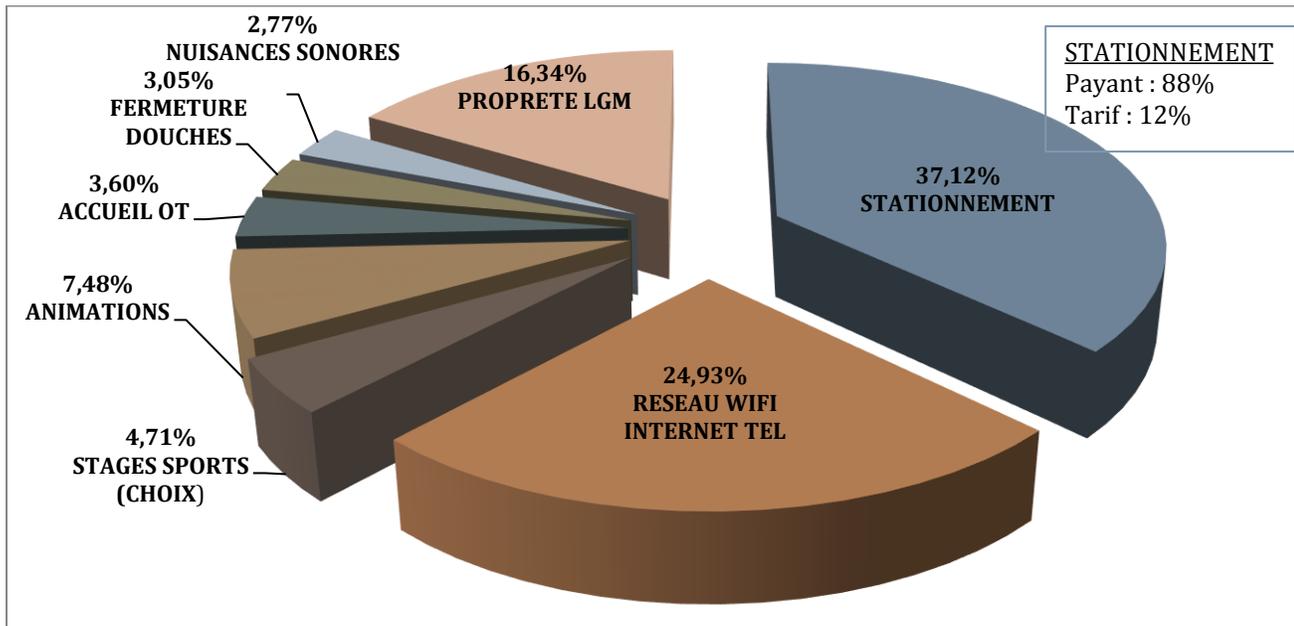
Un des conseillers en séjour de l'OT consacre une partie de son temps à la saisie, tri et au rassemblement des informations de toutes les animations et événements de La Grande Motte (organisé par la ville, l'OT, les associations et le Pasino). Toutes les informations saisies dans la base de données alimentent les différents sites Web de l'OT et de la ville, une newsletter quotidienne et le programme papier.

LA QUALITE

En 2018, l'AFNOR a réalisé un audit de 2 jours et suite à cet audit nous avons obtenu le renouvellement de la marque NF services. Marque de plus en plus exigeantes et qui touche maintenant tous les services de l'Office de Tourisme

A l'accueil, nous avons l'obligation de traiter les plaintes, remarques, suggestion et nous effectuons un bilan avec le comité qualité dont les membres sont en charge de mettre en place des actions correctives dans leur secteur

RECLAMATIONS / REMARQUES



2018

16,34% : PROPRETE LGM

Propreté ville : 8,86%

Propreté plage : 4,71%

Propreté toilettes : 2,77%

31,12% : STATIONNEMENT

24,93% : RESEAU WIFI INTERNET TEL

7,48% : ANIMATIONS

☞ // 2017 : Propreté ville dans sa globalité

☞ // 2017 : Réseau (wifi-internet-tél) et Stationnement

2017

36,45% : PROPRETE LGM

19,45% Propreté Plage

17,05% Propreté ville

4,17% STATIONNEMENT

14,92% RESEAU WIFI INTERNET TEL

19,34% ANIMATIONS

LES EDITIONS PRATIQUES : PLAN, GUIDE TOURISTIQUE, GUIDE D'HEBERGEMENT ET ANNUAIRE

Ces éditions sont toujours financées par une régie publicitaire. L'identité visuelle a été revue en 2018.

Nous avons décidé de mettre en avant les photos de Maïa Flore, peu exploitées jusqu'à alors.

- Guide hébergement : Parution en Janvier, 4 000 exemplaires
- Plan Parution fin Mars, 55 000 exemplaires
- Annuaire Parution fin mai, 10 000 exemplaires
- Guide touristique parution fin Mai, 16 000 exemplaires
- Guide des meublés (édition OT, hors régie publicitaire financé par les cotisations des adhérents)

L'hébergement

Accommodation | Unterkunft
2018 - 2019



© Photo : Maïa Flore / Playground - Agence VU'



Le guide des vacances

Holiday guide
2018 - 2019



© Photo : Maïa Flore / Playground - Agence VU'



Le plan

Map | Stadtplan
2018 - 2019



© Photo : Maïa Flore / Playground - Agence VU'



Le guide des meublés

2018 - 2019



© Photo : Maïa Flore / Playground - Agence VU'



L'annuaire

Phone book | Telefonbuch
2018 - 2019



© Photo : Maïa Flore / Playground - Agence VU'



VISITES GUIDEES

Visites guidées individuelles

2 132 personnes (2 457 en 2017)

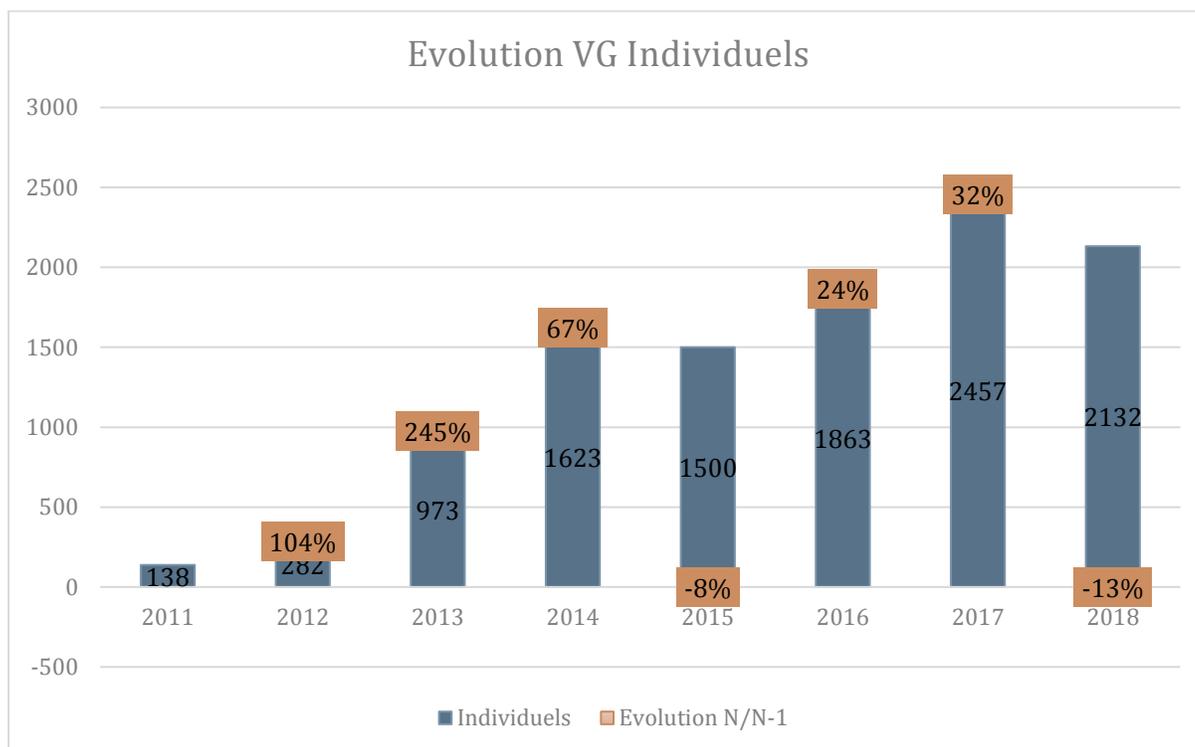
- 7 visites différentes d'Avril à Octobre. **4 visites en moins qu'en 2017**
- De plus, la période des visites a été réduite. Elle s'étale sur 7 mois au lieu de 10.
- Pas de nouveauté cette année (absence de la référente).

PALMARÈS

1. « La Grande Motte depuis la mer »
2. « A La Découverte des Tortues »
3. « Attention au Départ » (visite en petit train)
4. « La Grande Motte Cite des Sables »
5. « La Grande Motte à vélo »
6. « Photo Walk »
7. « Que Laisse la mer sur son Rivage »

Baisse de 13% de la fréquentation (contre une hausse de 32% en 2017)

Pour la première fois depuis 2011, un résultat en baisse. Les raisons : un recul de notre part sur l'offre et sur la promotion. Nous avons supprimé les prestations qui n'étaient pas rentables économiquement. De plus, l'absence d'Anaïs Arke a favorisé le manque d'innovation et d'adaptation. Les prestations délivrées ont toutefois maintenu un excellent niveau qualitatif



Visites guidées groupes

2 012 personnes (1619 en 2017)

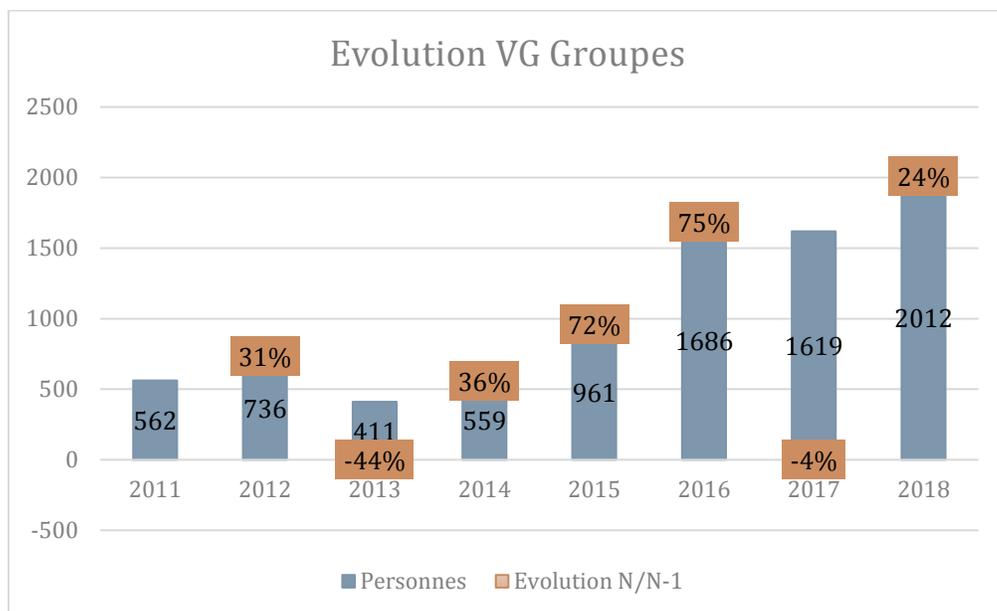
• Origines :

- Associations - 15 groupes
- Universitaires -Scolaires – 15 groupes
- Hébergeurs LGM – 13 groupes
- Sociétés et Particuliers – 9 groupes
- Agences Immobilières – 2 groupes
- Mairie – 4 groupes

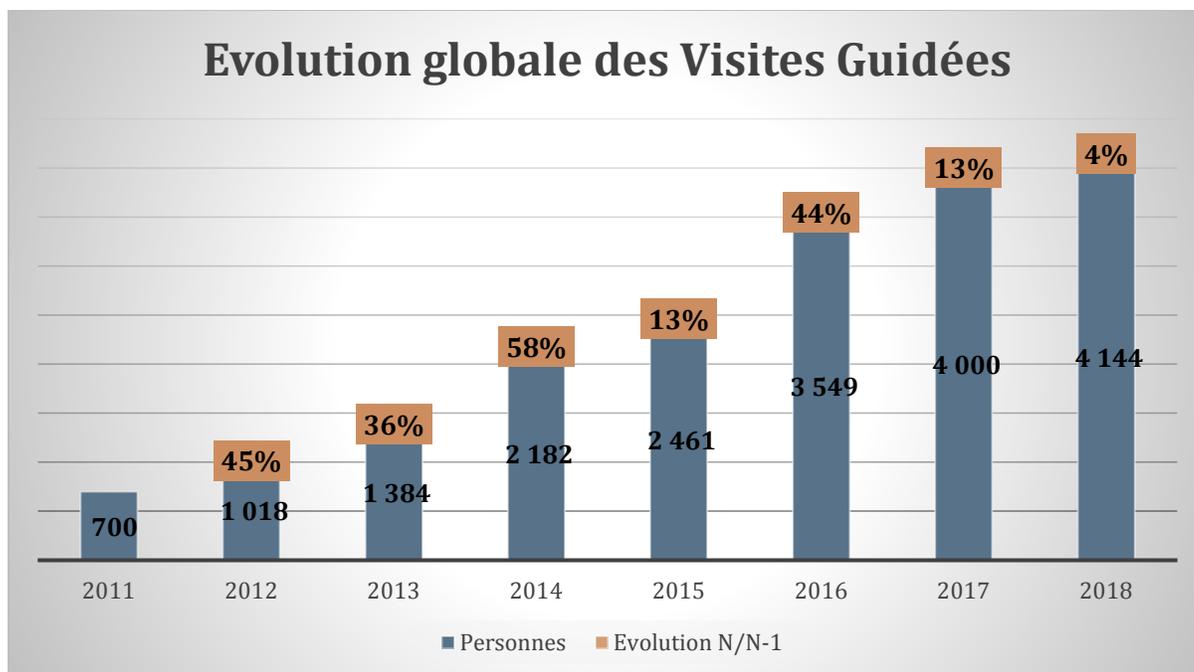
Hausse de 19 % de la fréquentation

(baisse de 4 % en 2017).

Cette hausse a permis de compenser la baisse au niveau des visites guidées individuelles. Nous avons fidélisé notre clientèle de par la réputation de la station et grâce à nos prestations. Le travail sur les Groupes a été très bien fait en 2018 et la notoriété des VG Groupes en forte hausse. Il y a déjà des réservations pour 2019.



• Evolution globale des visites guidées



Résultats

L'évolution du Chiffre d'Affaires et du panier moyen dépend du nombre et du type de produits commercialisés. En 2018, nous n'avions plus les Puces du Design mais l'Office de Tourisme a commercialisé quatre nouveaux produits (en plus des visites guidées) : visite du bateau le Shtandart, navettes maritimes pour Escala à Sète, les réveils sports et bien-être et les animations d'Halloween.

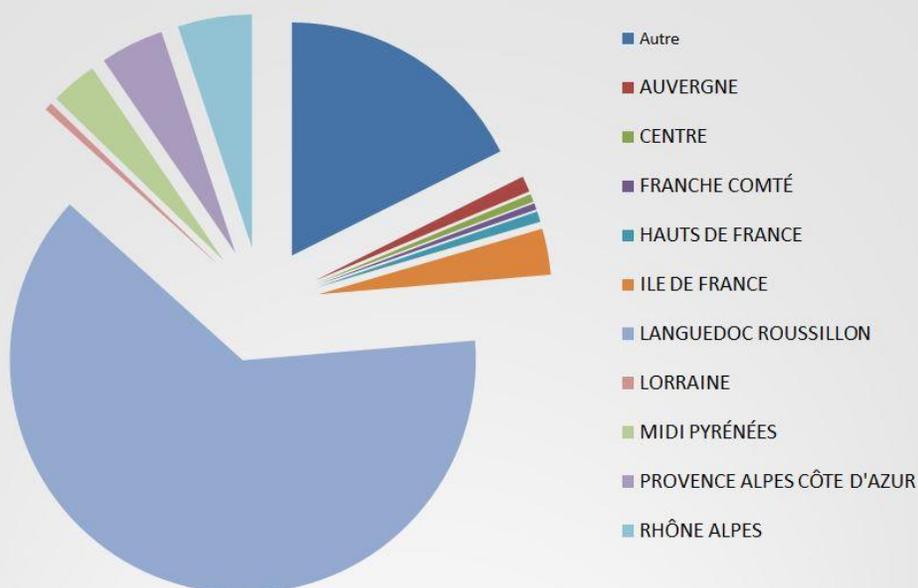
On constate surtout en 2018 une hausse des personnes « servies » pour la billetterie physique et en ligne ; **plus de 10 000 commandes en 2018 !**

COMPARATIF CA DE 2016 à 2018

	2016	2017	2018
CA	57 258,40€	61 706€	95 997,50€
Panier Moyen	7,50€	7,80€	9,36€
Nb de cdes	7577	7924	10 246
% ventes Web	16%	17%	48%

La réservation des loisirs et des spectacles a atteint son plus fort niveau depuis sa création, avec près de 100 000€ de ventes et un niveau de satisfaction optimum. Cet outil ne doit pas mesurer son efficacité à son CA, mais plutôt au rôle de service qu'il constitue. Il permet à certains événements d'exister (Halloween, Le Shtandart, Sports et Bien-Etre etc.) Il reste internalisé totalement à ce jour, et cela reste souhaitable, mais d'autres options restent possibles.

Origines Géographiques des clients



1/ Languedoc Roussillon

2/ Rhône Alpes

3/ Midi Pyrénées

Palmarès des petits produits (hors produits de l'OT)



Ventes en Ligne

Depuis 2015, elles représentaient toujours 16% des ventes totales

et en 2018 les ventes en ligne représentent 48% des ventes !!

- 2015 : 4 390€
- 2016 : 9 135€
- 2017 : 10 848€
- 2018 : 49 074€

Avis

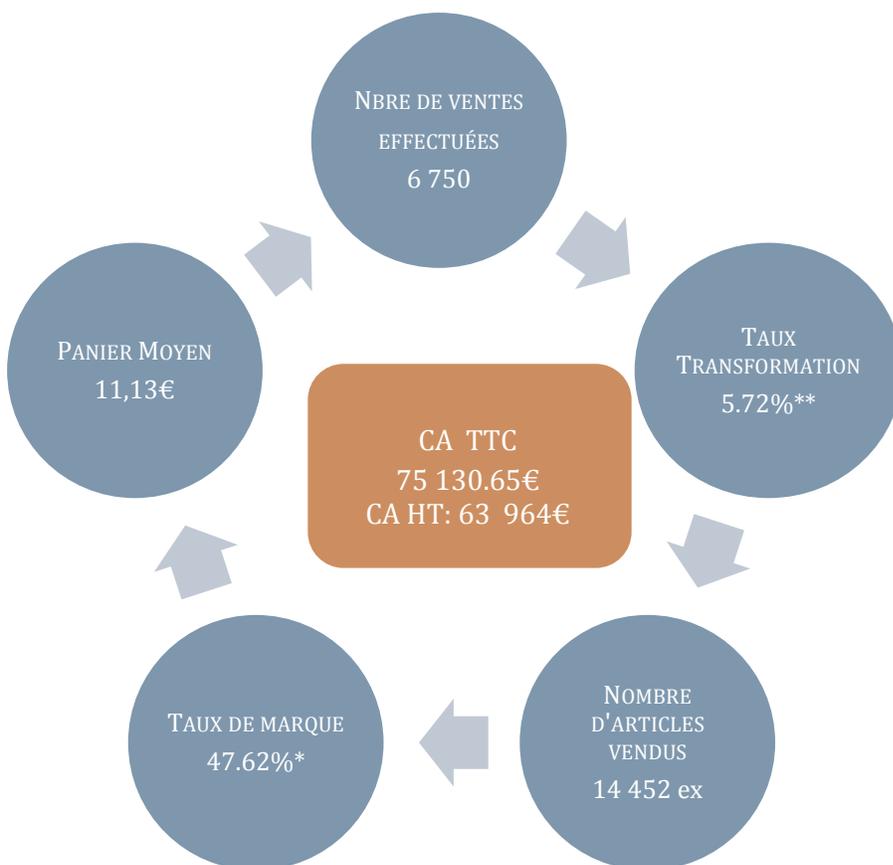
Le nombre d'avis a explosé cette année en relation avec le nombre de ventes en ligne.



BOUTIQUE

Le Chiffre d’Affaires est encore en hausse de 12% (en retranchant le CA lié aux produits design vendus à l’OT) vs 6% en 2017 et 19% en 2016) malgré une baisse de fréquentation du service accueil. A noter que cette année quelques opérations de promotion de la marque ont été réalisées (voir section qui y est consacrée).

La boutique joue parfaitement son rôle de diffusion de la marque LGM. **Avec 14 000 articles vendus pour un CA total de 75 000€**, une augmentation constante de + 10%/an la Boutique a fait la preuve de son efficacité. Elle contribue chaque année un peu plus à consolider sa part d’autofinancement. Ses résultats sont évidemment liés à la pertinence des opérations de promotion de la marque. Totalement internalisée à ce jour, et il semble que ce soit la bonne formule, elle pourrait également être imaginée dans un autre modèle (contrat de licence).



Opérations Promo

Avril : Kidnapping de Georges Gorille

Juin/Juillet : Vidéos Pronostics Coupe du Monde

Août : Pub Passage Avion

Collections 2018

Articles	Nombre vendu
Collection Gorille	381
Collection 50 ans	297

*Taux de marque: taux de rentabilité calculé par le logiciel de caisse

** Taux de transformation : ratio entre le nombre de visiteurs de l'accueil et le nombre de ventes à la boutique

Evolution du Chiffres d’Affaires :

	2018	Evolution
janvier	2 995,84 €	164,41%
février	4 511,74 €	129,11%
mars	2 094,46 €	5,14%
avril	4 810,54 €	1,33%
mai	6 298,59 €	2,13%
juin	8 866,89 €	57,95%
juillet	13 063,61 €	27,86%
août	19 118,94 €	9,97%
septembre	6 515,16 €	-11,41%
octobre	3 362,94 €	19,72%
novembre	1 193,00 €	-22,44%
décembre	2 298,94 €	-16,61%
TOTAL	75 130,65 €	17,96%

RAYONS	CA 2018	Evolution	Sans le design de France 2	Evolution
Alimentation	331,80 €	-47,83%	331,80 €	-47,83%
Bijoux	2 742,60 €	100,00%	2 742,60 €	100,00%
Décoration	9 507,02 €	-10,22%	9 507,02 €	-10,22%
Design	5 507,79 €	100,00%	1 746,00 €	100,00%
Enfant	3 165,98 €	1,55%	3 165,98 €	1,55%
Librairie	9 651,50 €	-21,58%	9 651,50 €	-21,58%
Médaille Souvenir	5 048,80 €	392,09%	5 048,80 €	392,09%
Papeterie	7 719,89 €	18,23%	7 719,89 €	18,23%
Produit Caisse	16 904,94 €	23,30%	16 904,94 €	23,30%
Technologie	351,00 €	-47,98%	351,00 €	-47,98%
Textile/Bagagerie	14 199,33 €	-6,40%	14 199,33 €	-6,40%
TOTAL	75 130,65 €	17,83%	71 368,86 €	11,94%
Nbre Articles	14 452	23,69%		

PALMARES VENTE	
Articles	Nbre vendus
Stickers	3 250
Monnaie Paris	2 525
Cartes Postales	1 397
Magnets	955
Topo Guide	732
Total	8 859
% sur Nbre articles	61,30%

LA TAXE DE SEJOUR

Il s'agit d'une priorité depuis 2016 avec trois objectifs :

1. Moderniser, améliorer la collecte avec l'acquisition et la mise en place d'une plateforme Internet de collecte et de paiement. Une révision complète du fonctionnement et des procédures internes et externes a également été réalisée en 2016.
2. Contrôler les meublés touristiques gérés par les particuliers et augmenter le montant de la taxe de séjour collectée auprès de cette catégorie
3. Commencer la mise en place d'actions visant à améliorer la qualité des meublés proposés à la location saisonnière par les particuliers

En 2018, les objectifs ont été reformulés :

1. Consolider l'outil de collecte au service des professionnels et de la Collectivité
2. Contrôler les locations de particulier à particulier et gagner de la fiscalité supplémentaire

LES CONTROLES DES MEUBLES « PARTICULIERS »

Contrôles physiques:

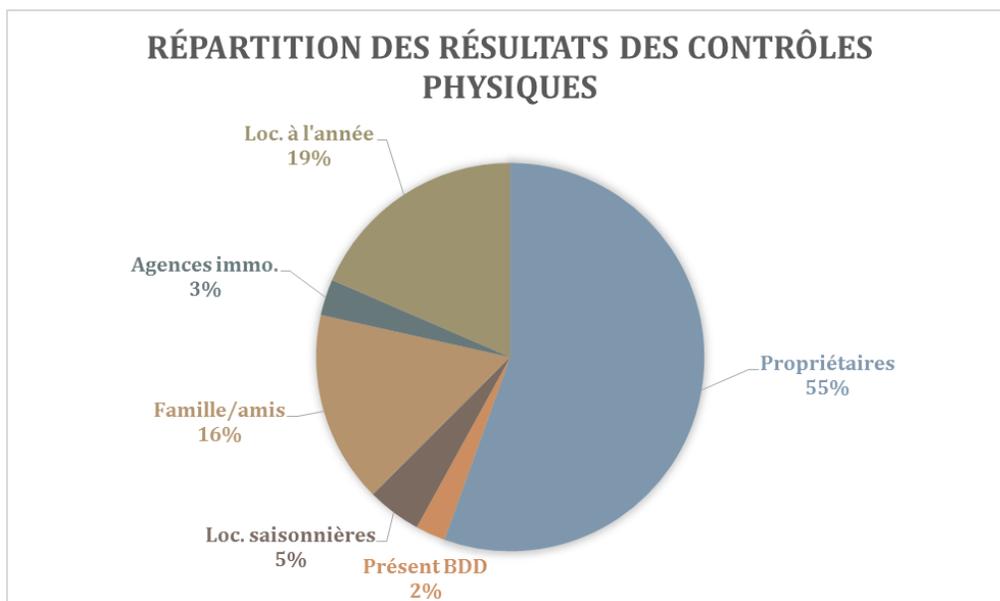
2018	2017
8459 logements contrôlés : 7304 fermés (86%) 1155 ouvertes (14%)	4257 logements contrôlés : 3376 fermés (79,30%) 881 ouvertes (20.70%)
Soit parmi les ouverts : 638 propriétaires (55.5%) 52 locataires saisonniers (4.5%) 212 locataires à l'année (18.5%) 185 familles/amis (16%) 38 agences (3%) 30 déjà déclarés (2.5%)	Soit parmi les ouverts : 496 propriétaires (56.30%) 152 locataires saisonniers (17.25%) 83 locataires à l'année (9.42%) 101 familles/amis (11.46%) 49 agences (5.56%)

Parmi ces contrôles :

- 4% de conflits
- Beaucoup plus compliqués que l'année passée. En effet, les personnes sont de mieux en mieux préparées aux questions du contrôle et savent l'éviter
- De plus en plus de plaintes et dénonciations au service TS
- Les locations se concentrent au couchant
- **Contrôles Internet :**

	Mai	Juin
Investigations commencées	400	352
Personnes déjà déclarées	73	29
Contrats obtenus	92	58
Total de contrat obtenu mai + juin	150	

En 2017 nous avons obtenu 94 contrats.



- **Chiffre déclaration 2018 :**

	Juillet	Aout	Sept
Déclaration suite à une investigation internet	36	49	2
Déclaration autre	25	28	21
Demande d'infos en attente		5	1
Déclaration suite à un contrôle physique	61	82	24

Un total à ce jour de 216 déclarations pour l'année.

Pour comparaison, en 2017, fin septembre, nous étions à 231 déclarations.

Depuis la mise en place des contrôles (été 2015) le montant de la TS collectée auprès des particuliers est passé de 7K€ à près de 45K€ pour 2018 !

La collecte de la Taxe de Séjour

	2018	2017	Evolution
HOTELS	326 890,77 €	300 522,78 €	8,77%
AGENCES IMMOBILIERES	69 982,04 €	76 835,93 €	-8,92%
RESIDENCE HOTELIERES	332 214,40 €	344 682,85 €	-3,62%
VILLAGES DE VACANCES	58 237,78 €	50 380,17 €	15,60%
CAMPINGS	82 313,75 €	65 453,16 €	25,76%
PORT	37 684,71 €	37 459,95 €	0,60%
CAMPING CAR	5 507,00 €	8 281,00 €	-33,50%
PARTICULIERS	44 468,27 €	40 799,63 €	8,99%
TOTAL ANNUEL	957 298,72 €	924 415,47 €	3,56%

Remarques :

- Hôtels : ouverture sur l'année complète de l'hôtel La Plage Arts et Emotions
- Campings : rachat de 2 campings par le groupe privé Capfun

Le travail de la Taxe de Séjour a été remarquable depuis 2016. Chaque année, les contrôleurs ont visité 4 000 à 8 500 meublés et fiscalisés 150 logements nouveaux, soit environ 10 000€/an de TS supplémentaire. 2018 a été dans la droite ligne.

Aujourd'hui, dans la station personne n'ignore l'obligation de se déclarer et le paiement de la Taxe de Séjour est devenu la règle (c'était l'inverse en 2016 !).

2018 aura été l'année préparatoire aux nouveaux dispositifs de collecte par les plateformes.

2019 verra baisser les moyens dédiés à ce service, mais la médiation des plateformes compensera sans doute.

Travail de technicité avec avocat spécialisé et judiciarisation

Le travail du service a consisté globalement à border toutes les décisions juridiquement et à pousser l'action judiciaire vis-à-vis des **fraudeurs jusqu'à l'assignation - une première en France**.

PROMOTION :

PASSER DU B TO B AU B TO C, POSITIONNER LA STATION SUR 4 AXES MAJEURS (ARCHITECTURE, NAUTISME, NATURE, TOURISME D’AFFAIRES) ET CONSTRUIRE UNE IMAGE DE MARQUE

STRATEGIE B TO C : CREATION D’UN BLOG ET PRIORITES AUX OUTILS NUMERIQUES PLUTOT QU’A LA PRESSE TRADITIONNELLE

Un nouvel outil au cœur de la nouvelle stratégie pour séduire divers publics au travers de l’expérience : le blog



Chaque jour, un consommateur est exposé à plus de 900 messages publicitaires.

L’enjeu pour notre destination est donc de se démarquer autrement que par le biais de la publicité que nous connaissons aujourd’hui. **Notre objectif avec le blog : ne plus aller vers le client pour faire passer notre message mais le laisser venir à nous grâce au référencement.**

Pendant longtemps, la communication s’est concentrée sur les outils ! Mais le contenu dans tout ça ? Il faut prendre la parole de manière plus efficace et pertinente. Comment ? En créant du contenu expérientiel capable de capter l’attention. L’internaute à la recherche d’une destination pour ses vacances recherche avant tout une expérience à vivre.

L’internaute a moins confiance aux informations venues des sites officiels qu’aux informations spontanément données par ses pairs. En découle le développement incroyable des bloggeurs ou des sites de comparaison et d’avis tels que Tripadvisor. **Complément du site officiel, le blog est donc un moyen d’instaurer une proximité entre nous et l’internaute et d’installer ainsi une relation de confiance.**

Pourquoi un blog ?

- Donner une image moderne, sympathique, et accueillante à la station
- Créer du lien avec l’internaute et répondre à ses attentes
- Améliorer le référencement de la station via les centres d’intérêts des internautes (plage, vacances, méditerranée, etc.)
- Augmenter le flux d’internautes sur le site officiel grâce à des liens externes
- Avoir un outil de communication en plus à disposition et à moindre coût

Ce que nous proposons à l’internaute

- Découvrir des activités et loisirs (rubrique « on a testé »)
- Lire des récits ou anecdotes sur la ville (rubrique « on vous raconte »)

- Connaître les bons plans pour visiter la ville
- Visionner de belles photos et vidéos de la station
- Passer à l'acte d'achat

Comment ça marche ?

Lors d'une requête sur un moteur de recherche, une page comportant plusieurs liens apparaît. Presque toujours, nous cliquons sur le premier lien, les autres sont très souvent délaissés au profit des 1ers. Pour générer un flux important de visites sur le site, il est donc primordial de se placer en première ligne.

A quoi sert le référencement ?

La position de notre site parmi les autres sur une page de recherche dépend de ce qu'on appelle le « référencement ». Quand on crée un site internet, notre seul et unique but est qu'il soit connu et visible de tous, il faut donc un référencement efficace.

Pour cela, plusieurs techniques SEO : MOTS-CLES / TAGS / CONTENU PHOTOS VIDEOS / CONTENUS REDACTIONNELS...

Pourquoi en tant que professionnel prendre part au projet ?

- Nous prenons la parole pour vous

Pas de message publicitaire, nous faisons un récit de l'expérience que nous avons vécu chez vous pour séduire le lecteur et lui permettre de se projeter.

- Nous vous offrons de la visibilité

Comme évoqué précédemment grâce aux techniques de référencement votre article peut rapidement obtenir une position favorable sur les moteurs de recherches et les internautes pourront tomber sur votre article sans même chercher votre entreprise spécialement.

Par ailleurs, le blog est mis en avant sur nos réseaux sociaux (Facebook & Instagram) avec le partage de lien cliquable qui mène directement à votre article.

- Un reportage photo et/ou vidéo (cession des droits)

Lors de la rédaction d'un article de blog, nous nous déplaçons pour faire des photos ou vidéos. C'est l'occasion de vous transmettre l'ensemble des contenus que vous pourrez utiliser à votre tour sur vos supports de communication.

- L'avantage ? Cela ne vous coûtera rien...

... Ou presque ! En échange nous vous demandons de nous permettre de réaliser notre article à moindre coût (gratuité ou réductions sur les prestations mises en avant dans l'article pour l'équipe du blog).

BILAN LANCEMENT DU BLOG (30 avril 2018)

8 482 visiteurs

16 201 pages vues

mobile 68 %

PC et tablette : 32 %

Articles les plus vus

1. /cinq-choses-a-faire-un-week-end-a-la-mer/ 1 286
2. /la-grande-roue-decouvrez-la-belle-vue/ 1 203
3. /visiter-la-grande-motte-autrement-decouvrez-nos-cinq-lieux-preferes/ 1 096
4. /noel-en-famille-a-la-foret-magique-de-la-grande-motte-blgm/ 829
5. /montpellier-la-grande-motte-a-velo/ 771
6. /architecture-de-la-grande-motte-on-vous-devoile-tous-ses-secrets-blgm/ 644
7. /montpellier-la-grande-motte-en-velo/ 626
8. /visiter-la-grande-motte-autrement/ 601
9. /feux-dartifice-a-la-grande-motte/ 555
10. /decouvrir-la-region-occitanie/ 514

Provenance

Réseaux sociaux (facebook) 40%

Recherche 35%

Directe : 25%

Promotion du blog sur Facebook :

Nous avons officiellement lancé le blog sur Facebook le 30 Avril avec notre première vidéo MTP-LGM à vélo. La vidéo a plutôt bien fonctionné puisqu'elle enregistre presque 3 900 vues pour un total de 1 052 minutes visionnées. La cible atteinte est plus jeune qu'habituellement avec une majorité de femmes entre 35 et 44 ans.

POST n°1 : Montpellier – LGM à vélo

The image shows a Facebook post from the page 'LGM by La Grande Motte', dated 30 April 2018. The post features a video player with a play button and a title 'MTP-LGM à vélo, c'est possible !'. Below the video, there are engagement metrics: 332 reactions (including 18 'likes'), 6 comments, and 50 shares. A 'Plus de 2'aires, de commentaires et de partages' badge is visible. To the right of the post is a 'Performances de votre publication' sidebar. This sidebar provides detailed analytics: 7 895 impressions, 3 869 video views, 351 reactions, comments, and shares. It breaks down these metrics by type of interaction (likes, reactions, comments, shares) and by gender (35% male, 65% female). It also shows 104 clicks on the link and 228 clicks on the image. At the bottom of the sidebar, there are options to report the post as inappropriate or to report it as spam.

POST n°2 : Nos 5 lieux préférés

LGM by La Grande Motte
Publié par Margaux Perrin (P) · 5 mai, 13:53 · €

Envie de balades ? Découvrez nos 5 lieux préférés ❤️ Et vous quelle est votre "secret place" préférée ? ➡

Visiter La Grande Motte autrement : découvrez nos 5 lieux préférés ! - BLM
Vous souhaitez visiter La Grande Motte autrement ? Nous on y vit à l'année, on a donc décidé de vous donner nos astuces pour vous éloigner des sentiers battus...
BLOG.LAGRANDEMOTTE.COM

Plus de J'aime, de commentaires et de partages
Boostez cette publication pour 3 \$ pour toucher jusqu'à 1 600 personnes.

9 010 personnes atteintes

Performances de votre publication		
9 010 Personnes atteintes		
609 Réactions, commentaires et partages		
416	358	58
J'aime	Sur la publication	Sur les partages
58	55	3
J'adore	Sur la publication	Sur les partages
1	1	0
Haha	Sur la publication	Sur les partages
40	36	4
Commentaires	Sur la publication	Sur les partages
94	93	1
Partages	Sur la publication	Sur les partages
1 189 Clics sur la publication		
0	749	440
Affichages de photos	Clics sur un lien	Autres clics
COMMENTAIRES NÉGATIFS		
6	2	2
Masquer la publication	Masquer toutes les publications	Masquer toutes les publications
0	0	0
Signaler comme indésirable	Je n'aime plus la Page	Je n'aime plus la Page

POST n°3 : La grande roue

LGM by La Grande Motte
Publié par Margaux Perrin (P) · 12 mai, 15:57 · €

La grande roue, c'est un classique mais aussi un incontournable pour profiter d'une vue incroyable sur La Grande Motte 🌊 Toutes les infos : http://blog.lagrandemotte.com/decouvrez-la-belle-vue-de-la-...

Plus de J'aime, de commentaires et de partages
Boostez cette publication pour 3 \$ pour toucher jusqu'à 1 600 personnes.

10 712 personnes atteintes

Performances de votre publication		
10 712 Personnes atteintes		
543 Réactions, commentaires et partages		
373	300	73
J'aime	Sur la publication	Sur les partages
31	27	4
J'adore	Sur la publication	Sur les partages
2	2	0
Haha	Sur la publication	Sur les partages
3	1	2
Wouah	Sur la publication	Sur les partages
1	1	0
Grrr	Sur la publication	Sur les partages
37	30	7
Commentaires	Sur la publication	Sur les partages
97	97	0
Partages	Sur la publication	Sur les partages
1 329 Clics sur la publication		
578	51	720
Affichages de photos	Clics sur un lien	Autres clics
COMMENTAIRES NÉGATIFS		
7	1	1
Masquer la publication	Masquer toutes les publications	Masquer toutes les publications
0	0	0
Signaler comme indésirable	Je n'aime plus la Page	Je n'aime plus la Page

De manière globale, ces trois premiers posts nous ont permis de faire connaître le blog à plus de 28 000 personnes et ont suscité plus de 1 000 clics vers le blog, soit un **bon taux de clic de 3,6% (En 2017, la moyenne mondiale était de 0,9% tous secteurs confondus selon Wordstream).**

Autre nouvel outil : une vidéo basée sur l'expérientiel

Objectif :

La vidéo est devenue, **LE support incontournable de toute bonne stratégie de contenu touristique efficace et pertinente.** Elle occupe une place omnipotente sur la toile et représente déjà plus de 70% de tout le trafic internet.

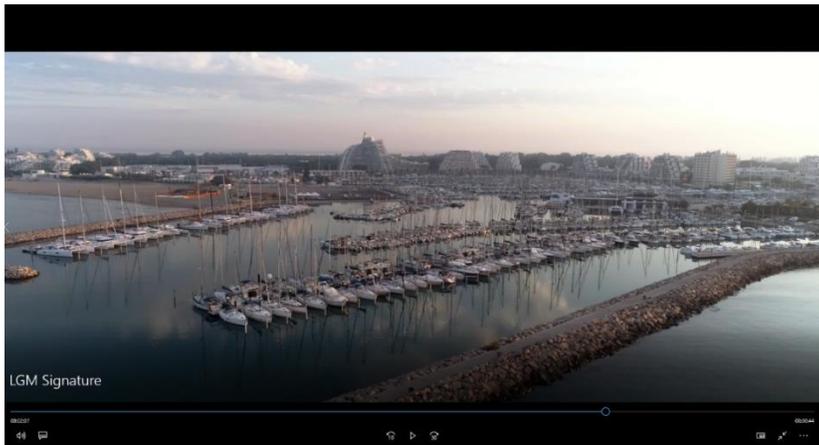
De plus, elle se prête au mieux à la promotion touristique, permettant de montrer le lieu sous de multiples angles et de manière vivante.

La réalisation d'une vidéo promotionnelle a donc été l'occasion de mettre en avant la singularité de la station en marquant les esprits grâce à son originalité et aux émotions transmises.

L'idée était de réaliser un storytelling avec des plans de personnes découvrant la Grande Motte à travers différents aspects :

- Paysages et nature
- Architecture
- Art de vivre et activités
- Humain, style jeune, vie dynamique de l'été

Afin de favoriser le dynamisme de la vidéo, différentes techniques de montage ont été utilisées (speed-ramping, transition en masque, timelaps...), et le sound design a également été travaillé.



Diffusion :

- Transmission aux socio-professionnels de la station pour qu'ils l'intègrent dans leur propre communication.
- Chaîne YouTube de l'OT.
- Diffusion sur écran lors de représentations et évènements.
- Espaces de diffusion en recherche pour 2019 (cinéma, pré-roll You Tube, projection sur bâtiment...).
- Concours vidéo touristique INTO Days Cannes Janvier 2019.

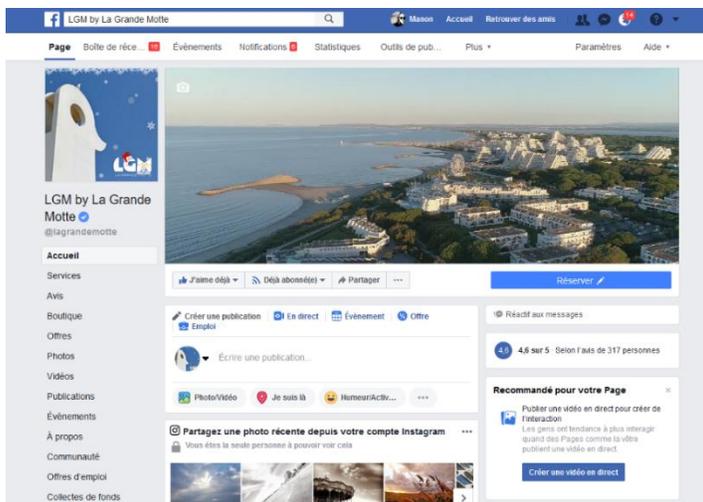
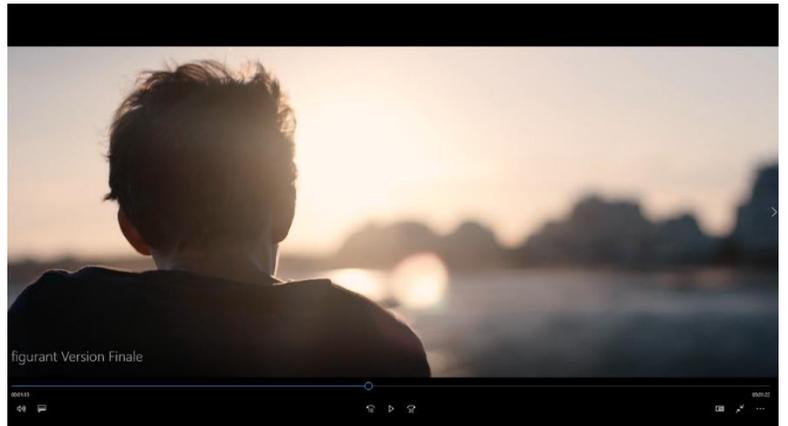
Deux autres versions ont également été réalisées.

Une version « Figurant » et un teaser (version courte).

La version « Figurant » :

Cette version met en scène un personnage principal que l'on peut suivre tout au long de son séjour à La Grande Motte. Grâce à un travelling arrière, on finit ensuite par se rendre compte qu'il est dans le métro parisien en train de rêver et de se projeter après la lecture du guide découverte de la station.

Cette version sera révélée au premier trimestre 2019 pour promouvoir la station avant les réservations estivales.



La version teaser :

Il s'agit d'une version courte du film signature de 41 secondes, destinée à être diffusée sur les réseaux sociaux (couverture page Facebook, Instagram...). Ce film fait ressortir la marque LGM, le côté sensoriel et des vues de drone de la station.

Pour résumer le virage que nous avons pris en 2018 : nous avons remplacé la stratégie de l'intermédiation par celle du dialogue en direct avec nos projets et clients.

- de presse
- d'Internet institutionnel
- d'agences pro (TO, AV etc.)
- de réseaux institutionnels

- + de blogs
- + de vidéos et d'images
- + de réseaux sociaux
- + de réseaux professionnels
- + d'influenceurs

PROMOTION ET DEVELOPPEMENT DE LA MARQUE : LGM BY LA GRANDE MOTTE

D'une marque commerciale à une marque de destination :

La marque a été créée par l'Office de Tourisme, elle a essentiellement une vocation économique, elle est la marque « Tourisme » de la ville donc la marque de la Station.



Fort de son succès la marque est devenue au fil du temps l'emblème de la station touristique. Elle est devenue progressivement, en même temps qu'une marque commerciale, la signature de la destination touristique dans une acception plus territoriale. L'un de ses objectifs est de créer une communauté d'ambassadeurs, soudés par les valeurs qu'incarne la marque.

La marque est le premier outil de valorisation de l'Office de Tourisme et de ses actions (événements, éditions touristiques et produits en vente).



OPERATION GEORGES LE GORILLE

Au fil des années le Gorille rouge situé devant l'Office de Tourisme est devenu la mascotte voir même un point de repère pour nos visiteurs. Sujet à de nombreuses photos en sa compagnie, le gorille s'est abîmé (pied cassé, peinture délavée).

Sa remise en état a donc été l'occasion de monter une opération sur Facebook sous forme de jeu-devinette afin de découvrir où est passé le gorille.

En parallèle, le retour du gorille en fin d'opération a permis de lancer officiellement la collection gorille pensée par Elisabeth.

Le premier internaute qui arrivait à reformer le mot « REPARATION » à l'aide de 11 devinettes se voyait remettre un lot d'articles de la collection gorille.

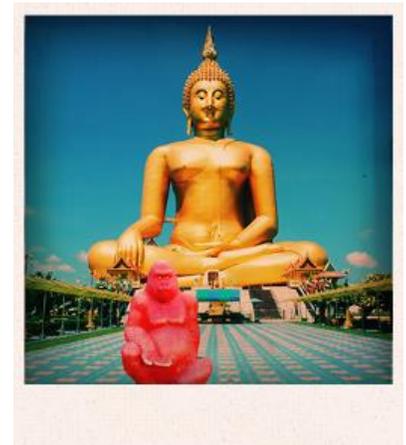


Réalisations :

- 15 posts Facebook répartis sur 18 jours
- 1 vidéo et des montages photos

Résultats :

Cette opération a très bien fonctionné. La communauté Facebook a bien participé au jeu-devinette et présente de belles performances chiffrées.



LGM by La Grande Motte
Publié par Margaux Perrin le 23 h · 12

Quelle surprise en arrivant à l'Office ce matin, notre fameux gorille rouge a disparu dans la nuit... Nous venons de recevoir cette vidéo d'un de nos fans mais nous n'en savons pas plus. Si vous avez d'autres informations n'hésitez pas à nous le dire ! Merci !



Georges le gorille
00:59

Plus de J'aime, de commentaires et de partages
En boostant cette publication, vous la montrerez à plus de monde.

17 430 personnes atteintes [Booster la publication](#)

260 réactions 103 commentaires 183 partages

J'aime Commenter Partager

Performances de votre publication

17 430 Personnes atteintes

9 950 Vues de vidéos

842 Réactions, commentaires et partages

73 J'aime	50 Sur la publication	23 Sur les partages
2 J'adore	2 Sur la publication	0 Sur les partages
20 Haha	8 Sur la publication	12 Sur les partages
138 Wouah	93 Sur la publication	45 Sur les partages
28 Triste	14 Sur la publication	14 Sur les partages
161 Grrr	112 Sur la publication	49 Sur les partages
238 Commentaires	152 Sur la publication	86 Sur les partages
183 Partages	183 Sur la publication	0 Sur les partages

7 173 Clics sur la publication

1 331 Clics pour lire	4 Clics sur un lien	5 838 Autres clics
-----------------------	---------------------	--------------------

Chiffres vidéo enlèvement gorille :

- Environ 17 500 personnes atteintes
- 5657 minutes visionnées
- 9950 vues
- Durée moyenne de visionnage : 19 sec

Une collection Gorille a été lancée à la fin de l'opération :

- Carnet de notes
- Magnet
- Règle
- Porte-clés
- Tapis souris
- Mug
- Textiles : T-shirt adulte/enfant, body enfant



→ **Opération panneau aérien :**

Dans le cadre de la stratégie de promotion de la marque LGM by La Grande Motte, la boutique et l'OT ont fait produire un panneau aérien destiné à être diffusé dans les airs par passage aérien.

▪ **Objectifs :**

- Booster la visibilité de la marque LGM by La Grande Motte
- Attiser la curiosité du public
- Faire connaître la marque
- Obtenir un impact médiatique important
- Annoncer un évènement
- Interpeller et interagir avec le public

▪ **Les avantages:**

La publicité aérienne est un moyen de communication visuelle économique avec un fort impact médiatique. En effet, une fois le panneau produit et acheté, il ne reste plus qu'à rajouter les coûts des passages (tarifs dégressifs). Selon le prestataire, des milliers de personnes sont touchées en même temps en survolant une plage.

De plus, il s'agit d'un investissement sur le long terme, le panneau étant garanti pendant 5 ans. Il peut donc être utilisé sur plusieurs saisons.

▪ **Saison été 2018 :**

Durant la saison d'été 2018, a eu lieu un passage du panneau aérien. Le 24 Août, l'avion a survolé 4 fois successives les plages de La Grande Motte, depuis le petit travers jusqu'à la plage du Levant. Le panneau LGM by La Grande Motte a été complété par une banderole pour annoncer le carnaval d'été. L'objectif était double : Visibilité de la marque et annonce d'évènement.

Il est difficile de quantifier l'audience (public touché) par le passage du panneau aérien. On peut l'estimer à des milliers de personnes, le passage ayant eu lieu un jour et une heure d'affluence importante (15h30).



Photos LGM By Diane Fontaine

Diane Fontaine est un jeune talent centré sur la photographie dans l'univers du reggae et du hip hop français, et celui des reportages lointains, identitaires et humanitaires.

Elle a réalisé une série de photos pour la promotion des produits de la marque LGM by La Grande Motte. Pour cela, elle est sortie de son registre habituel, mettant en scène Emma, jeune mannequin Danois, dans un univers pétillant, onirique et graphique.

Ce reportage photo, sera utilisé à des fins promotionnelles pour la marque LGM by La Grande Motte en 2019 (exposition photos sur les façades de l'Office de Tourisme, book sur la marque...) mais également pour des éditions, comme pour la couverture du guide hébergement, touristique, etc...



EDITIONS

→ Mise à jour de la plaquette La Grande Motte Destination Affaires

- **Contenu** : Actualisation des informations telles que le classement des hôtels, les plages privées et activités, les nouveaux équipements du Palais des Congrès...

→ Création d'un template pour envoi de propositions aux clients potentiels

- **Objectif** : Donner envie au client en lui soumettant une proposition illustrée et répondre plus rapidement et de manière professionnelle aux demandes.



WEB ET CONTENU

→ Création d'un profil LinkedIn professionnel

- **Objectifs** : Gain de visibilité, échanges et interactions avec les abonnés. Mais aussi parler des derniers congrès/séminaires qui ont eu lieu et agrandir notre réseau.
- **Quelques données** :
 - Création de la page en Décembre 2017/Janvier 2018.
 - Nombre d'abonnés : 33
 - 78% des abonnés sont de la région de Montpellier, 6% de Toulouse, puis Grenoble, Marseille et Paris.



Le développement de la page va faire partie des actions 2019 pour continuer à élargir le réseau et communiquer sur les actions réalisées.

→ Fusion et refonte des sites Internet : un seul site
lagrandemotte-congrès.com

- **Objectif** : Regrouper le site congrès et le site LGMDA sous un même site pour une meilleure fréquentation.
- **Quelques chiffres** :
- Fréquentation : 2299 visiteurs uniques



Un Palais clés en main

Un Palais connecté à la fibre

LGM Destination Affaires

- 5864 pages vues

- Pages les + vues : Les espaces réception, un palais en cœur de ville, les accès, la visite virtuelle, nos offres, les hôtels, le bureau congrès.

MARKETING

→ Création d'offres packagées

- **Objectif** : Créer des produits d'appel, avec un prix attractif pour le client.
- **Réalisation** :

Deux formules ont été créées sur le Palais des Congrès en semaine. Elles comprennent la location d'espace de travail avec équipements, le déjeuner et/ou des pauses, une activité et/ou des services tels que le vestiaire, la signalétique...

Formule journée étude à 79€/pers et **Formule séminaire motivant** à 99€/pers.

FORMULE JOURNÉE ÉTUDE
au Palais des Congrès
Hors week-end et jours fériés

LA GRANDE MOTTE
DESTINATION AFFAIRES
PLUS D'UN CONGRÈS

79€ HT/PERS
À PARTIR DE
15 PERSONNES

- 1 CÔTÉ SALLE**
 - Une salle de réunion équipée de 9h à 18h (mobilier, paperboard, vidéo projecteur...)
- 2 CÔTÉ RESTAURATION**
 - Deux pauses avec viennoiseries et café
 - Un cocktail déjeunatoire (en intérieur ou sur terrasse)
- 3 CÔTÉ SERVICES**
 - Votre chef de projet
 - Un espace vestiaire
 - Un espace accueil
 - Mise en place d'une signalétique

VOTRE CHEF DE PROJET
Christelle SOLER BERINGUEZ
04 67 56 42 88 / 06 82 96 24 57
christelle@lagrandemotte-congrès.com

FORMULE SÉMINAIRE MOTIVANT
au Palais des Congrès
Hors week-end et jours fériés

LA GRANDE MOTTE
DESTINATION AFFAIRES
PLUS D'UN CONGRÈS

99€ HT/PERS
À PARTIR DE
15 PERSONNES

- 1 LE MOMENT TRAVAIL**
 - Une salle de réunion équipée de 9h à 18h (mobilier, paperboard, vidéo projecteur...)
- 2 LE MOMENT CONVIVAL**
 - Un cocktail déjeunatoire (en intérieur ou sur terrasse)
- 3 LE MOMENT DÉTENTE**
 - Zen : relaxation au spa
 - Sportif : initiation au golf, tournoi de tennis
 - Team Building : régata, olympiades

VOTRE CHEF DE PROJET
Christelle SOLER BERINGUEZ
04 67 56 42 88 / 06 82 96 24 57
christelle@lagrandemotte-congrès.com

- **Résultats** : pas de vente de formule car pas assez de promotion et tarifs un peu trop élevés.

→ **Mise en place d'opérations de relations publiques :**

- **Objectifs :** Maintenir un lien privilégié avec les clients et prospects et développer une relation de confiance.
- **Opérations :**
 1. Invitations pour le concert 100% Classique et pour le Shtandart avec cocktail dinatoire.
 2. Présence du stand de l'Office et de la destination sur la Barefiit (course à obstacles pour un public majoritairement corporate).



→ **Représentations**

▪ **AIVFC :**

- Renouvellement de l'adhésion à l'AIVFC
- Participation en Septembre à l'opération AIVFC se met en scène à Paris pour échange de contacts et de prospects

▪ **CLUB BUSINESS CRT:**

- Renouvellement de l'adhésion au Club Business
- Présence au speed meeting à Lyon

▪ **REUNIR (20 et 21 Octobre 2018) :**

- Tous les acteurs du MICE réunis en un seul lieu.
- Cible : acheteurs MICE, chefs de projets en agences, assistantes...
- Rencontres libres, sans rendez-vous.

Notre présence sur le salon nous a permis de représenter la station en tant que destination affaires au milieu de Montpellier Métropole et Le CRT Occitanie. Prises de contacts et réception d'une demande pouvant déboucher sur un évènement en 2019.

▪ **MICE PLACE à Lyon**

- Salon organisé par Meet and Com pour présenter l'offre MICE de la région Rhône-Alpes et des grandes destinations auprès de organisateurs d'évènements.
- Prises de contacts et obtention de la convention Coca-Cola qui a eu lieu en Septembre sur 2 jours pour 100 personnes.



→ **DESTINATION INCENTIVE (11 et 12 Octobre)**

Pour la première fois, le Palais des Congrès a accueilli les 11 et 12 Octobre la 5^e édition du salon Destination Incentive organisé par le CRT Occitanie.

- **Objectifs :** Se positionner en tant que lieu incontournable dans le secteur du tourisme d'affaires en Région Occitanie et en France en recevant un évènement à grande échelle.

Le salon a rassemblé pendant 2 jours l'offre événementielle et incentive de la région. Rendez-vous individuels avec les hosted buyers, workshop B to B, rencontres inversées, soirée de networking et eductours étaient au programme.

Cible : Organismes d'événements en entreprises, agences événementielles, associations, fédérations et comités d'entreprises.

La station de La Grande Motte a été représentée par son stand sur le salon mais aussi en tant que lieu d'accueil de la manifestation. De plus, des eductours (circuits de promotion) ont été réalisés afin de donner un aperçu aux hosted buyers et à la presse du panel d'offres que la station possède pour l'organisation d'événements professionnels.



Quelques données :

- + de **15** rendez-vous réalisés sur stand

- **Visiteurs :** Environ **250 prescripteurs et acheteurs** sur les 2 jours

- **Espace d'accueil :** **800 m²** supplémentaires mis à disposition pour une superficie totale de **1810 m²**. Démontre que le PDC peut accueillir des manifestations de tailles supérieures qu'auparavant.

- **3 Eductours** organisés avant, pendant et après le salon. Deux journalistes ont assisté à l'éductour presse dans le but de réaliser des articles pour les magazines : L'évènementiel magazine et Réunir Magazine. Du côté des hosted buyers, ce sont plus de 25 chefs de projets, assistantes et autres organisateurs d'événements qui ont découvert les hébergements, restaurants et activités de la station.

→ **BAREFIIT** (les 29 et 30 Septembre)

L'agence Corpo Events a organisé deux jours de course d'obstacle sur la plage ouest et dans la mer (à 100 mètres) dans le cadre de Team Building d'entreprise. L'Organisateur a également monté un village de sponsor avec des cours de fitness et autres animations sur le Terre Plein Ouest du Port.

Dans le cadre de son développement du Tourisme d'affaires, la ville et l'Office de Tourisme se sont associés à cet événement.

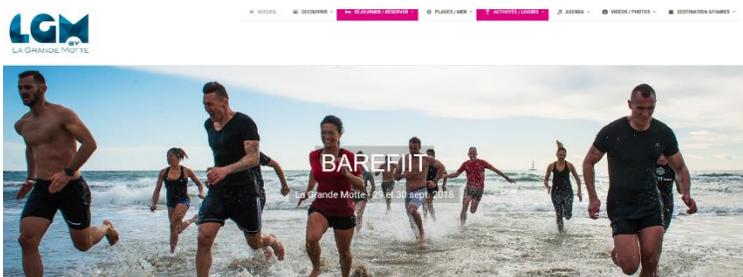
- Cible : Entreprises, groupes ou individuels : cible type Corporate
- Bassins géographique : Paris Ile de France, Rhône Alpes, Hauts de France, Toulouse, Bouche du Rhône, Aquitaine
- L'évènement a accueilli 1 000 participants pour les épreuves sportives et 1 000 accompagnants

Accompagnement de l'évènement en terme de communication

Avant l'évènement :

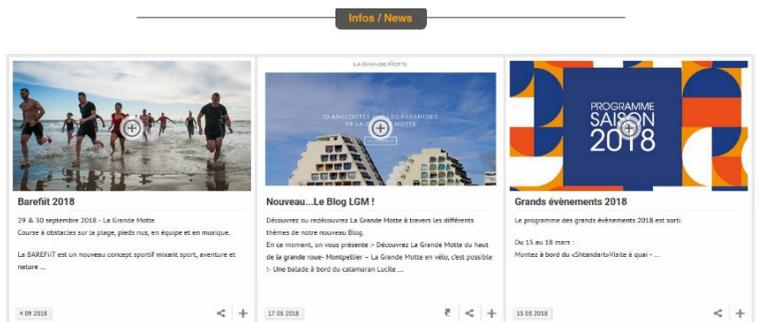
SITES WEB :

- Homepage du site web grand public (www.lagrandemotte.com) avec un lien direct qui renvoie directement vers le site web du Barefiit + agenda
- Homepage du site web congrès (www.lagrandemotte-congres.com) avec un lien direct qui renvoie directement vers le site web du Barefiit



RESEAUX SOCIAUX :

- Facebook en naturel : 1 post / semaine + photo de couverture tout le mois de septembre
- Facebook sponsorisé : une campagne générale avec un message adapté aux 2 cibles (grand public et corporate)
- Instagram en naturel : 2 post + story 1 fois/semaine
- Linked In en naturel : 2 post



MAILING « Coporate local » :

- Envoi d'un mailing début septembre au fichier clients et prospects du Palais des Congrès
- Envoi d'un mailing à notre fichier de professionnels (hébergeurs, restaurateurs, plages privées et gros porteurs)

FLYERS :

- Impression de flyers avec le code promo LGM30.

Pendant l'évènement:

- Création d'un document de promotion de la station orienté team building & incentive avec le bon cadeau inscription Barefiit 2019 si achat prestation à LGM.
- Point info OT + corner LGMDA

EDITIONS : L'ARCHITECTURE, LA MER ET LA NATURE REMPLACES PAR UN SEUL GUIDE : LE GUIDE DECOUVERTE

Pour des raisons d'économies et devant le constat que les visiteurs ne prenaient souvent que la thématique qui les intéressait le plus, nous avons décidé en un seul guide la promotion de nos trois axes grand public principaux.

Ce guide n'est pas une édition pratique mais un véritable outil promotionnel et de valorisation de l'image de La Grande Motte.

Le guide découverte
Architecture | Mer & nature | Visites guidées...
2018 - 2019



50 ans

© Photo: Marc Ponce / P. Agence VU

LGM
L'AGENCE VU

VALORISATION DE L'ARCHITECTURE

Valoriser le patrimoine et le rendre ludique à travers le numérique

Application lancée en juillet 2017. Sur la période du 1er juillet au 31 décembre 2017, 2700 téléchargements étaient recensés. A savoir en moyenne 8 par jour avec 38 retéléchargements aucune désinstallation.

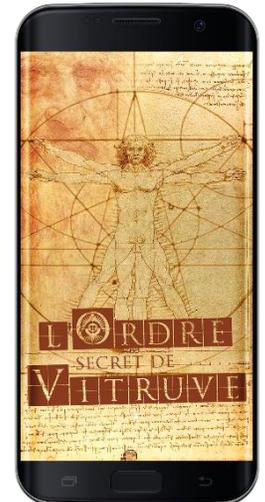
1300 téléchargements en 2018 soit 55% de baisse par rapport à l'année 2017, avec 679 désinstallations au total, soit en moyenne 2 par jour. Ce qui est normal car une fois le jeu réalisé l'application peut être supprimée.

On note cependant une hausse de 92% de réinstallations avec 73 réinstallations sur la période donnée. Comparaison google play et App Store.

IOS : 226 téléchargements au total.

Play store : 973 téléchargements au total.

En ce qui concerne les avis sur l'application, 9 ont été écrits en 2018 dont 3 négatifs avec une note moyenne de 4.3/5



Au total sur 1 an et demi plus de **4 000 personnes ont téléchargé** l'application et la plupart réalise le parcours en famille **donc on estime qu'environ 12 000 personnes** ont découvert d'une manière ludique le patrimoine de La Grande Motte

LA GRANDE MOTTE TERRAIN DE JEU DES PHOTOGRAPHES, DES MARQUES ET DES ARTISTES

Cette année encore, La Grande Motte s'est révélée être le terrain de jeux de nombreux photographes :

PHOTOGRAPHES ALLEMANDS : ANDREA WOLMER ET MICHAL KUCHINKE



Il y a cinquante ans, l'architecte français Jean Balla unique dans le sud de la France. La Grande Motte, emprunté à la nature, inspiré par des cercles culturels, arts visuels, l'architecte réalise sa vision d'une ville



Nous avons trouvé une ville dans un roman de Jules Verne. Surtout, il y a une utopie, un désir d'être différent des autres villes de la Méditerranée. Les personnes que nous avons rencontrées entre les pyramides n'étaient souvent pas conscientes du lieu extraordinaire où elles vivaient, travaillaient ou étaient en vacances. Mais ce qu'ils avaient tous en commun, c'était leur paix et leur satisfaction. C'est cette aura de La Grande Motte qui nous a attirés vers elle et qu'il ne faut pas lâcher.

SHOOTING PHOTOS POUR LA COLLECTION LACOSTE 2019

Lacoste a choisi La Grande Motte comme décor pour les photos de sa collection : Pour des raisons de confidentialité en rapport avec le lancement de cette collection nous n'avons pas l'autorisation de diffuser des photos.

Différents quartiers ont servi de lieux de décor.



ATELIER FEVRIER - PHOTOGRAPHE JUSTINE DELPY



SHOOTING PHOTOS POUR LE BOOK DE BISOUS SKATE BOARD



BISOUS X3 BACK



THE NEW LINE THE JORDAN



LA SERIE « UN SI GRAND SOLEIL » : PRET DE TOUT LE MOBILIER DESIGN LA GRANDE MOTTE BY OXYO ET BY 5.5

Afin de valoriser l'image de LGM nous avons prêté à France Télévisions tout notre mobilier Design.

Nous pouvons voir quasiment à chaque épisode la chauffeuse en résille placée au bord de la piscine d'une villa contemporaine.

Nous avons également aperçu notre lampe fée.



EXPOSITION DE SEBASTIEN SIRAUDEAU – GALERIE LE CUBE ROUGE - PARIS

Sébastien Siraudeau fait, depuis 15 ans, de sa passion son métier. Ses domaines de prédilection : la décoration, le lifestyle et l'architecture. C'est dans ce cadre qu'il a décidé de mettre en lumière La Grande Motte qui est indissociable de son architecture. L'œuvre Balladurienne est alors capturée par l'œil singulier du photographe pour être ensuite exposée à Paris pendant près d'un mois durant la saison estivale 2018.

Cette exposition à la galerie *Le cube rouge* : « La Grande Motte 68>18, Expobéton » déborde de poésie, elle est même décrite comme passant « du paysage au cliché, du monumental au détail, les images à la chromie joyeuse de Sébastien Siraudeau montrent la station sous un jour actuel où les palmiers semblent parler au béton contemplant le sable et l'eau ».

A screenshot of the IDEAT website. The header includes the IDEAT logo and navigation links for DESIGN, LIFESTYLE, TOURISME, ARCHITECTURE, THÈME DÉCO, TENDANCES 2018, SPOTS, VIDEOS, and PHOTOS. The main content area features a large image of a white building with a green flag, titled "Avant l'été, la Grande-Motte s'expose à Paris". Below the image is a "DOSSIER CÔTE D'AZUR / FRENCH RIVIERA" section. On the right side, there is a "Best of the week | month" section with various articles and a "Special IDEAT" section at the bottom.

Conclusion : 2018 aura été une année fertile sur le thème 'La Grande Motte source d'inspiration ». Le travail de l'OT a consisté à véhiculer nombre de photos et d'images créatives sur LGM, et à solliciter/être le contact des agences pour les Marques.

Cette action, loin d'être anodine est au contraire extrêmement prescriptive et forte en retombées d'image et réseaux. C'est tout l'intérêt de multiplier les reportages photos « créatifs »

Ci-dessous deux couvertures de magazines très récentes (janvier 2019) qui utilisent des photos issues de missions photos commandées par l'OT



PROMOTION DU NAUTISME : LE NAUTIPASS

Le Nautipass est l'outil principal de promotion de la filière Nautique à La Grande Motte. Ce pass permet à chaque acquéreur de bénéficier de réductions sur tous les prestataires nautiques de la station. Au-delà d'un produit commercial il a deux objectifs : en tant que produit d'appel il a pour objectif de faire venir du public à La Grande Motte et en vente sur place, il fidélise une clientèle qui sera amenée à revenir plutôt que de choisir les stations environnantes.

En 2017, le Nautipass s'était doté d'une nouvelle charte graphique reprise en 2018. Les actions de publicité ont été remplacées par des actions commerciales cette année. Nous avons placé des présentoirs avec des flyers chez tous les hébergeurs de La Grande Motte et les professionnels du Nautisme. Les acteurs du nautisme sont toujours satisfaits de cette opération qu'ils ont eux-mêmes souhaitée reconduire.



PROMOTION DE L'AXE NATURE : LE RUCHER PEDAGOGIQUE LGM

Pourquoi installer des ruches ?

Pour promouvoir le rôle de l'abeille, comme sentinelle de l'environnement et actrice de la biodiversité.

En accompagnement de sa démarche environnementale « Zéro phyto », et pour soutenir la préservation des populations d'abeilles, la ville de La Grande Motte a installé des ruches sur la presqu'île du Ponant. La richesse végétale du lieu offre aux abeilles un cadre favorable et adapté. La démarche participe à l'objectif de la protection du littoral : préserver la biodiversité des rivages maritimes et lacustres. Cette démarche s'inscrit pleinement dans le développement durable.



2016 : Projet pédagogique à destination des employés de l'OT et de la ville

2017 : démarrage de la sensibilisation du grand public : visites guidées en juillet/août et vente de miel à la boutique

2018 : La dernière visite a permis de constater que le travail régulier de conduite du rucher a été efficace et les apiculteurs sont optimistes pour la prochaine saison. **Le cheptel est passé de 3 à 10 ruches**, ce qui offre un nouveau potentiel pour entamer la prochaine saison, tant pour la production de miel que pour la résistance du rucher. Les populations sont en parfaite santé et ont stocké des réserves. Elles restent actives malgré la pression des frelons asiatiques qui faiblit mais persiste.



Cette année, pas de visite guidée proposée au grand public, seulement aux associations environnementales grand mottoises.



Vendredi 21 septembre : Groupe Atlas. Public très intéressé.

Lundi 24 septembre : Une classe de CM 1 (M. Sans) a été reçue près du rucher dans le

cadre de leur projet environnement.

Communication dans le bulletin d'information municipal sur le danger représenté par le frelon asiatique

LAGRANDE MOTTE

Apiculture face aux frelons asiatiques

Services

Mairie

PROTÉGEONS LES ABEILLES FACE AUX FRELONS ASIATIQUES



Pendant l'été 2017, les frelons asiatiques ont exercé une pression permanente sur le rucher du Ponant, entraînant des pertes importantes et une perturbation constante de l'activité de nos abeilles.

L'automne et la chute des feuilles ont permis de repérer deux nids aux abords du centre ville qui ont été détruits par les pompiers. Mais dans quelques jours, des « reines fondatrices » de frelons asiatiques vont de nouveau tenter de bâtir des nids au sommet de grands arbres (saules, platanes).

Si vous rencontrez des frelons, merci de les signaler au plus vite auprès du service Allo Mairie : 0 8000 34280 pour que des dispositions soient prises afin de stopper leur prolifération et protéger nos abeilles.

LES RELATIONS DE PRESSE

Pour rappel en 2018, la stratégie a évolué vers du B To C. De plus, pour des raisons aussi budgétaires, il n'y avait pas de projet nouveau autour du design et pas de conférence de presse nationale.

Le nombre d'accueils de presse a par conséquent beaucoup diminué mais nous avons encore de beaux articles notamment grâce au travail mené par l'Office de Tourisme et la ville autour des 50 ans de la station. On observe également que même sans nouveau projet La Grande Motte suscite encore des articles autour du Design

Architecture / Urbanisme

- Architecture à vivre : Mars- Avril 2018 / Jean Balladur, une pensée mise en forme
- Femme actuelle : Aout 2018 / Le triomphe du béton plage

Projet Ville Port

- La Croix : 26 Février 2018 / La Grande Motte s'offre une nouvelle jeunesse
- Région Magazine : Février 2018 / Les ports s'ouvrent vers le monde
- Marin : Juillet 2018 / 400 anneaux supplémentaires d'ici 5 ans

CestMED

- France Info 13h : Octobre 2018

International

- Die Zeit : août 2018 / Baden in Beton
- Franckreich magazine : Août 2018 / La Grande Motte in Katamaran
- Deutschland Funk : Juillet 2018 / Pyramidenstadt am Middlemeer
- WELT am Sonntag- Die Sonntagzeitug : Aout 2018 / La Grande Motte-die perfekte Stadt am Meer.
- Sudeutsche Zeitung : Juillet 2018 / Pyramiden im Park.

Généraliste

- Page : Hiver 2018
- Livre Hebdo : 12 Janvier 2018
- Télé 7 jours : 13-19 Octobre 2018 / La Grande Motte célébrée par les JNA pour ses 50 ans.
- L'incorrect : Juillet-Août 2018 La Grande Motte s'offre une nouvelle jeunesse

Design et Art

- AirLife Magazine : Janvier-Mars 2018 / Montpellier, le beau, label et l'innovant
- Espace public et Paysage : Janvier 2018 / La Grande Motte du mobilier au design épuré IDEAT contemporary life : Juin 2018 / Avant l'été, la Grande-Motte s'expose à Paris
- Tema Archi : Juin 2018 / La Grande Motte célébrée dans une expo photo à Paris.
- Le parisien : Juin 2018 / Une expo photo béton sur La Grande Motte à Paris.
- AMC : Juin 2018 / Voir La Grande Motte aujourd'hui à Paris.

Télévision

- TF1 20h : Mai / Un Printemps radieux à La Grande Motte
- Télé Matin : Juillet 2018 / La Grande Motte à 50 ans
- TF1 13h : Juillet 2018 / Au Camping avant le match France-Belgique
- TF1 20h : Juillet 2018 / La Grande Motte, si décriée, tant aimée

N.B : Certaines retombées nous ont été transmises grâce au partenariat CRT Occitanie / OT La Grande Motte / Hérault Tourisme.

Les plus beaux articles





FLASH-BACK

La Grande-Motte Le triomphe de Béton-Plage!

Chaque mois, *Femme Actuelle Senior* revient sur une page d'histoire ou un fait divers. Séquence nostalgie et suspense garantis. Initiée par le général de Gaulle, la construction de La Grande-Motte a révolutionné la culture balnéaire. Récit. ISABELLE SPAAK

Vous êtes des fous !», hurlaient les sceptiques aux 460 intrépides qui avaient tout laissé derrière eux à Lyon, Paris ou ailleurs pour démarrer une nouvelle vie à La Grande-Motte, au début des années 1970. La Grande-Motte? Un chantier titanesque battu par les vents et le sable. Une future station balnéaire qui ne ressemblait encore à rien avec ses baraques et ses tonnes de béton déversées autour d'un port créé de toutes pièces. Une ville en devenir, sortie de nulle part au bord d'une des plus belles plages de sable du Languedoc-Roussillon sur volonté expresse du général de Gaulle. Une cité futuriste aux allures de site pharaonique, avec des pyramides tronquées en guise d'immeubles d'habitation.

Tous droits réservés à l'éditeur

GRANDEMOTTE

LA CROIX

Pays : France
Périodicité : Quotidien
OJD : 91467



Date : 26 FEV 18
Journaliste : Ysis Percq

Page 1/3

La Grande-Motte s'offre une nouvelle jeunesse

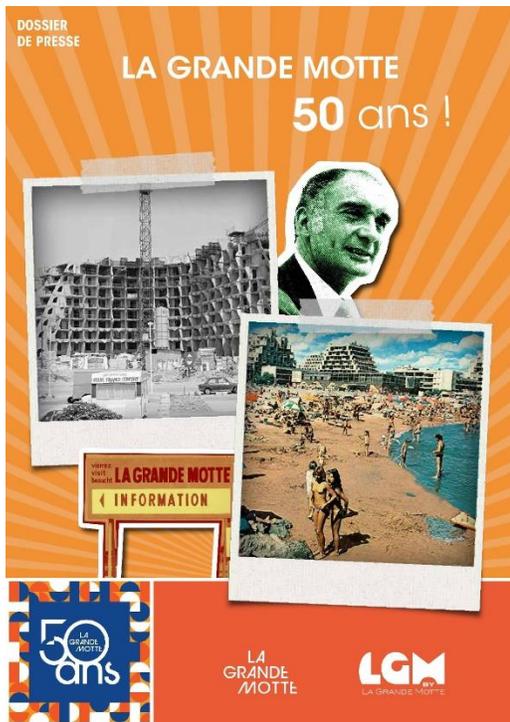


Près de 43 millions d'euros de travaux sont prévus pour cette «ville-port» de 100 000 estivants et 9 000 habitants à l'année. Nick Hannes/Comos

Tous droits réservés à l'éditeur

GRANDEMOTTE 9540273500506

Le dossier de presse sur les 50 ans



En complément du dossier de presse édité par la ville l'Office de Tourisme a réalisé un dossier de presse avec un angle plus sociologique.

Ce dossier a été rédigé avec l'aide de Gilles Ragot historien et Valérie Ferrer journaliste. Il met en évidence ce que La Grande Motte a apporté au tourisme des années 80-90 et le modèle qu'elle construit pour les 30 ans à venir.



Les accueils de presse

Pour les mêmes raisons qu'évoquées précédemment, les accueils ont été moins nombreux cette année :

- Valérie Ferrer (journaliste pigiste pour de nombreux supports) le 13 mars
- Florence Gares et Guillaume Rivière (magazine Pyrénées numéro spécial Occitanie) le 28 mars
- Journaliste allemande le 18 avril
- Journaliste allemande le 02 mai
- 5 journalistes allemands le 16 et 17 juin

LES OUTILS WEB

FACEBOOK

27 500 abonnés (23 000 en 2017)

71% de femmes – 29% d'hommes

Pays de provenance :

1. France
2. Belgique
3. Suisse

Villes de provenance :

1. Montpellier
2. La Grande Motte
3. Nîmes (remplace Lyon en 2017)
4. Paris (passe de la deuxième à la 4ème place)

Facebook et Instagram

Les réseaux sociaux comptent parmi les outils incontournables de notre stratégie de communication notamment au niveau événementiel. Aucune campagne de recrutement en 2018 ni accompagnement par une agence spécialisée. Seules des campagnes de publicité sur les animations ont été menées. Ces campagnes étant principalement sur la « proximité » on observe que le top 4 des villes de provenance a évolué avec la disparition de Lyon et l'arrivée de Nîmes.

Par contre notre nombre d'abonnés a encore augmenté malgré l'absence de campagne de recrutement.

Cette année, on observe une très forte augmentation des messages privés et le community manager passe beaucoup de temps à faire du conseil en séjour (à contrario de la fréquentation physique de l'OT)

FACEBOOK ADS

Post	Portée	Résultats	Coût/résultat
Shtandart vidéo	87021	63354 vues vidéo	0.01€
Shtandart web	51420	2093 clics lien	0.07€
Hébergement Escale à Sète	51882	1279 clics lien	0.39€
Cerfs-volants	18123	965 clics lien	0.31€
Transport Escale à Sète	67130	2965 clics lien	0.10€
Sport & bien-être	79282	1073 clics lien	0.23€
Nuits d'Or 1	54288	2560 clics lien	0.13€
Nuits d'Or 2	121312	10119 clics lien	0.08€
Sport et bien être 2	63168	2538 clics lien	0.20€
Barefiit	96094	14465 vues vidéo	0.03€
Carnaval (en 6 publications)	40917	4750 interactions	0.10€
Halloween	24558	2262 clics lien	0.11€

Shtandart et Escale à Sète

LGM by La Grande Motte
Sponsorisé

Du 15 au 18 mars, c'est Pirates des Caraïbes à La Grande-Motte ! Montez à bord du Shtandart. De quoi en prendre plein les yeux.



Visitez le Shtandart à La Grande-Motte
L'un des plus beaux Trois-Mâts du monde vous accueille pour une visite à quai, lors d'une escale d'exception. Du 15 au 18 mars.

[En savoir plus](#)

J'aime Commenter Partager

LGM by La Grande Motte
Sponsorisé

Visitez l'intérieur du Shtandart et découvrez son histoire. Du 15 au 18 mars sur le port de La Grande-Motte



Visitez le Shtandart à La Grande-Motte
Cette frégate russe est l'un des plus beaux Trois-Mâts du monde. Réservez votre visite, lors de son passage à La Grande-Motte... un avant-pôt d'Escalade à Sète qui commencera quelques jours plus tard.

[Réserver](#)

MARKETPLACE.AWDO.FR

LGM by La Grande Motte
Sponsorisé

Partenaire d'Escalade à Sète du 27 mars au 2 avril. La Grande Motte vous propose des packs hébergement + bateau pour rejoindre facilement la fameuse fête des traditions maritimes.



LGM patenaire d'Escalade à Sète
Rejoignez Escalade à Sète depuis La Grande Motte Du 27 mars au 2 avril 2018
Programmation d'Escalade à Sète : cliquez ici ! La Grande Motte vous propose des solutions d'hébergement et des transports maritimes à l'occasion de la.

[En savoir plus](#)

LAGRANDEMOTTE.COM

J'aime Commenter Partager

LGM by La Grande Motte
Sponsorisé

Pour rejoindre facilement Escalade à Sète du 27 mars au 2 avril, partez en bateau depuis La Grande Motte !



Rejoignez Escalade à Sète en bateau !
C'est l'événement maritime de ce début de saison. Vivez le côté mer en rejoignant Sète en bateau depuis La Grande-Motte ! Une expérience unique.

[En savoir plus](#)

MARKETPLACE.AWDO.FR

J'aime Commenter Partager

Cerfs-volants pour les vacances de printemps

LGM by La Grande Motte
Sponsorisé

J'aime la Page

Du jeudi 26 au dimanche 29 avril retrouvez les cerfs-volants en front de mer !



LAGRANDEMOTTE.COM
Les Cerfs-Volants à La Grande-Motte
Un spectacle haut en couleur et des ateliers pour les...

En savoir plus

Les réveils sport et bien-être

LGM by La Grande Motte
Sponsorisé

J'aime la Page

Découvrez les séances de sport et bien-être en plein-air : il y en a pour tous les goûts !



MARKETPLACE.AWOO.FR
Vos Réveils sport & bien-être à La Grande Motte

En savoir plus

J'aime Commenter Partager

LGM by La Grande Motte
Sponsorisé

J'aime la Page

Découvrez les séances de sport et bien-être en plein-air : il y en a pour tous les goûts. Et ça fait un bien fou !



MARKETPLACE.AWOO.FR
Vos réveils sport & bien-être à La Grande Motte

En savoir plus

J'aime Commenter Partager

Les Nuits d'Or

LGM by La Grande Motte
Sponsorisé

J'aime la Page

Florilège de couleurs, instants féériques, envolées magiques. C'est le festival des Nuits d'Or de La Grande Motte, et c'est tout tété ! Un programme pyro-mélodique à couper le souffle !



LAGRANDEMOTTE.COM
Les Nuits d'Or à La Grande-Motte
Consultez le programme et les thèmes des soirées

En savoir plus

LGM by La Grande Motte
Sponsorisé

J'aime la Page

Florilège de couleurs, instants féériques, envolées magiques. C'est le festival des Nuits d'Or de La Grande Motte, et c'est tout tété ! Un programme pyro-mélodique à couper le souffle !



LAGRANDEMOTTE.COM
Les Nuits d'Or à La Grande-Motte
Consultez le programme et les thèmes des soirées

En savoir plus

Barefiit

LGM by La Grande Motte
Sponsorisé

Tous les Barefiiters seront à La Grande Motte les 29 et 30 Septembre. Vous êtes quatre, vous avez couru dans le sable en musique et en fête... Réinspirez-vous !



Barefiit à la Grande-Motte
Retrouvez le d'Or en Tribu, le 29 et 30 sept. 2018 !

En savoir plus

LGM by La Grande Motte
Sponsorisé

Enfilez votre effroyable costume et laissez-vous ensorceler par notre halloweenesque programme. Spectacles, ateliers pour petits sorciers et terrifiante soirée pour les adolescents.
Infos et billets en vente via ce lien.



LAGRANDEMOTTE.COM
Oserez-vous entrer dans le Palais hanté ?
Les 30 et 31 octobre à La-Grande-Motte

En savoir plus

Halloween

INSTAGRAM

4 500 abonnés (2 800 en 2017)

64% de femmes- 36% d'hommes

Tranches d'âge les plus touchées

30% des 25-34 ans - 26 % des 35-44 ans

Portée moyenne des publications :

1 500

Villes de provenance :

1-Montpellier

2-La Grande Motte

3-Paris

4-Lyon

5-Nîmes

Plus visuel et plus esthétique qu'informatif Instagram nous sert de vitrine pour nos belles photos et celles de nos utilisateurs.

Le nombre d'abonnés a presque doublé en 1an.

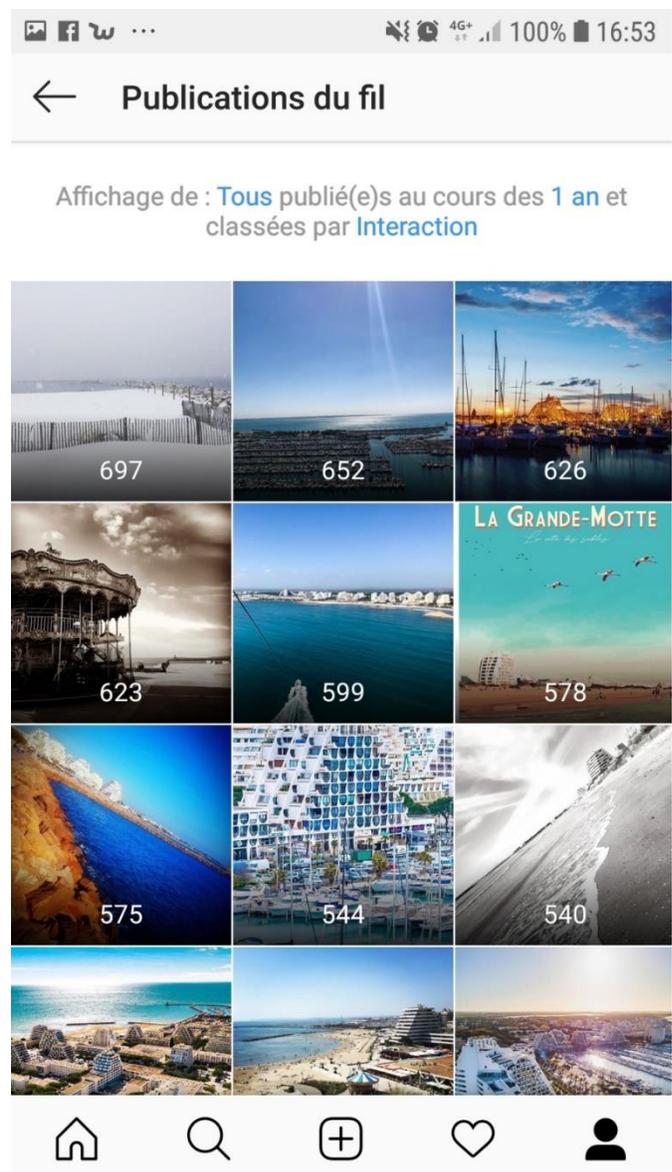
En moyenne entre 10 et 20% des personnes qui ont vu une publication ne suivaient pas notre compte. Chaque publication génère de nouveaux abonnés.

Le taux d'engagement est très important sur les réseaux sociaux, il correspond au taux d'attention que portent les followers à nos publications.

Calcul du taux d'engagement sur l'ensemble des publications : nombre de like+ nombre de commentaires, le tout, divisé par le nombre d'abonné.

Dans la grande majorité des secteurs si le taux d'engagement est supérieur 4 ou 5% on considère que c'est un très bon résultat. **Notre taux d'engagement moyen est de 11% ce qui est très satisfaisant.**

Le top des publications de l'année 2018



Site lagrandemotte.com

La baisse de fréquentation du site Web principal est à nuancer avec la très forte hausse sur les réseaux sociaux. Nos méthodes de communication sur le Web évoluent fortement. Notre rôle d'Office de Tourisme sur le web est désormais moins sur l'information pratique (google, booking etc.) mais plus sur la séduction avec des nouveaux outils comme le blog.

A noter également le changement de comptage de google analytic. Avec un autre logiciel de comptage statistique (urchin) nous obtenons des chiffres de fréquentation beaucoup plus important.

On remarque également que la connexion par mobile dépasse désormais celle par PC et tablette ! A noter également dans le top 10 l'apparition de la centrale de réservation de loisirs

- mobile 61 %
- PC et tablette 39 %

Visiteurs 2018 : 411.774 (2017 : 666250) -38%

Pages vues 2018 : 923.333 (2017 : 2.882.009) -168%

Classement des pages les + vues

1. /au-jour-le-jour/www.lagrandemotte.com (agenda)	97 896
2. /les-grands-rendez-vous/www.lagrandemotte.com	70 304
3. /grand-bleu/www.lagrandemotte.com	39 144
4. /marches/www.lagrandemotte.com	35 486
5. /les-nuits-dor-2018/www.lagrandemotte.com	25 113
6. /paillotes/www.lagrandemotte.com	19 551
7. /location-particuliers/www.lagrandemotte.com	19 386
8. /plages/www.lagrandemotte.com	18 255
9. /la-foret-magique/www.lagrandemotte.com	16 585
10. /boutiques spectacles :	13544

Langues

- français : 92 %
- anglais : 2,2 %
- Allemand : 0,8 %

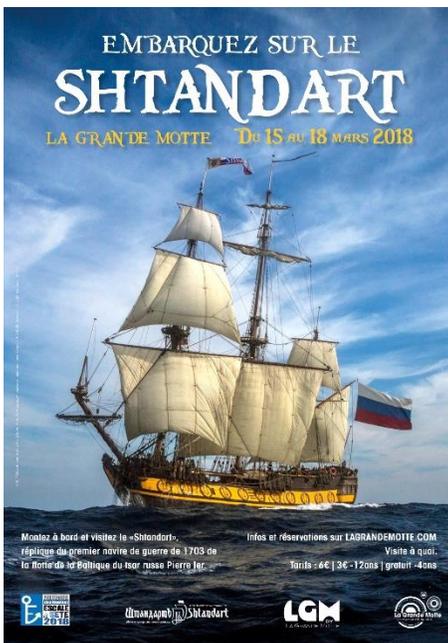
ANIMATIONS – EVENEMENTS

Depuis 2015, le budget qui leur est consacré avait été considérablement réduit et les plaintes concernant le manque d'animations avaient considérablement augmenté. En 2017, elles représentaient environ 20% des plaintes/remarques des visiteurs.

Les touristes nous reprochaient surtout le manque de petites animations. Le budget consacré aux animations a donc été augmenté en 2018 :

- Partenariat avec Escale à Sète et accueil d'un navire
- Renforcement du budget alloué au partenariat avec les associations de commerçants
- Création d'une ligne budgétaire pour des animations familiales durant les « petites » vacances scolaires
- Création d'un produit de loisirs sportifs pour l'été
- Renforcement du budget consacré aux petites animations de juillet/août

LE SHTANDART ET ESCALE A SETE : LE SUCCES AU RENDEZ-VOUS POUR UNE PREMIERE EDITION



Recettes

CA TOTAL de 17 664€/ **Nombre total de billets vendus : 3 494 (capacité maximale)**

Avis

93 messages avec une moyenne de **4.2/5**

Dépenses :

31 008 TTC

Location bateau : 20 000

Autres (communication, agent de sécurité et signalétique) : 11 008

Coût pour l'OT pour une animation sur 4 jours : 13 344€ hors masse salariale (mobilisation importante de l'équipe)

Visite Exceptionnelle du Shtandart
 Visite guidée - Bateau Shtandart
 QUAI DEVANT LA CAPITAINERIE
 « Montez à bord du Shtandart du 16 au 18 Mars au port de La Grande Motte, pour une visite guidée à quai! La frégate "Shtandart" (L'étendard) est une réplique en bois grandeur nature du premier... »

Mme **MARTE CHOUART** a participé le samedi 17 mars 2018 à 00:00
 Elle a déposé ce témoignage le lundi 19 mars 2018 à 12:59

5 / 5	Information ★★★★★	Accueil ★★★★★	Sécurité ★★★★★
★★★★★	Ambiance ★★★★★	Encadrement ★★★★★	

« Sous le ciel bleu et un grand soleil, ce fut une belle visite que celle du Shtandart. Bon accueil, beaucoup de jeunes parents venus avec leurs enfants, ravis de pouvoir découvrir l'intérieur de ce navire. Navire d'ailleurs magnifique et impressionnant, quand on pense qu'il a été bâti selon les méthodes du 18ème siècle par des passionnés. Quel dur et long labeur, mais quel beau résultat ! On sent l'ambiance de la pleine mer, on imagine l'équipage baloté sur les vagues, coupé de tout, dépendants et solidaires les uns des autres. Bref, une belle visite à recommander et merci aux organisateurs ! »



Visite Exceptionnelle du Shtandart
 Visite guidée - Bateau Shtandart
 QUAI DEVANT LA CAPITAINERIE
 « Montez à bord du Shtandart du 16 au 18 Mars au port de La Grande Motte, pour une visite guidée à quai! La frégate "Shtandart" (L'étendard) est une réplique en bois grandeur nature du premier... »

M. **Anonyme** a participé le samedi 17 mars 2018 à 00:00
 Il a déposé ce témoignage le mardi 20 mars 2018 à 21:13

5 / 5	Information ★★★★★	Accueil ★★★★★	Sécurité ★★★★★
★★★★★	Ambiance ★★★★★	Encadrement ★★★★★	

« Merci à tous pour ce beau moment ! Une équipe cordiale, une belle organisation, des groupes de la bonne dimension et un bateau sublime ! »

Du 27 mars au 2 avril 2018

**REJOIGNEZ « ESCALE À SÈTE »
DEPUIS LA GRANDE MOTTE**

Vivez un séjour maritime incroyable et accédez
à la manifestation Escale à Sète par la mer !

**HÔTEL
+
ALLER / RETOUR
EN BATEAU**
à partir de
119€

**ALLER / RETOUR
EN BATEAU**
à partir de
45€

**PARTENAIRE
destination
ESCALE
à SÈTE
2018**

INFOS ET RÉSERVATIONS SUR
LAGRANDEMOTTE.COM

LA
GRANDE
MOTTE

LGM

Ventes billets bateaux : 19 935€ pour 457 passagers (561 ventes avant les annulations/météo)

Avis

50 commentaires avec une moyenne de 4.9/5, tous positifs, avec toujours les mêmes remarques sur tous les bateaux confondus: Traversée agréable/ équipage très sympathique et dévoué / expérience à refaire

Résultat

Traversée Maritime A/R avec Le Lucile

Billet daté - Escale à Sète 2018
Quai Charle de Gaulle
« Embarquez à La Grande Motte et rejoignez le cœur de Sète en bateau afin d'assister à la fête des traditions maritimes "Escale à Sète". Le fameux catamaran rouge de La Grande Motte, un bateau... »

Mme INES HILLAIRE a participé le mercredi 28 mars 2018 à 00:00
Elle a déposé ce témoignage le jeudi 29 mars 2018 à 11:43

5 / 5

Information	★★★★★	Accueil	★★★★★	Sécurité	★★★★★
Ambiance	★★★★★	Locaux	★★★★★		

« Traversée très sympathique avec un équipage aux petits soins. Une expérience qui mérite d'être encouragée. »

Traversée Maritime A/R avec Le Picardie

Billet daté - Escale à Sète 2018
QUAI DEVANT LA CAPITAINE
« Embarquez à La Grande Motte et rejoignez le cœur de Sète en bateau afin d'assister à la fête des traditions maritimes "Escale à Sète". Ce magnifique catamaran tout confort au sein duquel vous... »

Mme ANNE MARIE CALENDRON a participé le dimanche 01 avril 2018 à 00:00
Elle a déposé ce témoignage le lundi 02 avril 2018 à 14:58

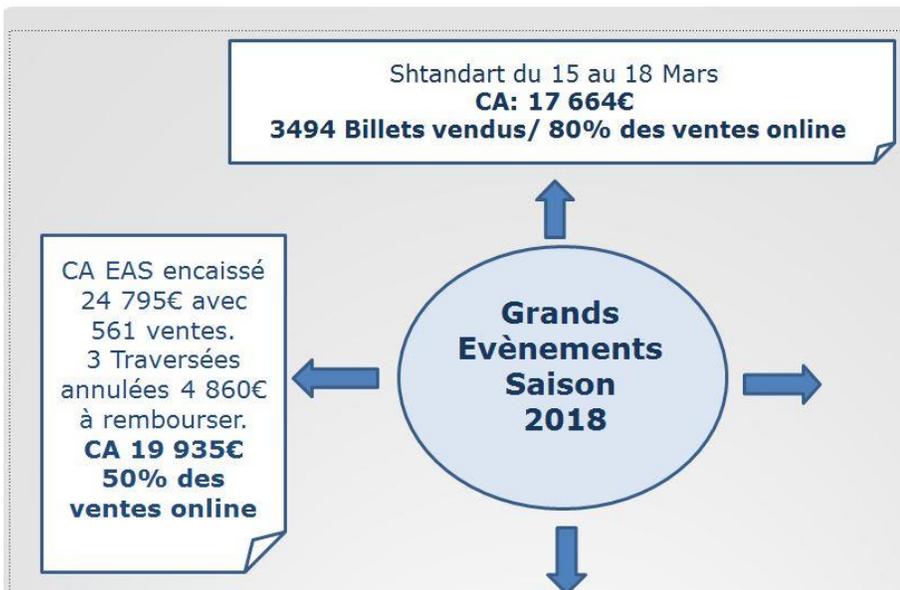
4 / 5

Information	★★★★☆	Accueil	★★★★☆	Sécurité	★★★★☆
Ambiance	★★★★☆	Locaux	★★★★☆		

« Confort et aspect pratique satisfaisant, accueil par le personnel très sympathique. »

Résultat globalement équilibré, les recettes couvrent les affrètements.

Autres frais (minimes) Communication – frais divers : 1 200€



Deux opérations réussies avec un coût global limité et de très belles retombées médiatiques.

La Grande Motte est désormais bien identifiée comme un **partenaire d'Escalé à Sète**, un des principaux événements de notre région (400 000 visiteurs).

L'accueil du **Shtandart** : Une belle animation de début de saison

Les dessertes maritimes : un positionnement acquis pour Escalé à Sète

LES ANIMATIONS DES VACANCES DE PRINTEMPS

1. 14 et 15/04 : atelier pour les enfants - quai Pompidou

2. 18 au 22/04 : Cerf-Volants en Front de Mer

Ateliers pour les enfants et cerf volants -
animation gratuite

Peu de fréquentation sur le 1er week-end avec les ateliers :
animation peu adaptée au lieu

En revanche énorme fréquentation pour les cerfs-volants,
animation plus généraliste qui s'adresse à toute la famille.

A renouveler afin d'ancrer que LGM propose des animations
pendant les vacances de Pâques



ANIMATIONS DE QUARTIERS

1- Conventions avec les associations de commerçants

Le dispositif de partenariat avec l'OT au travers des conventions avec les associations de quartiers a été maintenu en 2017.

INTITULES	DATES	DESCRIPTIF	IMPACT	COMMENTAIRES
ASSOCIATION DU QUAI CHARLES DE GAULLE				
Les Oursinades	24 et 25/02 - 10 et 11/03 + braderie hiver	Déguster des oursins + 1 we avec la braderie d'hiver	Clientèle locale + alentours - chaque année de plus en plus de monde	Cette animation était la première du nouveau bureau. Organisation compliquée et interdiction de pêcher des oursins. Malgré ces difficultés la manifestation attire toujours autant de public
Destockquai	27 et 28/09	Braderie des commerçants	Clientèle Locale + alentours... Beaucoup de Flux	Cette animation est ancrée depuis de nombreuses années Elle génère des retombées économiques sur le centre ville. Encore un succès cette année malgré le changement de date (en même temps que la Braderie du Grau du Roi)
Concert Juillet / août	du 10/07 au 31/07	concerts groupes Zik en Stock et So Glam	Clientèle Touristique	Innovation cette année, deux duos musicaux sur le Quai tous les mardis soirs de l'été. Animation appréciée par les commerçants et les touristes. Public nombreux surtout en août
ASSOCIATION DU PONANT				
Les Bonnes affaires du Ponant	8/04 - 17/06 et 16/09	Vide Grenier	Stands locaux et clientèle locale et alentours	Vide grenier de qualité beaucoup de demandes pour les stands et de visiteurs. Animation facile dans l'organisation L'association a souhaité en ajouter un supplémentaire au mois de juin. Le public fut au rendez vous sur les 3 vide greniers
La Guinguette du Ponant	08-juil	Repas au bord du lac style guinguette	Clientèle Locale	Aucun impact sur clientèle aucune possibilité d'élargir, animation communautaire à un quartier. Cette année les réservations se sont faites au dernier moment
Groupe	20/07/2018 et 10/08	Franck Marcou - Gypsy Pop côté boulodrome	Clientèle touristique + locale du quartier	Programmation musicale dans la continuité des années précédentes. Concerts qui plaisent beaucoup au public. Les 200 chaises installées à cette occasion sont toujours complètes. Anime ce quartier et remplit les restaurants de ce quartier plus calme
Groupe	27-juil	Julien Monté côté boulodrome	Clientèle touristique + locale du quartier	Idem que pour l'animation précédente. Contribue à l'animation du quartier
LE PONANT FETE NOEL	19-déc	Concert Tenor + jeu + tombola + apéritif offert + Père Noel Présent + Marché gourmand	Clientèle locale	Temps fort pour les habitants du Quartier. L'année dernière le concert était différent et nous avons une mini ferme qui a été supprimée en 2018 . Cependant la manifestation a rencontré beaucoup de succès surtout le matin. Donc nous avons décidé de maintenir cette animation seulement sur la matinée

INTITULES	DATES	DESSCRIPTIF	IMPACT	COMMENTAIRES
ASSOCIATION QUAI POMPIDOU				
Le Quai des artistes	06-mai	Exposition artistes peintres + autres de LGM	Clientèle locale	Tout comme l'année dernière, problème avec la qualité des exposants : un peu fourre tout donc aucune visibilité. Nous avons demandé à l'association de le revoir dans la forme mais ils n'ont pas su se renouveler. Peut être cela mériterait un accompagnement plus important de la part de l'OT...Cependant, cette manifestation attire un nombre de personnes honorable
Les Etoiles du Rétro	10-juin	Exposition de vieilles voitures, motos et vespas	Clientèle Locale + alentours... Beaucoup de Flux	Même remarque que l'année dernière : Une petite animation qui prend de plus en plus d'ampleur tant au niveau exposants qu'au niveau du public
Concert Irish Acoustic Band	10-août	Concert Musiques Irlandais	Clientèle Touristique	1ère année que nous programmons des concerts sur le Quai Pompidou à la demande de l'association. La scène a été posée sur la Place Janicaud au centre de la rue: L'ensemble des concerts de juillet et août fut un énorme flop. La programmation a été mal choisie, groupes pas assez grand public. La scène également n'est peut être pas placée au bon endroit ? Nous devons renouveler notre programmation pour 2019, revoir la formule et surtout la programmation.
Le Quai Pompidou Fête Noël	16-déc	Animation Gratuite pour les enfants	Clientèle locale, régionale et touristique	Chaque année l'association du Quai propose des animations pour les enfants à la même période. Ces animations sont intégrées au programme général de la Forêt Magique...Cette année l'animation est identique à 2017 et rencontre toujours un énorme succès
ASSOCIATION PIERRE RACINE "LES ENRACINES"				
CONCERT	21-juin	Groupe K HELLO	Local et touristique	1er concert de la saison, 2ème année de programmation sur Pierre Racine pour la Fête de La Musique. Peu de public, cependant c'est général sur la station pour La Fête de la Musique qui est en concurrence avec toutes les animations au alentour. Il est important tout de même de maintenir des animations pour le 21 juin
Concert	28-juin	Groupe MARAKAY	Clientèle locale et touristique	Il a été entendu avec l'Association de programmer un concert tous les jeudis soir de fin juin à fin août. Cette année la scène a été placée près du Restaurant le Piannissimo qui prêtait son électricité car le coffret de la ville était pris par le manège. Cette opération nous a rendu un grand service pour maintenir des animations mais n'a pas contenté tous les commerçants de la rue notamment ceux qui se trouvent sur l'esplanade Manitas de Platas...Donc formule à revoir pour 2019. Le public était peu nombreux au début de la saison et s'est multiplié au fil des semaines...dû certainement à la régularité de la programmation. Nous soulevons un problème de compréhension sur les nuisances sonores entre l'animation et les résidents de la rue.
Groupe Pierre Racine	Du 16/07 au 20/08 Tous les lundis soirs	Atelier maquillage + jeu en bois pour les enfants	Clientèle Touristique	Cette animation était faite pour attirer les familles après la plage - 18h30/19h jusqu'à 21h/21h30. Succès mitigé et les commerçants de la rue sont partagés sur la reconduction de ce type d'animation
Animation Enfant	16-sept	Ateliers gratuits	Clientèle locale et touristique	Suite aux désagréments causés par les travaux de l'Ancien Casino, et devant la colère de certains commerçants, il a été accordé une enveloppe budgétaire supplémentaire sur le Quartier de 3 000 €. C'est dans ce cadre que nous avons organisé cette journée pour les enfants : Flop total - pas ou peu de public. Organisation trop tardive, jour pas adapté...
Noël Pierre Racine	du 29/11 au 7/01/2019	Décoration Rue	Clientèle Locale	Cette animation est prise en charge par le budget supplémentaire. Au vu du non succès de l'animation de septembre, l'association a décidé d'investir sur de la déco de rue : achat de sapin, guirlande lumineuse solaire, pères Noël gonflables...+ tour de Poneys week end de décembre pendant la Forêt Magique.
ASSOCIATION EPI FRONT DE MER				
Fête de la Musique	21-juin	Concert Groupe MARAKAY	Clientèle locale	Rien d'innovant, l'association souhaite par ce concert démontrer que LGM aussi fête la musique. Mais concurrence difficile avec la programmation de Montpellier
Le Week end Zen	14 - 15 et 16/09	Exposition plantes et bien être + animations sportives et musicales	Clientèle locale + alentours	Animation toujours bien ancrée dans la programmation de septembre. Beaucoup de public au rendez vous. Les exposants sont très contents et aucun souci majeur dans l'organisation
ASSOCIATION DU COUCHANT "LES BOUTIQUES DU COUCHANT "				
Chasse aux Œufs de Pâques	02-avr	Chasse aux trésor chez les commerçants	Local et touristique	Petite animation qui lance la saison dans ce quartier
Concerts	Mai- Juin - Juillet - Août - et septembre	Concert tous les mardis et les samedis	Principalement touristique	Programmation musicale pour animer le quartier de mai à fin sept / les mardis et samedis soirs. Les autres soirs les restaurants du front de mer prennent le relais à tour de rôle...Suivant période beaucoup de monde. Cependant succès de ces animations qui bénéficient d'une popularité et qui contribuent au dynamisme du quartier même si la qualité artistique n'est pas toujours au rendez vous
Braderie des commerçants	7-8 et 9/09	Braderie des commerçants	Locale et touristique	Belles retombées économiques pour les commerçants. Braderie ancrée dans la programmation et organisée en collaboration avec l'association du Quai : Complémentarité.

Les visuels associés aux conventions de quartiers ont été retravaillés avec une nouvelle charte graphique « tendance » et facilement déclinable.

LA GRANDE MOTTE

**Les rendez-vous
d'Avril**
Animations gratuites pour toute la famille

DU 7 AVRIL
AU 6 MAI 2018

LA GRANDE MOTTE
lagrandemotte.com

LGM BY LA GRANDE MOTTE

LGM BY LA GRANDE MOTTE **DU 28 AU 30 SEPT. 2018**
De 10h à 18h - Quai d'Honneur

Destock' Quai
Braderie des commerçants

50 ans LA GRANDE MOTTE

Organisée par l'Association des commerçants du Quai, l'Office de Tourisme et la C.C.I. Hérault.

Infos : 04 67 56 42 00 - lagrandemotte.com

CCI HÉRAULT LA GRANDE MOTTE

LGM BY LA GRANDE MOTTE **MERCREDI 19 DÉCEMBRE 2018**
De 10h à 14h - Quartier du Ponant

**Les Etoiles
du Rétro Nostalgie**
Exposition de voitures
anciennes et Vespa.
Animations enfants
(circuit gonflable et jeux en bois)

50 ans LA GRANDE MOTTE

Organisées par l'Association du Quai Pompidou, l'Office de Tourisme et la C.C.I. Hérault.

Infos : 04 67 56 42 00 - lagrandemotte.com

CCI HÉRAULT LA GRANDE MOTTE

**Le Ponant
fête Noël**
Concert exceptionnel du Ténor
Bertrand di Bettino
11h et 12h suivi d'un apéritif
Jeux pour les enfants
Marché gourmand de producteurs
Tombola gratuite chez les commerçants
et bien sûr, le Père Noël sera présent !

50 ans LA GRANDE MOTTE

Organisées par l'Association Ponant Animations, l'Office de Tourisme et la C.C.I. Hérault.

Infos : 04 67 56 42 00 - lagrandemotte.com

CCI HÉRAULT LA GRANDE MOTTE

2- Animations de proximité programmées en renfort des conventions par l'Office de Tourisme

INTITULES	DATES	DESRIPTIF	IMPACT	COMMENTAIRES
ANIMATION DE PROXIMITE				
Concert Juillet / août - sur Quai Charles de Gaulle	Du 7/08 au 28/08	concerts groupes Zik en Stock et So Glam	Clientèle Touristique	Innovation cette année, deux duos musicaux sur le Quai tous les mardis soirs de l'été. Animation appréciée par les commerçants et les touristes. Public nombreux surtout en août
Groupe au Ponant	03-août	Groupe Gypsyland - côté Port Grégau	Clientèle touristique + locale du quartier	C'est la première année que nous alternons les lieux sur ce quartier à la demande de l'association. Après avoir résolu un problème d'électricité (ils se sont branchés chez un restaurateur) ainsi que de la manutention de scène, bilan très positif - public nombreux - commerçants ravis. Reste à solutionner la manutention des chaises avec les services de la ville
Groupe au Ponant	24-août	Groupe Pause Café - côté Port Grégau	Clientèle touristique + locale du quartier	Idem que pour le groupe Gypsyland du 3 août. Alternance à renouveler en 2019
Groupe Quai Pompidou	20-juil	Concert Groupe OCTOPUSIS	Clientèle Touristique	1ere année que nous programmons des concerts sur le Quai Pompidou à la demande de l'association. La scène a été posée sur la Place Janicaud au centre de la rue: L'ensemble des concerts de juillet et août fut un énorme flop. La programmation a été mal choisie, groupes pas assez grand public. La scène également n'est peut être pas placée au bon endroit? Nous devons renouveler notre programmation pour 2019 et revoir la formule
Groupe Quai Pompidou	3/08 et 17/08	Concert Groupe Mississippi Kids	Clientèle Touristique	Commentaires identiques à précédemment
Groupe Pierre Racine	du 19/07 au 30/08 tous les jeudis soirs	Concert Groupe K HELLO	Clientèle Touristique	Commentaires identiques à précédemment : Cf. Marakay Pierre Racine 28 juin + le fait de programmer le même groupe toute la saison était une volonté de l'association afin d'identifier l'animation et surtout pour une première année simplifier le côté technique.
Animation salsa avec Lester et Groupe MARAKAY en live - Place de l'Epi	du 19/07 au 30/08 tous les jeudis soirs	Danse avec LESTER	Clientèle Touristique	En matière d'animation de quartier c'est le succès de l'été. Dès le premier jeudi, public nombreux et cela tout l'été. Le public est en attente d'interactivité...Lester fait des initiations aux danses latines entrecoupées de chansons latino interprétées par le groupe Marakay
CONCERTS	Mai- Juin - Juillet - Août - et septembre	Concert tous les mardis et les samedis	Principalement touristique	La programmation des concerts au Couchant a également contribué à élargir l'offre des quartiers cet été car cette programmation est un mix entre la convention, l'association et l'Office de Tourisme...Les budgets sont répartis et partagés

LES REVEILS SPORTS ET BIEN ETRE : UN NOUVEAU PRODUIT TOURISTIQUE

Jusqu'en 2015, la ville proposait des animations sportives gratuites. Pour des raisons budgétaires ces animations avaient été supprimées en 2016. Les plaintes des touristes et des résidents ont été importantes dès 2016 et ont encore augmenté en 2017.

La décision a donc été prise en 2018 de remettre des animations sportives mais sous la forme d'un véritable produit de loisirs commercialisé. Ainsi, des sports ont été proposés sur 5 jours au tarif de 10€ (par sport par semaine). Des sports différents ont été programmés dans chaque quartier adapté au lieu. En limitant l'accès, le but était d'assurer de la qualité et de ce point de vue la mission est parfaitement remplie

Tous les sports n'ont pas rencontré le même succès mais les plaintes ont très nettement diminué sur ce sujet voir disparu. Deux sports ont été maintenus jusqu'au 14 septembre : aquagym et yoga.

L'organisation et certains sports doivent être revus mais globalement le bilan est positif :

- Baisse des plaintes
- **Taux de satisfaction des clients très élevé**
- Très bon image



Cours	Total personnes/ cours
Aquagym et Etirements (jusqu'au 14 septembre)	141
Cross Training	27
Streching	39
Yoga (jusqu'au 14 septembre)	142
Elastic Band	19
Renforcement Musculaire	57
TOTAL	425
CA total	4 250 €



Témoignez sur "5 Cours de Yoga"

♥ 4,8 /5

Cet été, découvrez les séances de sport et bien-être en plein-air proposées par l'Office de Tourisme ! L'occasion de se maintenir en forme ou de se détendre pendant vos vacances !

Le yoga est une discipline du corps et de l'esprit qui comprend une grande variété d'exercices et de techniques.

Information :	★★★★★
Ambiance :	★★★★★
Accueil :	★★★★★
Locaux :	★★★★★
Votre matériel :	★★★★★
Encadrement :	★★★★★
Sécurité :	★★★★★

Les NUITS d'OR

Les faits marquants pour 2018:

- Pas de gros problèmes techniques mais plusieurs fois la barge a dû être sortie très tardivement en raison de la météo.
- **Des feux de très grande qualité** avec un concours de plus en plus reconnu et convoité. Nous avons de plus en plus de demandes même de l'étranger pour y participer.
- **Un artificier étranger, ukrainien mis à l'honneur** et qui nous a offert un beau spectacle.
- **Un dispositif de sécurité bien maîtrisé** mais plus compliqué à gérer en raison des travaux de la résidence Mind (cohabitation piétons/voitures)



LE CARNAVAL

25 - 26 août

Sur le thème des 50 ans, cette année, une baisse de fréquentation a été observée. Plusieurs raisons l'expliquent : les fêtes de la St Louis le même week-end en 2018, la météo le samedi soir (soirée fraîche).

De plus, après un test en 2017 de déplacer le feu d'artifice au vendredi, nous l'avons remis en clôture de carnaval. Malgré une bonne fréquentation durant le feu d'artifices, nous constatons que de moins en moins de personnes participent à la soirée festive dans les bars et restaurants. Plusieurs établissements avaient fait de beaux efforts cette année mais n'ont pas rencontré le succès espéré.



HALLOWEEN

30 et 31 OCTOBRE 2018 – Palais des Congrès

Fréquentation (sur les deux jours) :

- Enfants : 487
- Juniors : 83
- Adultes : 485

Total : 1 055 personnes

Quasiment complet avant l'évènement

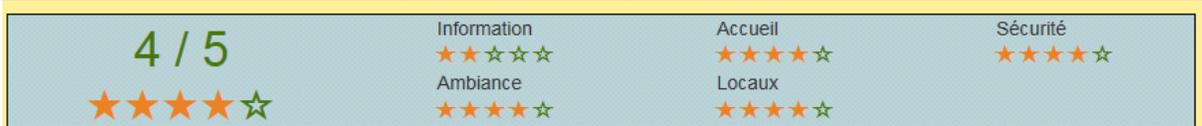
65% de ventes en ligne

Satisfaction: 4.6/5,

Echantillon d'avis



M. **SEBASTIEN BENJELLOUN** a participé le mercredi 31 octobre 2018 à 00:00
Il a déposé ce témoignage le mercredi 07 novembre 2018 à 11:35



« En dépit du temps d'attente au stand de maquillage qui fût insoutenable, je retiendrai que mes enfants Mélodie et Alexandre âgés de 8 et 13 ans se sont beaucoup amusé, c'est bien le plus important à mon sens. En tant que parent j'ai été touché par la qualité de l'accueil et de l'animation de chacun d'entre vous, qu'il s'agisse du personnel de sécurité ou des organisateurs, en passant par le magicien et ses assistants ou encore des maquilleuses, chacun a su faire de cet événement LE rendez-vous incontournable pour fêter nos prochains Hallo ween. En effet, bien que cette tradition ne soit pas du tout inscrite dans mon patrimoine culturel, elle a le mérite de donner à chacun l'oc casion de se déguiser, de faire la fête et de partager un moment de convivialité Intergénérationnel. Ce que nous avons pu vérifier par la sui te en allant réquisitionner nos concitoyens grandmottois puisque Mélodie, ma petite sorcière bien-aimée, n'a lancé aucun sortilège tant ell e a été gâtée en bonbons et autres friandises. Alors dans l'attente du plaisir de revivre d'autres événements avec l'office de tourisme de L a Grande Motte, je n'ai plus qu'à ajouter ces 2 mots à mon témoignage : « BR@VO & MERCI » Sébastien Benjelloun »

Mme **Anonyme** a participé le mercredi 31 octobre 2018 à 00:00
Elle a déposé ce témoignage le mercredi 07 novembre 2018 à 10:36



« Les enfants ont aimé le spectacle. Les animations étaient sympas. Le fait d'être à l'intérieur était super. »

Mme **Anonyme** a participé le mercredi 31 octobre 2018 à 00:00
Elle a déposé ce témoignage le mercredi 07 novembre 2018 à 10:30



« Mon fils de 11 ans est ses amis ont adoré ! Super organisation, merci! À renouveler plus souvent! »

LA FORET MAGIQUE

Désormais un événement attendu et pour la première année qui a généré des séjours en plus de la consommation.

Après, une année test en 2017 avec 3 jours de marché, 2018 marque un virage important avec l'extension de la forêt constitué de chalets gourmands, manèges et de quelques chalets de vente de cadeaux.



La Forêt 2019 était l'occasion d'un nouveau défi : tracer une nouvelle configuration, ajouter des décors, intégrer un Marché de Noël (sans faire trop commercial !), intégrer des manèges (sans faire trop Fête Foraine !) etc...etc... Le pari est réussi, tout est parfaitement conçu, et la Forêt fonctionne à merveille. Le public est nombreux depuis son ouverture, en journée comme en soirée, les enfants ont des motifs (manèges) de s'y attarder, les adultes aussi (dégustations), et l'effet " nouveauté ++" est rempli auprès du public grand mottois.

Les gens viennent des environs, de plus en plus nombreux, attirés par la dimension intime et très qualitative de la Forêt Magique. Ceux qui veulent les grandes artilleries vont au Barcarès, à Palavas etc... Comme on va au Parc de loisirs ou à la Bodega. Il y a un public pour cela, tant mieux, et de belles réussites sur ce thème. Mais pour notre part nous avons choisi un autre positionnement : taille humaine, qualité des décors, saynètes délicates, atmosphère qui prête à rêver et à s'émouvoir, du cousu main.

ANNULATION DU PYRAMID FESTIVAL

Nous avons prévu au budget et au plan d'actions 2018, un partenariat avec un organisateur privé pour le lancement d'un festival électro en juin dans le quartier du Couchant. L'objectif était entre autre de rajeunir l'image de La Grande Motte et de proposer un nouvel événement.

Malheureusement, l'organisateur a décidé d'annuler en raison d'un nombre de préventes insuffisant, en dessous de ses prévisions dans son plan de financement.

Le partenariat prévu pour ce projet dans le budget de l'OT a été reporté sur un temps fort des 50 ans de la station : un bal rétro dans le quartier du Couchant qui a remporté un grand succès et par une augmentation de l'enveloppe consacrée au partenariat avec l'évènement Barefiit.

LA FORMATION

ACCUEIL

- Cette année, nous n'avons qu'une seule saisonnière déjà formée

VISITES GUIDEES

- Innover dans sa stratégie des visites guidées : 1

LANGUES

Aucune formation en langue cette année car elles ont été supprimées du catalogue du CRT pour des raisons financières

E-TOURISME / COMMUNICATION

- Rédiger pour le Web Touristique : 2
- Perfectionner ses prises de vue et ses montages vidéos : 2
- Content Marketing, stratégie, gestion, rédaction blog : 7

FORMATIONS TECHNIQUES / SECURITE / PREVENTION

- Recyclage SST : 5
- Recyclage SSIAP 1 : 2
- Recyclage habilitation électrique HO BO : 2

JURIDIQUE / REGLEMENTATION

- Actualisation droit social : 2
- Comment mettre en oeuvre le RGPD: 1

MANAGEMENT

- Conduite de projet : méthodes et outils : 1
- Powerpoint initial : 1
- Coaching Management : 1

COMMERCIALISATION

- Stratégie boutique : boutique affinitaire (niveau 2): 1
- Logiciel caisse boutique : 1
- Module administrateur logiciel billetterie : 1

BUREAUTIQUE / PAO/LOGICIEL

- Word Perfectionnement : 1

AUTRES

- S'affirmer en situation professionnelle : gérer le stress et ses émotions : 5
- Tourisme de demain : 2
- MOOC proposé par le Trésor Public sur les régions : 4
- Journée d'actualité tourisme : 2
- Progiciel gestion Palais des Congrès Leni : 6
- Atelier Tourisme Handicap : 1

LE PALAIS DES CONGRES – LGMDA

Le chiffre d'affaires 2018 est de 448 000€ HT (incluant 54k d'acomptes pour 2019 et 3.6k pour 2020) alors que le prévisionnel était de 280 000 en début d'année et que deux grosses manifestations ont été annulées. Notre système d'acomptes ayant changé en 2017 pour comparer ce chiffre aux années précédentes nous pouvons prendre en compte une variation d'environ 47K soit le montant des affaires des 2018 est donc réellement d'environ 400K

- Réalisé 2014 : 319 655€
- Réalisé 2015 : 354 089€
- Réalisé 2016 : 377 630€ dont 54 000 de CA de réceptif hors Palais + commissions (Congrès CLCV : hotels, traiteurs etc.) soit en réel 323 630 de location de salles et autres services directs (chiffre qu'il faut comparer/2015)
- Réalisé 2017 : 222 832€

Répartition du CA total/ type de recettes

- Recettes commerciales : 417 510 (incluant les acomptes 2019-2020)
- Recettes mairie : 13 779€
- Recettes O T : 7 856€
- Commissions : 11 875€

118 manifestations

- | | |
|---------------|----|
| • Congrès | 25 |
| • Conventions | 25 |
| • Galas | 16 |
| • AG | 2 |
| • Culturel | 3 |
| • Séminaires | 27 |
| • Salon | 4 |
| • OMT | 6 |
| • Mairie | 7 |
| • Concerts | 3 |

Nouveaux clients

- Coca Cola
- EFFEFA
- FRTP
- Furterer
- Smile Evenement (Convention ID Logistics)
- FIC
- CDC Habitat
- BRL
- CERFRANCE
- La Poste

Des travaux de rénovation

- **Grand Auditorium** : Plan incline scène, espace PMR, marquage au sol
- **Petit auditorium** : Nouveaux sièges et nouveaux éclairages
- **Salle de commission** : Changement des portes
- **Hall** : aménagement sol et rampes
- **Parvis** : prévu janvier 2019 rampes, plan incliné (retard, prestataire injoignable)
- **Sanitaires** : mise en norme
- **Patio** : Mise à niveau et rampes accès

Conclusions :

- Résultats conformes aux objectifs (et même au-delà)
- Davantage de grandes entreprises
- Davantage de nouveaux clients
- Zone de chalandise élargie au national
- Travaux de mise aux normes inachevés

RELATION AVEC LES PROFESSIONNELS

Un des rôles principaux d'un Office de Tourisme est la coordination des acteurs locaux du tourisme. Notre Office s'y emploie de multiples façons ;

Les référents des filières hébergements

Les référents des filières et le directeur de station rencontrent les professionnels afin de :

- les informer des actions de l'OT
- connaître et diffuser les nouveautés de chacun
- créer des actions de promotion ou de valorisation de la filière
- créer des packages pour les événements
- etc.

La coordination des prestataires de loisirs nautiques à travers le nautipass

Le produit nautipass fédère l'ensemble de la filière nautique autour d'un produit.

Le pass multiloisirs des agences immobilières

Ce Passmultiloisirs se présente sous la forme d'une carte donnant accès à des réductions sur les loisirs auprès des prestataires participants. Cette carte est remise uniquement aux locataires et propriétaires qui font appel aux agences immobilières de LGM dans le cadre d'une réservation locative. Ce pass a été reconduit en 2018 à la demande des agences immobilières.

Les objectifs sont multiples :

- valoriser la profession des agents immobiliers par des mesures incitatives.
- fédérer les professionnels du loisir.
- augmenter la collecte de la TS

L'Office de Tourisme:

- A coordonné l'ensemble des prestataires (de loisirs) dans le cadre de la création de la carte Passmultiloisirs
- a créé un logo pour le Passmultiloisirs et a remis à chaque agence un fichier prêt à imprimer

PASS MULTILOISIRS LA GRANDE MOTTE OFFERT PAR VOTRE AGENCE IMMOBILIÈRE

TARIFS PREFERENTIELS 2017 | Par semaine / sur tarif(s) public(s)

Voile	Stand up paddle	Manège
ECOLE DE VOILE YACHT CLUB Tel : 04 67 56 62 64 50% de temps supplémentaire offert sur toutes les locations (paddle, kayak de mer, planche à voile, catamaran et dériveur)	PADDLE CENTER Tel : 06 07 54 37 80 -2 euros	LE CARROUSEL DE LA GRANDE MOTTE 1 ticket offert (par Pass ou 1er achat de tickets)
Aquafitness NAGE ECO L'EAU Tel : 06 51 30 62 95 -1,50 euros	Golf Tel : 04 67 56 05 00 Mail : golf@lagrandemotte.fr -20% sur le stage cluburant 249€ au lieu de 310€	Acrobranche PONANT AVENTURE Tel : 06 24 59 18 20 -2 euros
Aviron AVIRON CLUB PONANT Tel : 07 63 20 79 81 -10% sur stage 5 matinées Location Paddle : 8€/30min, 13€/1h	Tennis Tel : 04 67 56 62 63 Stage Progression (tous publics dès 8 ans) 5 x 1h30 du lundi au vendredi) 110€ au lieu de 135€	Bikeboard électrique : HELLO CITY Tel : 06 34 41 21 68 -10% Sortie pour toute la famille, en plein air
Jet-ski, Bouée tractée RANDOJET Tel : 06 10 64 06 60 Bouée tractée : -5 euros Jet ski : -10 euros	Vélo VELO CLUB Tel : 06 82 20 99 62 / 04 67 29 15 02 -10% sur location BUMP CYCLES Tel : 04 67 29 87 73 -15% sur location	La Bouffique LGMby Tel : 04 67 56 42 00 -10% (à partir de 15 euros d'achats)
Sortie en catamaran LUCILE II Tel : 06 58 09 12 30 / 04 67 56 60 20 -10%	LOC AND ROLL Tel : 04 99 63 08 01 -10% sur vente et location	Visites guidées OFFICE DE TOURISME Tel : 04 67 56 42 00 -1 euro (sur une sélection de trois visites)



Les Assises du Tourisme

Un moment important dans l'année où tous les professionnels du tourisme sont invités autour d'une thématique différente chaque année. La priorité étant donné au tourisme d'affaires dans les actions de promotion menées par l'Office de Tourisme, cette année les Assises y étaient consacrées.

- Quelle est la part et quels sont les enjeux du Tourisme d'Affaires. Quel avenir, quelles mutations ?
- La Grande Motte est-elle une station référente sur le marché Business ?
- Quelle est l'ambition dans ce domaine, et quelle est la situation concurrentielle ?
- Les projets émergent en région Occitanie, en particulier dans l'Hérault et le Gard : y a-t-il la place pour une synergie collective ou faut-il craindre une tension accrue sur les parts de marché ?
- Finalement, l'arc méditerranéen ne propose pas beaucoup d'infrastructures sur le front littoral ; comment être à la fois balnéaire et business ?
- Le Palais des Congrès a longtemps été la clef de voûte de La Grande Motte « Affaires » : quels sont les projets le concernant ?



INVITATION

ASSISES DU TOURISME 2018



« La Grande Motte, destination Tourisme d'Affaires »



LAGRANDEMOTTE.COM

LA
GRANDE
MOTTE

Une économie qui, de Septembre à Juin, représente en moyenne 30 à 40% de la dépense touristique à La Grande Motte.

Intervenants participants à l'ensemble du débat des Assises :

- M. Le Maire, Stéphan Rossignol
- Julie Pronost adjointe au tourisme et aux événements
- Jérôme Kéruzoré, directeur hôtel Mercure LGM
- Jérôme Arnaud, directeur de station
- Christelle Beringuez, chargé de développement LGMDA
- Agence de presse nationale S Blin : vidéo préenregistrée
- Institutionnel / la région : Véronique Segal
- Destination comparable pour présenter ses expériences : JP Derail directeur d'exploitation du PDC Antibes Juan les Pins

Tournée des professionnels durant la saison

Au cœur de la saison touristique, une tournée d'échanges avec les professionnels de la station a été réalisée afin de connaître précisément leur situation et la réalité de la saison 2018. Ce dialogue permet d'effectuer si possible des actions correctrices et d'être au plus prêt du terrain.

Le bilan de saison

Tous les ans en novembre, nous réunissons les professionnels afin d'établir un bilan de saison le plus précis possible.



PROJETS DE DEVELOPPEMENT ET D'AMENAGEMENT UN PROJET MAJEUR : LA GRANDE MOTTE STATION PILOTE SUR LA RENOVATION DE L'HEBERGEMENT TOURISTIQUE

Le directeur de station porte l'accompagnement des projets, tant de la collectivité que des professionnels, dès lors qu'un enjeu touristique est présent. Il anime régulièrement le réseau des professionnels, hébergeurs et prestataires de loisirs, pour connecter les enjeux privés aux enjeux publics.

Page 1/2



1/ Unique ville labellisée "Patrimoine du 20^e siècle", la Grande Motte se démarque par l'importance de son parc immobilier (80 000 lits touristiques) et surtout par son architecture atypique avec ses "pyramides" construites dans les années 60. Plusieurs programmes de valorisation immobilière ont été lancés par la station pour moderniser des appartements vieillissants. 2/ L'Alpe d'Huez compte aujourd'hui 9 000 lits touristiques contre 16 000 il y a 20 ans en raison du non renouvellement de nombreux baux. La mairie a lancé plusieurs dispositifs pour développer l'affrète et la faire monter en gamme.

Un contrat de station pour rénover l'hébergement touristique

Afin de moderniser l'hébergement touristique des stations balnéaires et de montagne et lutter ainsi contre le problème des lits froids (non commercialisés), le gouvernement lance les contrats de stations. Ce dispositif d'aide à la rénovation sera expérimenté dans 13 stations balnéaires et de montagne.

Développés à grande échelle dans les années 1960/1970 à travers d'importants programmes nationaux (Plan Neige en montagne, Mission Racine sur le littoral du Languedoc-Roussillon), les stations balnéaires et de montagne en France sont confrontées aujourd'hui à des défis qui bousculent leur mode de gestion traditionnel : érosion du littoral, faible enneigement mais aussi vieillissement des infrastructures, arrivée de nouveaux profils de visiteurs, concurrence européenne et internationale féroce. Conséquence : la rénovation des hébergements touristiques ainsi que le développement d'une nouvelle offre s'imposent comme une nécessité. Conscient des enjeux pour ces destinations, le ministre de l'Économie et des Finances et le ministre de la Cohésion des territoires ont demandé à l'Inspection générale des finances et au Conseil général de l'environnement et du développement durable de co-animer un groupe de travail composé d'administrations et organismes publics, dans le but d'objectiver les pistes identifiées. La mission a alors remis au Conseil interministériel du tourisme ses conclusions, qui s'articulent autour de la mise à plat des dispositifs existants, et une série de propositions auxquelles l'État s'associera. Parmi elles : la création d'un contrat de station.

Un appui en ingénierie

L'objectif de ce dispositif vise à rassembler les partenaires autour d'une feuille de route unique pour la station. Concrètement, il s'agit de proposer un appui en ingénierie en matière de réno-

vation de l'immobilier de loisirs. Parmi les mesures envisagées, la mise en place d'un chef de projet "rénovation de l'immobilier de loisirs" et d'un coaching immobilier des copropriétés visant à animer les actions de rénovation, notamment en matière énergétique. Le financement sera partagé entre l'État (apport de 1 M €) et les collectivités locales. Cette action s'intégrera dans le cadre constitué par "France Ingénierie Tourisme" d'appui aux projets touristiques locaux.

13 stations retenues

Pour expérimenter ce dispositif, 13 stations balnéaires et de montagne ont été retenues. Ensemble, elles représentent une capacité de 565 000 lits touristiques dont 2/3 de résidences secondaires. Elles bénéficieront pendant 18 mois d'un appui en ingénierie d'Atout France, de la Banque des Territoires et de la future Agence Nationale pour la Cohésion des Territoires. À terme, le gouvernement espère que cette expérimentation impulsera de nouvelles démarches innovantes pour la rénovation des hébergements, la transition énergétique et la montage des projets d'investissement. Parmi les destinations sélectionnées, 3 sont des stations balnéaires : La Grande Motte ; Océan Marais de Monts en Vendée et La Baule. Les 10 autres sont des stations de montagne réparties dans les Alpes, les Pyrénées et l'Auvergne, avec Saint-Gervais, L'Alpe d'Huez, Les 2 Alpes, Villard-de-Lans, La Plagne, Valfréjus, Les Orres, Saint-Lary-Soulan, Ax-les-Thermes et Le Lioran.

Qu'est-ce que **France Tourisme Ingénierie** ?

- Une décision du Conseil Interministériel du Tourisme du 19/01/2018 afin de stimuler l'investissement touristique via la mobilisation de capacités d'ingénierie renforcées.
- Dispositif national sur 5 ans s'appuyant sur Atout France* et sur le financement de la CDC (Banque des Territoires**).
- Réponse à la nécessité de favoriser l'adaptation des offres touristiques aux attentes internationales.

Comment fonctionne FTI ?

- Expérimentation sur la réhabilitation de l'immobilier de loisirs et la transition énergétique en station.
- Appui au montage et à la concrétisation des projets.

Comment intervient FTI ?

2 modes :

- Mobilisation d'expertise d'Atout France en position d'assistance.
- Part de financement ne devant pas dépasser 30% du coût global de l'expertise.

Qu'est-ce que le programme expérimentation de rénovation de l'immobilier de loisirs ?

- s'adresse aux stations littorales ou de montagne qui sont confrontées au vieillissement de l'immobilier de loisirs.
- **Démarche pilote sur 13 sites***** pendant 18 mois (juin 2018 à décembre 2019).
- Soit 565 000 lits pour la première vague.

Qu'est-ce que le programme Projets touristiques structurants ?

- Identification des projets d'investissements par région.
- FTI accompagnera les collectivités en vue de favoriser les projets d'investissements privés.
- Evaluation des futures retombées économiques et sociales.
- Internationalisation de la fréquentation touristique
- Innovation spécifique (par ex pour LGM : amélioration de la performance environnementale et énergétique globale).

* Atout France : Agence de développement touristique de la France.

**Banque des Territoires est un des cinq métiers de la Caisse des Dépôts.

*** Pays de Saint Jean-de-Monts, La Baule, Saint-Lary Soulan, Ax-les-Thermes, La Grande Motte, Les Orres, Les Deux Alpes, L'Alpe d'Huez, La Plagne, Valfrejus, Villard-de-Lans, Saint Gervais, Le Lioran.

REORGANISATION DU TOURISME REGIONAL

Le Comité Régional du Tourisme se restructure complètement. En 2018, la direction de l'Office de Tourisme a été très sollicitée pour participer à la réflexion stratégique autour de la promotion, valorisation de la filière tourisme en Occitanie.

De nombreux ateliers de réflexion avec les acteurs professionnels et les Offices de Tourisme ont été mis en place afin d'optimiser la nouvelle stratégie et organisation.

PARTICIPATION AUX PROJETS DE LA VILLE

- Copil front de mer
- Copil Règlement Local de Publicité
- Copil 4^{ème} fleur
- Copil Réhabilitation Meublés
- Copil Manèges et Animations
- Copil Vélo et Déplacements doux
- Cestmed
- Proposition de Solutions de Parcs à Vélo
- Proposition d'un circuit **Tourisme Culturel**, artistique et architectural, dans la ville

SCULPTURES EN VILLE

Mulhouse

Depuis l'an 2000, la Ville de Mulhouse expose les œuvres d'un plasticien, le temps d'un été. A l'issue de cette exposition temporaire, Mulhouse acquiert une des œuvres exposées, qui reste en place.

ALLEE DES ARTS

PORT BARCARES

<http://www.lebarcares.fr/activites-loisirs/allee-des-arts/>

Véritable forum mondial de l'art contemporain, le « plus long musée en plein air du monde », l'allée des Arts, voit le jour au début de l'été 1969, à la poupe du Lydia et au milieu de nulle part... ou plutôt entre le sable et la mer, sur une immense étendue encore déserte, devenue aujourd'hui le quartier de la Grande Plage.



<https://www.mulhouse.fr/fr/sculptures-estivales/>



LA GRANDE MOTTE : GRAND SITE OCCITANIE

UNE FEUILLE DE ROUTE POUR L'OFFICE DE TOURISME

Le label Grand Site Occitanie

L'Office de Tourisme a travaillé en 2017 à la constitution d'un dossier visant l'obtention du label Grande Site Occitanie. Ce label a été attribué le 13 avril 2018 et dévoilé officiellement le 12 juillet lors d'une cérémonie à l'Office de Tourisme dans le cadre des 50 ans de la station.



Un « Grand Site Occitanie » est un lieu de forte notoriété doté d'un patrimoine architectural et/ou naturel remarquable ou d'un site culturel de rayonnement international et disposant tout particulièrement d'une ou plusieurs composantes à caractère exceptionnel (dit cœur emblématique du Grand site).

L'intérêt de la démarche :

La politique de labellisation des grands sites naturels, paysagers, culturels et historiques de la Région, constitue des leviers idoines de l'attractivité de notre grande destination à l'égard des clientèles nationales et internationales.

Le site de La Grande Motte répond à la définition d'un « Grand Site Occitanie ».

- Un patrimoine régional et national remarquable : de la station balnéaire de De Gaulle à la ville patrimoniale de Balladur
- Des valeurs fondatrices identifiées et partagées : du concept de Balladur aux valeurs vécues et mise en œuvres
- Un projet de territoire durable : Une vision politique du développement et de l'aménagement à long terme de la ville
- Une forte notoriété : d'une destination connue à une destination voulue
- Un site fréquenté et attractif : une ville du tourisme de masse mais adaptée aux nouvelles attentes des clientèles

En 2018, l'Office de Tourisme s'est engagé jusqu'en 2021 à un certains nombres d'actions :

ACCUEIL ET INFORMATION :

- Inciter les visiteurs à découvrir les sites et produits de son territoire environnant ainsi que les autres « Grands Sites Occitanie »
- Installer, dans l'Office de Tourisme, les outils régionaux et veiller à leur entretien et à leur bon fonctionnement. Signaler à la Région tout dysfonctionnement, contracter toutes les assurances nécessaires en lien avec l'accueil des publics,



LA GRANDE MOTTE

- S'inscrire dans une démarche de qualité et de professionnalisme, et pour les aménagements d'OT et d'espaces d'interprétation, en s'appuyant sur les principes directeurs régionaux ???
- Promouvoir auprès des visiteurs de l'Office de Tourisme, les autres « Grands Sites Occitanie » et les territoires environnants par :
 - l'accueil et l'animation d'un espace dédié aux autres « Grands Sites Occitanie » de la Région Occitanie/ Pyrénées-Méditerranée, mais aussi les arguments culturels, touristiques et les événementiels des territoires concernés,
 - la sensibilisation et la formation du personnel d'accueil pour être en capacité de répondre à toute demande d'information relative à ces sites et de susciter l'envie de les découvrir.

COORDINATION DES ACTEURS TOURISTIQUES LOCAUX :

- Développer un réseau local d'ambassadeurs (acteurs touristiques, habitants...),
- Animer les réseaux d'acteurs locaux qualifiés (notamment les hébergements classés, les restaurants labellisés, les prestataires agréés d'activités culturelles, sportives et touristiques) et en faire des ambassadeurs du label « Grands Sites Occitanie » : développement de stratégies et ateliers numériques, sensibilisation aux valeurs du label et diffusion des outils de communication « Grands Sites Occitanie »
- formations / sensibilisation (archi/VG) à destination des résidents qui le souhaitent (ambassadeurs).

PROMOTION DU TERRITOIRE

- Conduire les actions de communication et de promotion du site en partenariat et en cohérence avec celles menées aux échelons régionaux (Comité Régional du Tourisme), départementaux (ADT : Agence de Développement du Tourisme de l'Hérault).
- Valoriser la marque « Grands Sites Occitanie » et l'ensemble du réseau régional en y faisant référence sur l'ensemble des supports de communication produit et ce, sur la base de la charte de communication spécifique « Grands Sites Occitanie »,
- Se doter d'une stratégie digitale, d'un site Internet multilingues performant et d'outils de mobilité, conformes au cahier des charges établi à l'échelon régional en partenariat avec l'ADT et participer à une stratégie commune de fabrication, d'accès et d'utilisation des informations et des images (photos, vidéos...). Fournir les statistiques Google analytics au Comité Régional du Tourisme,
- Passer d'une stratégie d'accueil de presse (B to B) à une stratégie numérique client (inbound, B to C)
- Organiser et animer les réseaux sociaux pour promouvoir l'expérience La Grande Motte

MISSIONS COMPLEMENTAIRES

ORGANISATION D'ANIMATIONS ET D'EVENEMENTS

L'Office de Tourisme prend en charge avec l'organisation de manifestations à portée touristique ainsi que leur communication :

- Festivités de l'été : concerts et autres petites animations dans les quartiers, feux d'artifice, carnaval...
- Festivités de Noël

Dans le cadre, de Grand Site Occitanie, l'Office veillera à :

- Renforcer le lien entre l'événement, la culture et le patrimoine
- Créer un événement culturel d'envergure nationale voire internationale, conformément aux choix de la ville et de la convention d'objectifs et en accord avec la convention financière annuelle.

LA PROMOTION DU PATRIMOINE

La promotion du patrimoine s'effectue en lien avec la ville de La Grande Motte.

Dans le cadre de la valorisation touristique du patrimoine au niveau local, national et international :

- l'organisation à titre gratuit ou payant de visites guidées : suivi de la fréquentation, recours à des guides conférenciers agréés
- l'édition de brochures, ouvrages et guides
- l'innovation dans la valorisation du patrimoine par de nouvelles approches ludiques, numériques, artistiques. Continuer à être un site créatif et avant-gardiste pour consolider la reconnaissance nationale et internationale :
- Mettre en œuvre des projets de créations artistiques contemporaines inspirés de l'architecture de LGM : objets design et expositions photographiques
- l'adaptation de l'offre aux clientèles spécifiques :
 - Faire de l'identité patrimoniale un vecteur fort dans la promotion du tourisme d'affaires
 - Permettre l'accessibilité de tous les outils existants aux clientèles internationales (traduction des outils de médiation patrimoniale en 3 langues minimum)
 - Favoriser la création d'une ligne aéroportuaire vers la Russie
 - Développer avec la ville la coopération culturelle internationale avec Teotihuacan au Mexique
- la participation de l'équipe de médiation aux formations régionales
- La connexion de LGM aux réseaux patrimoniaux et être force de proposition au sein de GSO :
- S'organiser en circuits touristiques avec les sites patrimoniaux de proximité
- Participer à la création d'un réseau d'ambassadeurs élargi et spécialisé composé d'architectes, designers et paysagistes
- Former un réseau local d'ambassadeurs

DEMARCHE QUALITE

- L'Office de Tourisme est engagé depuis de nombreuses années dans la démarche qualité afin de mettre en place une démarche d'évaluation continue de la qualité des services à destination des visiteurs, des prestataires touristiques locaux et de la collectivité.
- Ainsi, l'Office de Tourisme est classé en 1ère catégorie, titulaire de la marque NF Office de Tourisme et qualité Tourisme, et du label Tourisme et Handicap sur les 4 types d'handicap
- L'Office de Tourisme travaille également autour de l'augmentation du nombre des prestataires qualifiés: classement des meublés, labels etc.

OBERVATOIRE TOURISTIQUE

- Collecte et analyse des données concernant la fréquentation touristique de la ville
- Fournir les données qualifiées et indicateurs de suivi du dispositif « Grands Sites Occitanie » chaque année à la Région, en liaison avec les observatoires économiques départementaux et régional,

DEPLOYER UNE STRATEGIE DE MARQUE

- Promouvoir les valeurs de la marque « LGM By La Grande Motte »
- « LGM By La Grande Motte » de la marque commerciale à la marque territoriale

TOURISME D’AFFAIRES

- Déployer une politique de développement commercial pour consolider l’économie Affaire sur la destination et le PDC
- Promouvoir l’économie Affaire sur la destination et le Palais Des Congrès
- Conquérir des clients nouveaux au national et à l’international
- Faire preuve d’innovation marketing, stratégique et technologique