

Envoyé en préfecture le 08/10/2026

Reçu en préfecture le 08/10/2026

Publié le

ID : 034-243400520-20261008-1582026-DE

# 2025 Rapport d'activités



**Lunel  
agglo**  
UNE TERRE DE LIENS

**Office  
de Tourisme**

## SOMMAIRE

### P3



#### PILOTAGE | FONCTIONNEMENT | BUDGET

- P3 Fiche d'identité de la structure
- P4 Le Comité de direction
- P5 Le fonctionnement
- P6 Les ressources humaines
- P10 Labels, marques et certifications

### P13



#### ACCUEIL | INFORMATIONS

- P13 Les indicateurs de l'Office de tourisme
- P14 Typologie de la demande
- P16 Accueil hors les murs
- P17 Animation de sites

### P18



#### OBSERVATION TOURISTIQUE | VEILLE ECONOMIQUE

- P18 Flux Vision Tourisme
- P24 Le locatif touristique
- P28 La taxe de séjour
- P29 La fréquentation des sites et activités

### P30



#### SERVICES TOURISTIQUES MARCHANDS

- P30 Les visites guidées
- P31 Les titres de transports

### P32



#### MARKETING | PROMOTION

- P32 La communication print
- P34 La communication digitale
- P38 Le plan marketing 2025

### P40



#### ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

- P40 Les circuits VTT
- P42 Les sentiers de randonnée pédestre
- P43 La via ferrata

## PILOTAGE | FONCTIONNEMENT | BUDGET

### Fiche d'identité de la structure

**Statut :** Établissement public à caractère industriel et commercial (E.P.I.C.)

**Historique :** Les grandes dates de l'Office de tourisme :

| Date         | Évènement                                                                                              | Financement                                 |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 13/11/2024   | Renommage en Office de tourisme de Lunel Agglo                                                         |                                             |
| 01/01/2008   | Création de l'E.P.I.C. Office de tourisme du Pays de Lunel                                             | 100% intercommunal                          |
| 01/03/2006   | Création de la régie à autonomie financière                                                            |                                             |
| 01/01/2005   | Transfert à la Communauté de communes (loi NoTRé)                                                      |                                             |
| Oct. 1999    | Emménagement dans les locaux du cours Gabriel Péri                                                     | 50% SIVOM de Lunel<br>et 50% Ville de Lunel |
| 01/09/1989   | Prend le nom : Office de tourisme du Pays de Lunel                                                     |                                             |
| 10/08/1977   | Création de l'association Syndicat d'initiative – Office de tourisme de Lunel                          | 100% Ville de Lunel                         |
| Avril 1973 : | Création de l'Office Municipal du Tourisme de Lunel et installation place des Martyrs de la Résistance |                                             |

**Gouvernance :** Organisation administrée par un comité de direction, composé de 9 représentants des élus et 6 représentants des socioprofessionnels, soit au total 15 membres titulaires et autant de suppléants.

Le comité de direction élit un président et un vice-président parmi ses membres.

Sur proposition du président, le comité de direction nomme un directeur qui recrute le personnel.

**Equipe :**

- 1 dirigeant non salarié
- 4 CDI
- 2 CDD (1 CDD au 31/12/2025)
- 5,61 ETP

|                   |                      |              |
|-------------------|----------------------|--------------|
| <b>Finances :</b> | Budget primitif 2025 | 315 000,00 € |
|                   | DM 1 (report 2024)   | +55 852,52 € |
|                   | Total des dépenses*  | 274 074,46 € |
|                   | Total des recettes   | 315 152,42 € |
|                   | Résultat             | 41 077,96 €  |

\*source : compte financier unique 2025 p. 5 - \*\*hors report du résultat de N-1

**Indicateurs RSE :**

- Contribution aux transports en commun : 711,15 €
- Taux de turn-over : 25 %
- Arrêts maladie : 1 arrêt / 167 jours
- Fournisseurs : 100% des impressions sur papier certifié PEFC
- Recyclage : Papiers 100% - Cartons 100% - Emballages 100 %
- Compostage des biodéchets en point d'apport volontaire

## PILOTAGE | FONCTIONNEMENT | BUDGET

### Le comité de direction

|                                     | Titulaires                                                                                                                                                                                                                                                                              | Suppléants                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Collège des élus :</b>           | M. Jacques GRAVEGEAL<br>M <sup>me</sup> Martine DUBAYLE-CALBANO<br>M <sup>me</sup> Isabelle DE MONTGOLFIER<br>M. David COULOMB<br>M. Stéphane DALLE<br>M <sup>me</sup> Marie PELLET-LAPORTE<br>M. Christophe CALVET<br>M. Jérôme BOISSON (Président)<br>M <sup>me</sup> Isabelle AUTIER | M. Jean-Jacques ESTEBAN<br>M <sup>me</sup> Karine NADAL<br>M. Laurent AJASSE<br>Mme Anne-Sophie DIAZ<br>M. Patrick MARY<br>M. Laurent GRASSET<br>M <sup>me</sup> Catherine MOREL-SAVORNIN<br>M <sup>me</sup> Julie CROIN<br>M. Jean-Pierre BERTHET |
| <b>Collège des professionnels :</b> | M. Thierry SAVALL<br>M <sup>me</sup> Chantal QUIMAUD-BOIVIN<br>M. Christophe CICALES<br>M. Stéphane APPELGREN<br>M <sup>me</sup> Mélanie GIRON (Vice-présidente)<br>M. Arnaud MOYNIER                                                                                                   | M <sup>me</sup> Pasqualine PERRAIS-FERNANDEZ (Vacant)<br>M. Fabien GRUTTADAURIA<br>M. Lionel MARTINEZ<br>M <sup>me</sup> Cécile PICQ<br>M <sup>me</sup> Sophie GUINAND                                                                             |

### Evolution de la composition du Comité de direction :

En 2025, le comité de direction a connu un changement.  
Suite à la démission de M. Florian TEMPIER du Conseil municipal de Marsillargues, il a été remplacé au Comité de direction de l'Office de tourisme par Madame Anne-Sophie DIAZ, conseillère municipale de la même commune.

### Comités directeurs :

Le Comité de direction s'est réuni à 5 reprises en 2025 :

|                   |    |   |                                                                                                                            |
|-------------------|----|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>08/01/2025</b> | 60 | 1 | Approbation du budget primitif 2025                                                                                        |
|                   |    | 2 | Modification de la régie de recettes et d'avances R488309                                                                  |
| <b>04/04/2025</b> | 61 | 1 | Approbation du compte de gestion de l'exercice 2024                                                                        |
|                   |    | 2 | Approbation du compte administratif de l'exercice 2024                                                                     |
|                   |    | 3 | Revalorisation salariale Julien Saint-Upéry                                                                                |
| <b>18/06/2025</b> | 62 | 1 | Approbation du Rapport d'activités 2024                                                                                    |
|                   |    | 2 | Approbation de la décision modificative n°1 du budget primitif 2025                                                        |
|                   |    | 3 | Tarifs 2025 des produits et services de l'Office de tourisme de Lunel Agglo                                                |
| <b>24/09/2025</b> | 63 | 1 | Modification de la composition du comité de direction de l'Office de tourisme de Lunel Agglo                               |
|                   |    | 2 | Tarifs supplémentaires 2025 des produits et services de l'Office de tourisme de Lunel Agglo                                |
|                   |    | 3 | Renouvellement du contrat de travail à durée déterminée du directeur de l'Office de tourisme                               |
| <b>08/12/2025</b> | 64 | 1 | Approbation de la décision modificative n°2 du budget primitif 2025 - Office de tourisme de Lunel Agglo                    |
|                   |    | 2 | Débat sur les orientations budgétaires pour 2025                                                                           |
|                   |    | 3 | Approbation des tarifs supplémentaires des produits et services de l'Office de tourisme de Lunel Agglo applicables en 2025 |

## PILOTAGE | FONCTIONNEMENT | BUDGET

### Le fonctionnement

#### Les missions :

*« L'office de tourisme assure l'accueil et l'information des touristes ainsi que la promotion touristique [...]*

*Il contribue à coordonner les interventions des divers partenaires du développement touristique local.*

*Il peut être chargé [...] de tout ou partie de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique locale du tourisme [...],*

*L'office de tourisme peut commercialiser des prestations de services touristiques [...].*

*Il peut être consulté sur des projets d'équipements collectifs touristiques. »*

Code du tourisme - Article L133-3

Les missions organiques de l'Office de tourisme sont définies par le code du tourisme, voir ci-contre. Elles sont complétées et encadrées par une convention d'objectifs trisannuelle, renouvelée en 2024, avec la Communauté d'agglomération Lunel Agglo qui court jusqu'au 31/12/2026.

- Accueil dans les locaux de l'Office de tourisme et hors les murs (salons, campings, festivals...);
- Information (collecte, qualification et diffusion multicanale);
- Animation (évènementiels, sites, visites guidées, activités de pleine nature);
- Observation (veille, collecte qualification et diffusion);
- Coordination et conseil aux élus et acteurs touristiques locaux : labellisation, taxe de séjour, études diverses, observation touristique, etc;
- Définition de la stratégie touristique intercommunale;
- Marketing / promotion (de la définition du plan marketing à la mise en œuvre des actions promotionnelles);
- Coordination avec la Communauté d'Agglomération Lunel Agglo : réunions de services, gestion des itinéraires et équipements des activités de pleine nature (technicien APN : Julien SAINT-UPERY = 0,5 ETP), collecte de la taxe de séjour (régisseuse : Astrid CRISTINO = 0,1 ETP).



#### Les fonctions supports externalisées :

Compte tenu de la taille réduite de son effectif et de la volonté de limiter ses coûts de fonctionnement pour se concentrer sur son cœur de métier, l'OTLA n'a pas de poste uniquement dédié aux services administratifs et supports (comme c'est courant dans les Offices de tourisme).

Le directeur assure les fonctions administratives et partenariat avec des partenaires et entreprises extérieures :

- Comptabilité / gestion → Direction OTLA + Service finances de la Communauté d'agglomération + Centre des finances publiques (SGC);
- Gestion des paies → Direction OTLA + Services ressources humaines de la Communauté d'agglomération + société PROGEMA;
- Entretien des locaux → société Action Propreté;
- Maintenance technique des locaux → Services techniques de la Communauté d'agglomération;
- Maintenance informatique et téléphonie (hors centre d'impression) → Service informatique de la Communauté d'agglomération.

## PILOTAGE | FONCTIONNEMENT | BUDGET

### Les ressources humaines\*



\* source : PROGEMA, états annuels OTLA (Total brut)

#### Masse salariale globale :

|      |              |
|------|--------------|
| 2025 | 158 797,84 € |
| 2024 | 158 306,71 € |
| Δ    | + 0,31 %     |

La comparaison des masses salariales de 2025 par rapport à 2024 fait apparaître une quasi stabilité, en dépit des aléas dans la gestion des RH. Même si les années ne sont pas strictement comparables, nous veillons à la maîtrise budgétaire du chapitre.

En ce qui concerne l'actualité concernant le personnel on peut distinguer trois faits saillants :

- Après une longue période de maladie du 5 mai au 20 octobre 2025, Amandine MODELON a été déclarée inapte par le médecin du travail le 21 octobre 2025. Son licenciement intervenu le 11 novembre 2025 était alors inéluctable puisqu'aucune possibilité de reclassement n'était autorisée.
- Pour palier son absence et tenir l'amplitude d'ouverture estivale, nous avons exceptionnellement embauché un étudiant en CDD saisonnier.
- La hausse conventionnelle du point d'indice de 2 % au 01/03/2025.

#### Données sociales par genre :

Les données ci-dessous incluent les salarié(e)s en CDI, en CDD et le président non salarié de l'Office de tourisme. Les valeurs de 2024 sont rappelées entre parenthèses pour comparaison.

| Effectif     |     |                | Heures travaillées |                  |             | Rémunération brute (€) |                   |              |
|--------------|-----|----------------|--------------------|------------------|-------------|------------------------|-------------------|--------------|
| Femme        | (3) | 3 42,9 %       | (4 522,52)         | 5 308,45         | 52%         | (63 141,57)            | 71 708,17         | 45,2 %       |
| Homme        | (4) | 4 57,1 %       | (5 510,10)         | 4 903,42         | 48%         | (95 165,14)            | 87 089,67         | 54,8 %       |
| <b>Total</b> | (7) | <b>7 100 %</b> | (10 032,62)        | <b>10 211,87</b> | <b>100%</b> | (158 306,71)           | <b>158 797,84</b> | <b>100 %</b> |

(Rappel données 2024)

#### Données sociales par type de contrat et par genre :

Les données incluent les salarié(e)s en CDI, en CDD et, le cas échéant, en stage rémunéré de l'Office de tourisme.

|                      | (2024) | 2025     | ♀        | ♂        |
|----------------------|--------|----------|----------|----------|
| Salarié(e)s en CDI   | (4)    | 4        | 3        | 1        |
| Salarié(e)s en CDD   | (2)    | 2*       | 0        | 2        |
| Stage(s) rémunéré(s) | (0)    | 0        | 0        | 0        |
| <b>Total</b>         | (6)    | <b>6</b> | <b>3</b> | <b>3</b> |

\* dont un CDD de droit public.

**PILOTAGE | FONCTIONNEMENT | BUDGET****Les ressources humaines****Formation des salarié(e)s :**

|                           | Femme(s)    | Homme(s)    | Total        |
|---------------------------|-------------|-------------|--------------|
| Formation professionnelle | 60,5 h      | 51 h        | 111,5 h      |
| Eductours                 | 2,5 h       | 0 h         | 2,5 h        |
| <b>Total</b>              | <b>63 h</b> | <b>51 h</b> | <b>114 h</b> |

En 2025, 114 h de formation ont été effectuées par le personnel, ce qui correspond à une importante diminution par rapport à 2024.

Le contexte social de l'Office de tourisme qui a dû absorber une absence au planning a été préjudiciable à l'organisation des actions de formation.

Nous avons hâte de retrouver une équipe au complet pour reprendre le plan de formation et consommer les crédits que nous cotisons auprès de notre OPCO, l'AFDAS.

Les formations servent prioritairement l'accueil, notre cœur de métier :

- Langues étrangères : Anglais, Néerlandais et Espagnol,
- Informatique : Excel, Tourinsoft (système d'informations touristiques),
- Connaissance du territoire et des territoires voisins via des éductours encore plus nécessaires du fait de l'intégration de nouveaux/elles salarié(e)s dans l'équipe.

Toutefois une intégration de l'IA dans notre travail au quotidien nécessitera une montée en compétence de l'équipe sur ces outils.

**Moyenne d'âge et ancienneté :**

|                 | (2024)        | Moyenne d'âge | (2023)        | Ancienneté |
|-----------------|---------------|---------------|---------------|------------|
| Femme(s)        | (44)          | 45,0          | (6,4)         | 7,3        |
| Homme(s)        | (44,7)        | 35,7          | (2,2)         | 2,2        |
| <b>Ensemble</b> | <b>(44,6)</b> | <b>40,3</b>   | <b>(44,6)</b> | <b>4,8</b> |

Le profil démographique atypique de l'équipe de l'Office de tourisme, c'est une population expérimentée, mais qui présente une faible ancienneté.

**Mouvements\* de personnel au regard du type de contrat :**

|                      | Femme(s)  | Homme(s)   |
|----------------------|-----------|------------|
| Mouvement(s) en CDI  | -1        |            |
| Mouvements(s) en CDD | - 1       | + 1        |
| <b>Solde</b>         | <b>-2</b> | <b>+ 1</b> |

\* Mouvements enregistrés entre le 01/01 et le 31/12/2025

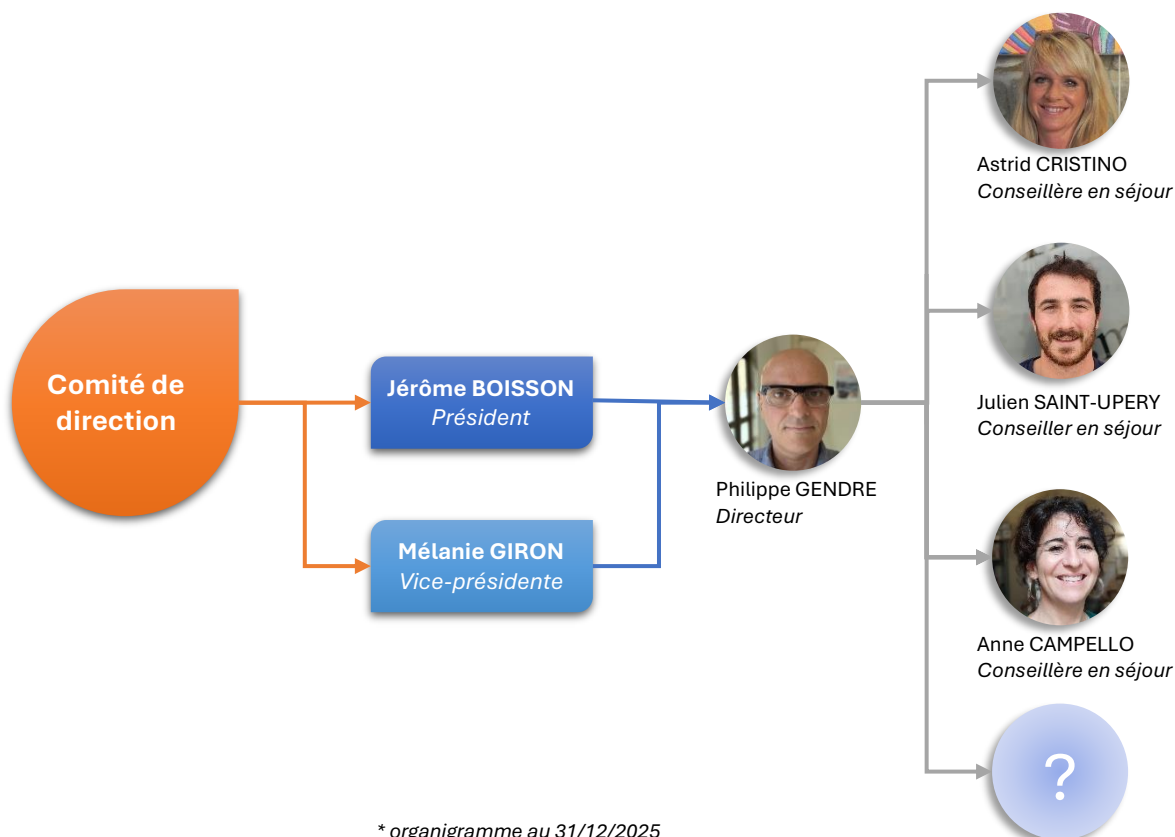
**Statut des salariés :**

|                      | Femme(s) | Homme(s) |
|----------------------|----------|----------|
| Employé(s)           | 3        | 2        |
| Agent(s) de maîtrise | -        | -        |
| Cadre(s)             | -        | 1        |
| <b>Total</b>         | <b>3</b> | <b>3</b> |

## PILOTAGE | FONCTIONNEMENT | BUDGET

### Les ressources humaines

#### Organisation\* :



\* organigramme au 31/12/2025

#### Mouvements et événements de personnel :

| Salarié(e)         | Poste                 | Entrée     | Sortie            | Évènement(s)                                                                                                          |
|--------------------|-----------------------|------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CADET Kevin        | Conseiller en séjour  | 01/07/2025 | <b>31/08/2025</b> | → Recrutement en CDD saisonnier<br>→ Fin de contrat en fin de saison                                                  |
| CAMPELLO Anne      | Conseillère en séjour | 08/01/2024 |                   | RAS                                                                                                                   |
| CRISTINO Astrid    | Conseillère en séjour | 01/02/2013 |                   | RAS                                                                                                                   |
| GENDRE Philippe    | Directeur             | 01/01/2023 |                   | RAS                                                                                                                   |
| MODELON Amandine   | Conseillère en séjour | 01/10/2018 | <b>11/11/2025</b> | → Maladie du 5 mai au 20 octobre 2025<br>→ Déclarée inapte le 21/10/2025<br>→ Licenciée pour inaptitude le 11/11/2025 |
| SAINT-UPÉRY Julien | Conseiller en séjour  | 15/08/2022 |                   | RAS                                                                                                                   |

## PILOTAGE | FONCTIONNEMENT | BUDGET

### Les ressources humaines

#### Répartition des missions au 31/12/2025 :

| Salarié(e)         | Poste                 | Missions                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Langues                                                     |
|--------------------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| CAMPELLO Anne      | Conseillère en séjour | Responsable œnotourisme<br>Référente système d'informations touristiques (SIT) - Tourinsoft<br>Référente observatoire touristique<br>Animatrice du réseau des partenaires / prestataires<br>Visites guidées (arènes de Lunel)<br>Mandataire de la régie R309                                                                                                           | Français<br>Anglais<br>Allemand                             |
| CRISTINO Astrid    | Conseillère en séjour | Responsable accueil<br>Gestion des plannings<br>Accueil hors les murs<br>Référente éditions : Guide d'accueil<br>Traductions<br>Encadrement des stagiaires de l'accueil<br>Régisseuse principale R309<br>Régisseuse principale R302 Taxe de séjour                                                                                                                     | Allemand<br>Français<br>Anglais<br>Néerlandais<br>Portugais |
| GENDRE Philippe    | Directeur             | Administration de l'EPIC<br>Préparation des délibérations et des CoDir<br>Préparation et exécution du budget<br>Suivi comptable (partenariat CALA / SGC)<br>Suivi payes (partenariat CALA / PROGEMA)<br>Définition de la stratégie touristique<br>Management de l'équipe<br>Coordination des parties prenantes (élus et socioprofessionnels)<br>Observation économique | Français<br>Anglais<br>Espagnol                             |
| SAINT-UPÉRY Julien | Conseiller en séjour  | Responsable activités de pleine nature<br>Animations (Printemps de l'Arboretum, Nuit des étoiles...)<br>Visites guidées ville médiévale, Tour des Prisons, arènes et arboretum de Lunel<br>Relais SIG<br>Régisseur suppléant R302 et R309                                                                                                                              | Français<br>Anglais<br>Espagnol                             |

#### Stagiaires :

| Stagiaire          | Type de stage     | Formation                                         | Établissement scolaire                   | Durée (jours) |
|--------------------|-------------------|---------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------|
| EL ABIDI Chaimae   | Immersion         | 1 <sup>ère</sup> Bac Pro Assis- tant organisation | Lycée Louis Feuillade - Lunel            | 25            |
| CHIKER Maeva       | Application       | Assistant tourisme et aérien                      | École internationale Tunon - Montpellier | 15            |
| EL BAHJA Lyudmyla  | Découverte métier | Titre pro Chargé d'accueil touristique et loisirs | GRETA, Montpellier                       | 15            |
| RAMON Eva          | Observation       | 2 <sup>nd</sup> e GT                              | Lycée Champollion - Lattes               | 10            |
| PILEUX Ivanie      | Immersion         | 1 <sup>ère</sup> Bac Pro Accueil                  | Lycée Louis Feuillade - Lunel            | 20            |
| CHARRIER Alexandre | Application       | M1 Marketing, innovation et territoires           | Université de Montpellier                | 44            |
| IBEDACA Andreina   | Mise en situation | Reconversion                                      | France Travail – Montpellier Castelnau   | 9             |
| Total              |                   |                                                   |                                          | 138           |

L'Office de tourisme de Lunel Agglo s'engage dans la formation des jeunes et l'intégration des futurs professionnels de l'accueil, en partenariat avec les établissements scolaires lunellois et notamment le lycée Louis Feuillade.

## PILOTAGE | FONCTIONNEMENT | BUDGET

### Labels, marques et certifications

Directement ou par le biais de ses activités, l'Office de tourisme de Lunel Agglo est porteur de plusieurs certifications et labels. Les labels sont à la fois des marques reconnues à l'extérieur (auprès des clients) et des outils de management et de progrès internes (pour l'organisation).

#### Certifié Qualité Tourisme :



Qualité Tourisme est une marque d'État créée en 2005 pour labelliser les professionnels et institutionnels du tourisme. Elle permet de reconnaître les entreprises proposant des prestations de qualité.

L'Office de tourisme a obtenu sa certification le 02/06/2021, il est donc porteur de la marque pour une durée de 5 ans, soit jusqu'en juin 2026.

Nos services sont testés chaque année par des clients mystères. Ces audits blancs nous permettent d'ajuster notre politique Qualité et d'adapter nos pratiques.

L'absence de la salariée occupant le poste de RAQ (responsable de l'animation Qualité) est préjudiciable pour le suivi de nos engagements.

Les membres du Comité de direction et particulièrement les socio-professionnels ont manifesté le souhait que les missions liées à l'accueil et à la promotion du territoire soient prioritaires sur les missions liées aux fonctions support, et notamment la Qualité.

#### Labellisé Tourisme & handicap :



Le label Tourisme et handicap (4 handicaps) a été renouvelé en 2023 pour 5 ans. Concrètement cela se traduit par la présence d'équipements et de services adaptés aux 4 types de handicap : moteur, visuel, auditif et mental.



Stationnements dédiés, franchissements facilités, documentation accessible, sanitaires adaptés...



Document générique en braille



Boucle auditive pour amplifier la voix



Le FAC : document générique « facile à comprendre »

#### Classé en catégorie II



Le classement de l'Office de tourisme de Lunel Agglo en catégorie 2, a été renouvelé le 17/01/2024, pour 5 ans. Ce classement piloté par le ministère du Tourisme est un système d'évaluation qui vise à reconnaître et à promouvoir la qualité des services fournis par les offices de tourisme à travers le pays.

Les offices de tourisme classés en catégorie 1 se distinguent par leur engagement envers l'excellence, leur offre de services complète et de qualité, et leur capacité à fournir aux visiteurs des informations précises et utiles pour rendre leur séjour mémorable.

La catégorie 2, la nôtre, correspondant à des offices de tourisme de taille moyenne, intervenant dans une zone géographique représentative d'un bassin de consommation touristique, homogène et cohérent.

## PILOTAGE | FONCTIONNEMENT | BUDGET

### Labels, marques et certifications

#### Labellisé Vignobles & découvertes :



Le label Vignobles & Découvertes est une marque collective qui distingue les destinations à vocation touristique et viticole.

Il est attribué pour une durée de 3 ans par Atout France, l'agence qui déploie la politique du ministère des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat, du tourisme et du pouvoir d'achat.

Portée par le PETR Vidourle Camargue à une échelle intercommunautaire, en coordination avec les cinq Offices de tourisme du territoire, la marque a été renouvelée le 10/10/2023 pour une durée de 3 ans.

En 2025, à la demande d'Atout France, du Conseil Supérieur de l'Œnotourisme et de l'INAO, la dénomination du label qui était jusqu'alors : destination « Languedoc Vidourle Camargue » a été renommée en « **Camargue Languedoc Muscat de Lunel** ».

L'objectif de ce changement de dénomination est de garantir une équitable représentation des appellations, jusque dans le nom de la destination.



#### Label Accueil-Vélo :



Depuis 2024, l'Office de tourisme de Lunel Agglo est **labellisé Accueil Vélo**. C'était un des objectifs de notre réponse à l'Appel à Manifestation d'Intérêt « Offices de tourisme et des Mobilités » lancé par le Comité régional du tourisme et des loisirs d'Occitanie.

Accueil Vélo est une **marque nationale** qui garantit un accueil et des services de qualité le long des itinéraires cyclables pour les cyclistes en itinérance.

## PILOTAGE | FONCTIONNEMENT | BUDGET

### Labels, marques et certifications

#### Labellisé FFRP :



Le label FF Randonnée est attribué à certains itinéraires, en fonction de nombreux critères (qualité du balisage, entretien des chemins, intérêt patrimonial, respect de l'environnement, préservation des chemins ruraux). Les 3 sentiers de randonnée pédestre de Lunel Agglo actuellement conventionnés bénéficient du label « Fédération Française Randonnée » :

- La boucle Pescalune au départ de Lunel (8 km / 2 h),
- Les châteaux du Muscat de Lunel, au départ de Vérargues (9 km / 2 h 30),
- Les coteaux de Saint-Christol, au départ du village (8 km / 2 h 30).

#### Labellisé sites VTT-FFC :



Le label Sites VTT-FFC est une marque d'adhésion volontaire qui permet de faire connaître et valoriser nos circuits auprès de la communauté des vététistes.

En 2025, le label a été renouvelé avec une mention très positive. Chaque année, son renouvellement est conditionné à l'évaluation aléatoire de deux circuits VTT, parmi les neuf de notre territoire.

Au total ce sont quelques 187,7 kilomètres d'itinéraires balisés, hors voies vertes, qui sont balisés et entretenus pour les cyclistes des champs.

#### Dénomination « Groupement de communes touristiques » :



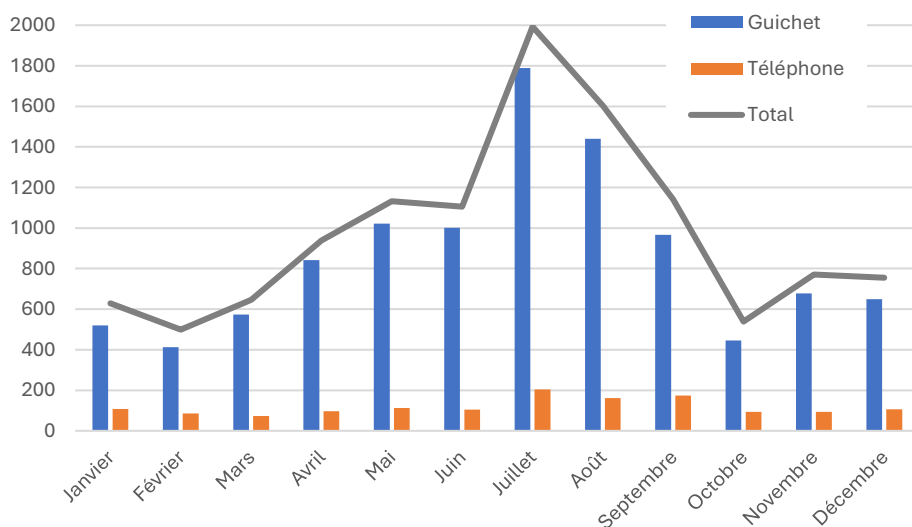
La dénomination Groupement de communes touristiques est délivrée aux communes et à leurs groupements selon trois catégories de critères :

- Un critère « institutionnel » : disposer d'un office de tourisme classé compétent à l'échelle de la demande ;
- Un critère « hébergement » qui s'apprécie par un ratio minimal d'hébergements temporaires (hôtels, résidences de tourisme, meublés, campings, villages de vacances, résidences secondaires, chambres d'hôtes, anneaux de plaisance) par rapport à la population permanente ;
- Un critère « animation » : organiser en périodes touristiques, des animations dans le domaine culturel, artistique, gastronomique ou sportif.

Le 21/10/2024, la Communauté d'agglomération Lunel Agglo s'est vue attribuer cette dénomination (renouvellement) par arrêté préfectoral pour une durée de 5 ans. Elle en a donc la jouissance jusqu'en octobre 2029.

**ACCUEIL | INFORMATION****Les indicateurs de l'Office de tourisme****Les actes d'accueil :**

|              | Guichet      | Téléphone   | Total         |               |
|--------------|--------------|-------------|---------------|---------------|
| Janvier      | 520          | 108         | 628           | 5,3%          |
| Février      | 413          | 86          | 499           | 4,2%          |
| Mars         | 573          | 73          | 646           | 5,5%          |
| Avril        | 842          | 96          | 938           | 8,0%          |
| Mai          | 1021         | 112         | 1133          | 9,6%          |
| Juin         | 1001         | 104         | 1 105         | 9,4%          |
| Juillet      | 1789         | 204         | 1 993         | 17,0%         |
| Août         | 1440         | 162         | 1 602         | 13,6%         |
| Septembre    | 967          | 174         | 1 141         | 9,7%          |
| Octobre      | 446          | 93          | 539           | 4,6%          |
| Novembre     | 677          | 93          | 770           | 6,6%          |
| Décembre     | 649          | 106         | 755           | 6,4%          |
| <b>TOTAL</b> | <b>10338</b> | <b>1411</b> | <b>11 749</b> | <b>100,0%</b> |

**La saisonnalité :**

En 2025, la fréquentation de l'Office de tourisme en face à face progresse de 7,9 % par rapport à 2024. En revanche le nombre d'appels téléphoniques traités est en chute de -28,6%. En cause la panne qui a affectée le système téléphonique de la Communauté d'agglomération, au mois d'octobre 2025.

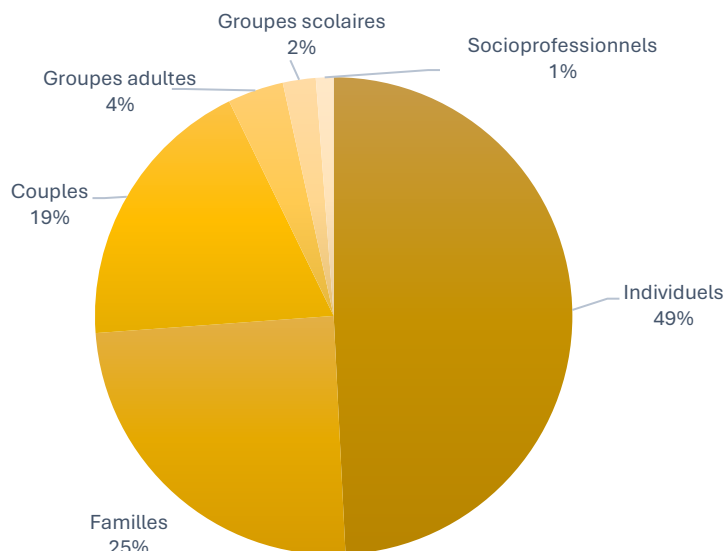
Au final, les indicateurs de l'accueil sont en légère progression à +1,7%, avec 11 749 contacts établis, tous médias confondus.

Contrairement au profil de saison, à l'accueil, c'est le mois de juillet qui prévaut, conséquence de la fréquentation liée à la fête de la « Pescalune » qui engendre un nombre de contacts accru.

## ACCUEIL | INFORMATION

### Typologie de la demande

#### Profil des visiteurs :



En 2025, le profil des visiteurs de l'Office de tourisme est sensiblement le même qu'en 2024, avec un léger tassement des couples et des familles au profit des individuels.

#### Les attentes des visiteurs :

En 2025, le top 3 des centres d'intérêt des visiteurs s'est porté sur :

En 1<sup>ère</sup> position : les fêtes, manifestations et autres animations – demandées à 2 604 reprises, soit 24 % des demandes.

En 2<sup>e</sup> position : les demandes concernant le centre historique de Lunel (plan, patrimoine...) – exprimées à 1 459 reprises, soit 14 % des demandes.

En 3<sup>e</sup> position : les activités de pleine nature ont représenté 1112 demandes, 10 % des souhaits de nos visiteurs.



## ACCUEIL | INFORMATION

### Typologie de la demande

#### La fréquentation globale :

Dans un contexte départemental tendu, la fréquentation de l'Office de tourisme déjà très hexagonale s'est encore accentuée avec des visiteurs à 95 % Français et seulement 5 % d'étrangers.

#### La fréquentation française :



On retrouve la même polarisation au sein des visiteurs Français avec une nette prédominance de touristes provenant de la Région Occitanie : 84 % des clientèles françaises et même à 64 % de visiteurs résidant sur le territoire Communautaire. Le nouveau service de billetterie des transports Olé, est un facteur susceptible de renforcer cette coloration locale de notre fréquentation.

Les visiteurs d'Auvergne Rhône-Alpes sont loin à 3 %, suivis à 2 % par les résidents des régions Hauts-de-France et Île-de-France, à quasi égalité.

#### La fréquentation étrangère :



Le tiercé des clientèles régionales est inchangé par rapport à 2024, avec une forte présence allemande.

En 1<sup>ère</sup> position, les Allemands ont représenté 29 % des clientèles étrangères (vs 23 % en 2024).

En 2<sup>e</sup> position : les Néerlandais étaient présents en 2025, dans les mêmes proportions que l'année d'avant, soit 21 %.

Exactement comme les Belges (en 3<sup>e</sup> position), représentant 19 % des visiteurs étrangers.

## ACCUEIL | INFORMATION

### Accueil hors les murs

#### Les campings :



En camping, la plupart des séjours se déroulant du samedi au samedi ou du dimanche au dimanche, les journées d'accueil permettent de toucher les nouveaux arrivants dans les premières heures de leur séjour et donc de pouvoir les conseiller précocement.

Depuis plusieurs années l'Office de tourisme, en la personne d'Astrid Cristino est présent les dimanches, en juillet et août, au sein des deux principaux établissements du territoire :

- Le camping domaine de Gajan à Boisseron, le dimanche matin,
- Le camping du Bon Port à Lunel le dimanche après-midi.

Notre objectif opérationnel est toujours le même : inciter les clients du camping à rayonner sur le territoire et à consommer auprès des prestataires de Lunel Agglo, plutôt que dans les destinations naturellement attractives : les plages, le Pont du Gard, Montpellier, Sète...

#### Vèrévin :

L'Office de tourisme est présent à Vèrévin, la plus grande fête viticole du territoire, organisée sur la commune de Campagne. Nous nous efforçons de renseigner les visiteurs qui ne connaissent pas le territoire.

### Animation de sites

Héritage du passé, l'Office de tourisme, est chargé par convention avec la Ville de Lunel, de l'animation de deux sites municipaux.

#### L'arboretum de Lunel :

L'arboretum municipal de Lunel, créé en 2003 sur le thème des arbres méditerranéens à petits fruits, est un formidable outil pédagogique. Il souffre malheureusement d'un déficit d'ouverture (hors groupes) qui génère beaucoup de frustration auprès des Lunellois.

Le service des espaces verts ouvre les portes aux visites libres groupes, tandis que l'Office de tourisme, prend en charge les visites guidées.

Enfin, l'Office de tourisme est également présent ponctuellement à l'arboretum, en tant qu'organisateur de trois rendez-vous annuels :

- Le Printemps de l'arboretum, une manifestation qui s'apparente à un forum associatif réunissant des intervenants centrés sur la question de la biodiversité (comme les fruits oubliés, sujet proche de l'identité de l'arboretum), ou encore de la nature en ville, de la qualité de l'eau, etc.
- Rendez-vous aux jardins, opération nationale qui a lieu le premier week-end de juin au cours de laquelle nous ouvrons l'arboretum à la visite.
- La Nuit des étoiles, un rendez-vous national qui permet au grand public d'échanger avec des astronomes amateurs et d'observer les astres avec le matériel qu'ils mettent à disposition.

Selon la thématique, les Journées européennes du patrimoine peuvent aussi concerner l'arboretum, pour des visites guidées gratuites.

## ACCUEIL | INFORMATION

### Animation de sites

#### Le Musée de la Tour des Prisons :

Depuis 2013 et son ouverture au public, l'Office de tourisme assure l'accueil du Musée de la Tour des Prisons, équipement communal de Lunel. Ce site à l'intérêt historique et émotionnel exceptionnel retrace l'histoire d'un ancien bastion médiéval reconverti en lieu d'incarcération.

La scénographie du site a beaucoup vieilli et nécessite aujourd'hui des travaux (réparation ou remplacement de matériels) pour garantir la continuité du niveau de service proposé aux visiteurs.

La gestion de cet équipement est régie par une convention conclue entre l'Office de tourisme et la Ville de Lunel que cette dernière souhaite dénoncer. À ce jour le financement de la maintenance des équipements scénographiques n'est donc plus assuré.

#### Les expositions de l'Office de tourisme :

L'Office de tourisme anime aussi ses propres locaux, en organisant ou en accueillant plusieurs expositions artistiques chaque année.

Ces expositions visent plusieurs objectifs : participer à la vie culturelle de la cité, générer des flux dans nos espaces d'accueil, diversifier les services proposés et les publics touchés.

2025 aura été une année particulièrement riche, puisque nous aurons accueilli pas moins de 6 expositions :

- L'exposition de peinture d'Annick Planson, du 6 mai au 26 juin 2025 ;
- L'exposition de peinture et de collages sur bois de Timmy Willy, du 1<sup>er</sup> juillet au 1<sup>er</sup> août 2025 ;
- L'exposition de peinture de Georges Dumanois, du 2 août au 20 septembre 2025 ;
- « L'œil et le cœur », exposition du concours photographique communautaire, du 26 septembre au 23 octobre 2025 ;
- L'exposition de peintures et de collages de Gérard Cases, du 3 novembre au 12 décembre 2025 ;
- L'exposition de bustes en céramique par « SX Céramiste », du 16 décembre 2025 au 23 janvier 2026.



## OBSERVATION TOURISTIQUE | VEILLE ECONOMIQUE

### Flux Vision Tourisme

#### Présentation de l'enquête :

Flux Vision Tourisme est un outil d'observation du comportement des personnes présentes sur une zone donnée qui repose sur la technologie mobile de l'opérateur Orange. À chaque instant les terminaux mobiles communiquent avec les antennes mobiles. Par triangulation on est en capacité de connaître la localisation et les déplacements des utilisateurs de ces mobiles. Puis, comme l'illustre le schéma ci-dessous, en fonction de données techniques ou comportementales, il est possible de déterminer le profil (anonymement) de chaque utilisateur.



## OBSERVATION TOURISTIQUE | VEILLE ECONOMIQUE

### Flux Vision Tourisme

#### Terminologie FVT :

Journée : période du jour allant de 6 heures du matin à minuit.

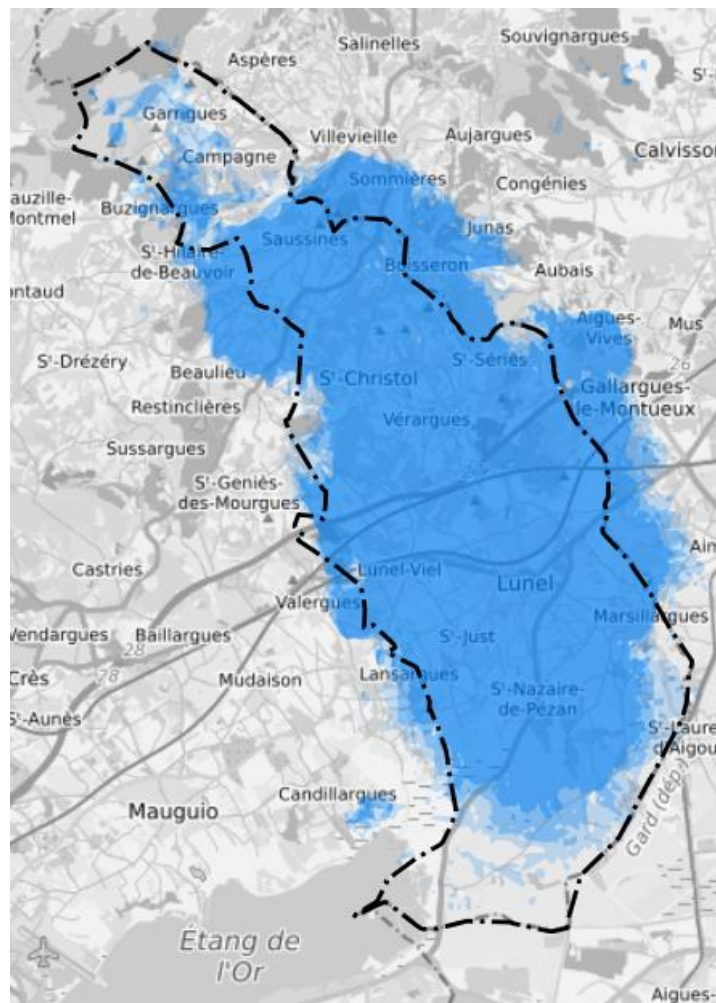
Nuit : période du jour allant de minuit à 6 heures du matin.

Nuitée : le dispositif compte une nuitée lorsqu'une personne est localisée plus de 2 heures consécutives la nuit sur la zone d'observation.

Séjour touristique : séjour n'excédant pas 21 nuits consécutives.

Présence en journée : présence de plus de 2 heures entre 6h du matin et minuit sans nuitée avant ou après le jour considéré.

#### Zone d'observation :



Parmi les biais que comporte Flux Vision Tourisme, on pointera en premier le fait que la couverture des antennes 4G ne correspond pas aux limites administratives des territoires étudiés.

La carte ci-contre montre à la fois les débords sur les communes de Sommières ou Gallargues-le-Montueux et les manques sur les deux extrémités du territoire.

Malheureusement, en l'état actuel du déploiement des antennes, il n'est pas possible de prétendre à un meilleur découpage.

## OBSERVATION TOURISTIQUE | VEILLE ECONOMIQUE

### Flux Vision Tourisme

#### Bilan des nuitées :

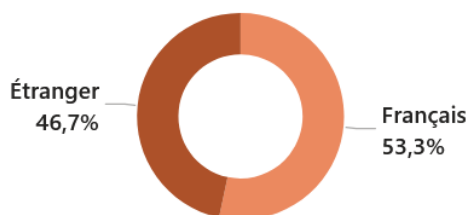
Nuitées  
touristiques

1 748K

Moy. par jour

4 789

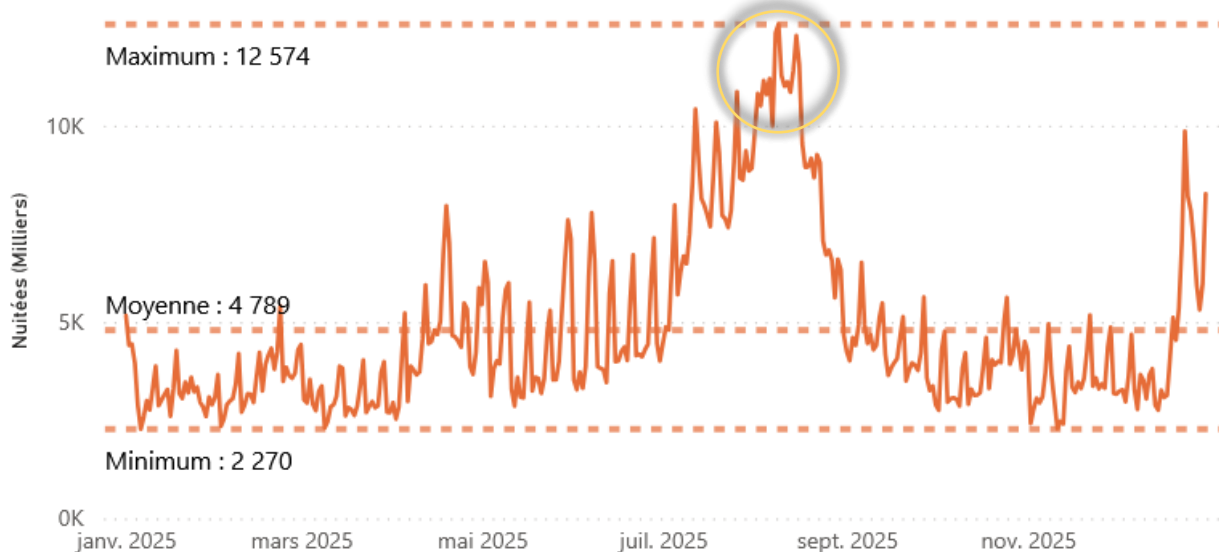
Part des Français et étrangers



Rappelons d'abord que le calcul des nuitées ne se base pas sur la seule capacité d'hébergement touristique marchand du territoire (campings, hôtels, chambres d'hôtes, locatif...), mais qu'il inclut, les véhicules de loisirs, les résidences secondaires, les transports routiers et donc tous les motifs de séjours.

Les données exploitées par Flux Vision Tourisme en 2025 montrent une baisse significative du nombre de nuitées sur le territoire (-13,9 %) plus sensible pour les étrangers (-20,5 % à 816 K nuitées) que pour les Français (-7,2 % à 932 K nuitées).

#### Nuitées touristiques quotidiennes



Le profil annuel des nuitées issu de Flux Vision Tourisme fait ressortir une saison réellement étroite en 2025. Il faut attendre le 1<sup>er</sup> août pour que la barre des 10000 nuitées soit franchie plus de deux jours d'affilée et dès le dimanche 17 août elle repasse sous ce niveau.

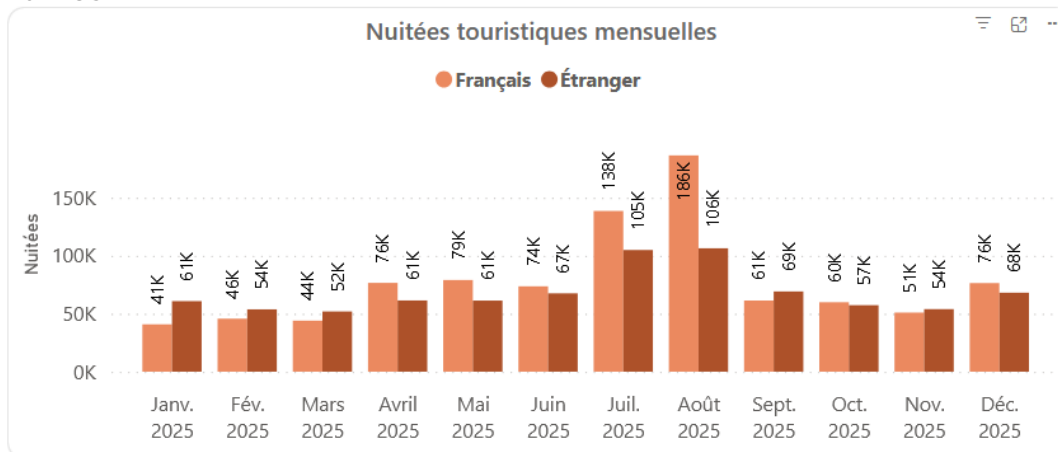
Les nuits les plus importantes de l'été 2025, sont d'ailleurs toutes réalisées en août, avec par ordre croissant, le vendredi 15 août (12 285 nuitées), le vendredi 8 août (12 356 nuitées) et le samedi 9 août (12 574 nuitées), soit presque le triple de la moyenne annuelle (4 789).

Hors saison, le top 3 des nuitées concerne les vacances de Noël : jeudi 25 décembre (8 194 nuitées), mercredi 31 décembre (8 255 nuitées) et mercredi 24 décembre (9 858 nuitées).

## OBSERVATION TOURISTIQUE | VEILLE ECONOMIQUE

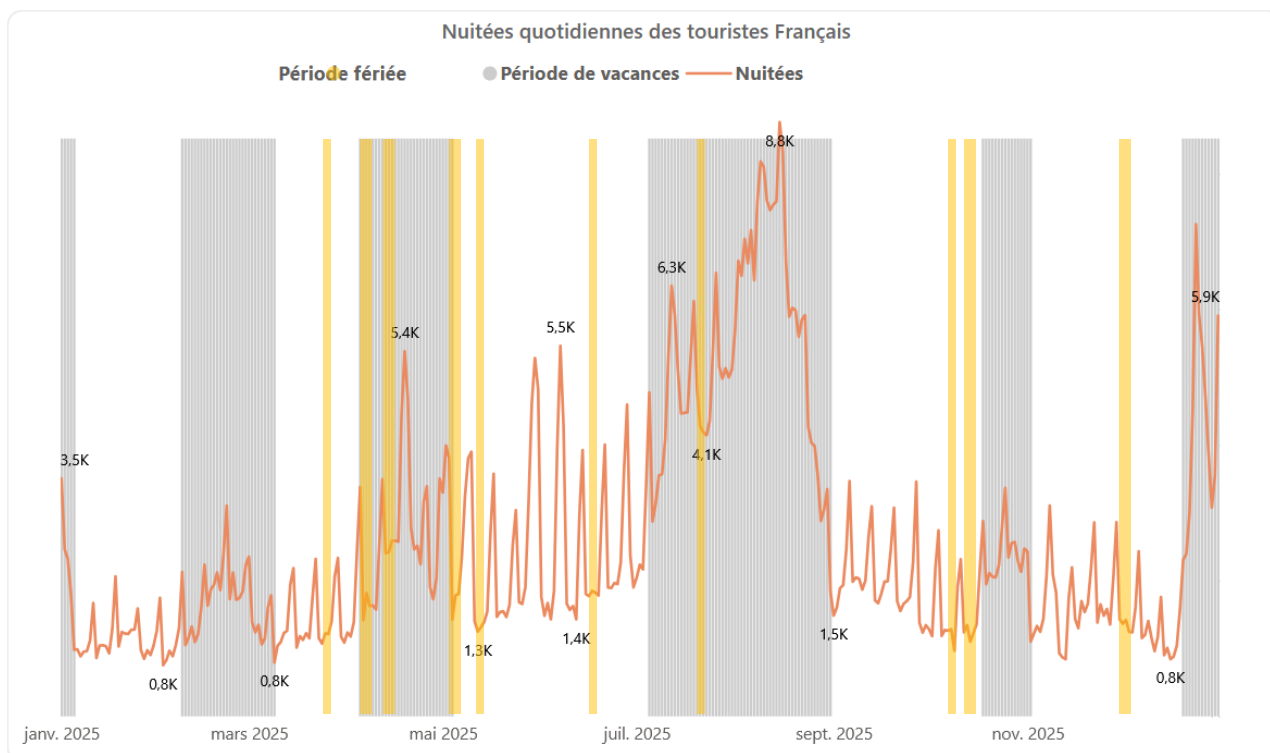
### Flux Vision Tourisme

#### Nuitées et nationalités :



La comparaison des nuitées des clientèles nationales et internationales fait apparaître des différences de comportement.

- La saisonnalité est nettement plus marquée chez les Français.
- La présence d'un plus grand nombre d'étrangers que de Français certains mois (de janvier, février, mars, septembre et novembre) est vraisemblablement imputable aux transporteurs routiers européens (activités logistiques).



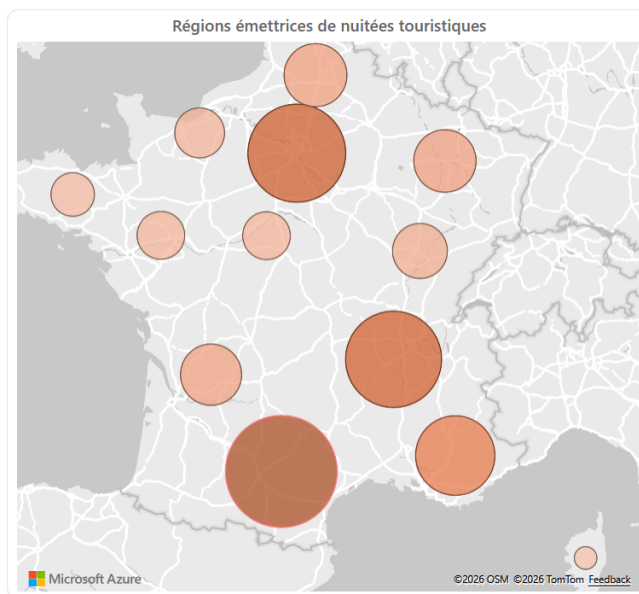
Sans surprise, il y a une forte corrélation entre les pics de fréquentation et les jours fériés. La surprise réside dans l'intensité : Pâques, l'Ascension et la Pentecôte génèrent autant de nuitées qu'un jour de semaine en juillet.

## OBSERVATION TOURISTIQUE | VEILLE ECONOMIQUE

### Flux Vision Tourisme

#### Les nuitées françaises par région émettrice :

En 2025, comme l'année précédente, un quart des nuitées françaises du territoire était originaire de la région Occitanie. Les autres régions émettrices suivantes sont par ordre décroissant : l'Île-de-France, l'Auvergne-Rhône-Alpes. À elles trois, elles génèrent 60 % des nuitées françaises.



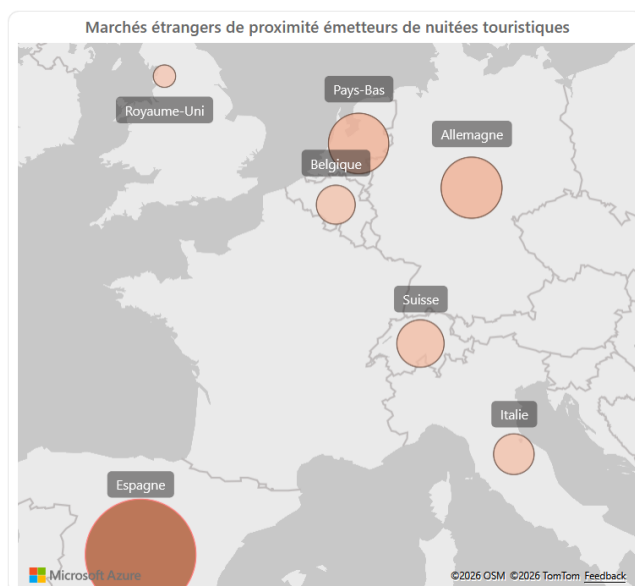
#### Hit-parade des régions émettrices de nuitées touristiques

| Région émettrice           | Nuitées | Part nuitées  |
|----------------------------|---------|---------------|
| Occitanie                  | 236 908 | 25,4%         |
| Île-de-France              | 169 229 | 18,2%         |
| Auvergne-Rhône-Alpes       | 161 525 | 17,3%         |
| Provence-Alpes-Côte d'Azur | 97 419  | 10,5%         |
| Hauts-de-France            | 50 728  | 5,4%          |
| Grand Est                  | 49 394  | 5,3%          |
| Nouvelle-Aquitaine         | 46 548  | 5,0%          |
| Bourgogne-Franche-Comté    | 33 519  | 3,6%          |
| Normandie                  | 24 711  | 2,7%          |
| Pays de la Loire           | 21 383  | 2,3%          |
| Centre-Val-de-Loire        | 21 334  | 2,3%          |
| Bretagne                   | 15 707  | 1,7%          |
| Corse                      | 2 847   | 0,3%          |
| <b>Total</b>               |         | <b>100,0%</b> |

#### Les nuitées étrangères par pays émetteur :

Ce graphique souligne les biais qui affectent Flux Vision Tourisme sur notre territoire : une partie des nuitées espagnoles et la quasi-totalité de celles des pays d'Europe de l'Est sont le fait de chauffeurs routiers qui, les soirs et les week-ends, font étape sur le parking autoroutier d'Ambrussum.

La surreprésentation des Espagnols est aussi à rechercher du côté des travailleurs agricoles Sud-Américains vivant à Lunel qui ont souvent des opérateurs mobiles espagnols. Même cause, même effet pour les Marocains.



#### Evolution des nuitées touristiques par marchés étrangers

| Pays         | Nuitées        | Part nuitées  |
|--------------|----------------|---------------|
| Espagne      | 160 092        | 19,7%         |
| Pologne      | 77 741         | 9,5%          |
| Maroc        | 55 490         | 6,8%          |
| Allemagne    | 46 992         | 5,8%          |
| Pays-Bas     | 46 186         | 5,7%          |
| Ukraine      | 38 567         | 4,7%          |
| Lituanie     | 38 104         | 4,7%          |
| Suisse       | 31 444         | 3,9%          |
| <b>Total</b> | <b>814 172</b> | <b>100,0%</b> |

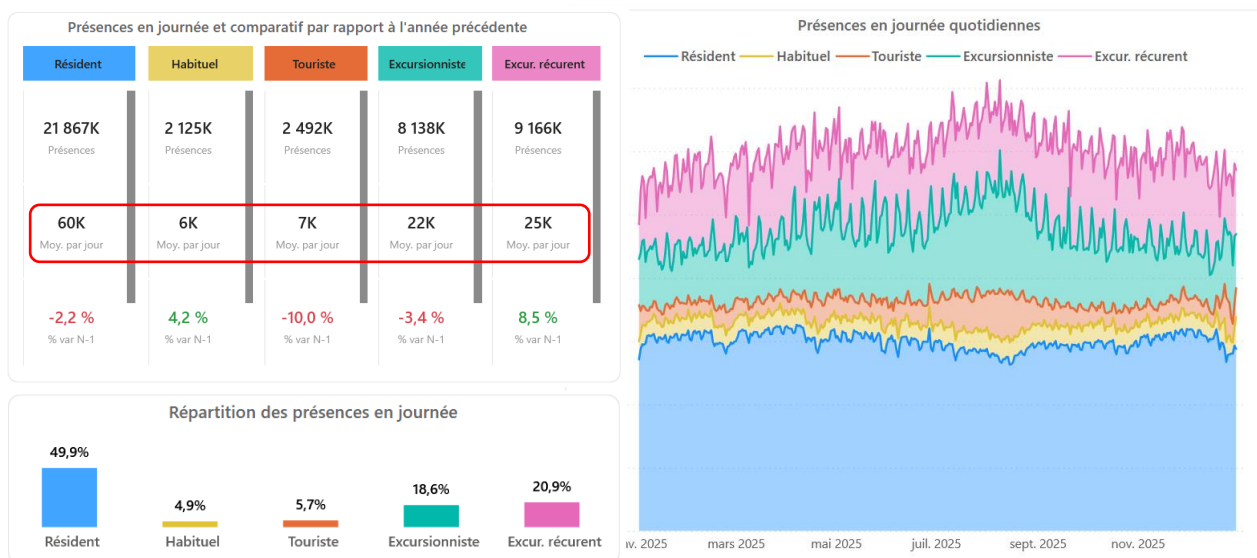
## OBSERVATION TOURISTIQUE | VEILLE ECONOMIQUE

### Flux Vision Tourisme

#### Les présences en journée :

Cet indicateur livre un instantané de la population présente quotidiennement sur le territoire.

Pour comprendre et analyser les données des présences en journée, il faut être clair avec les typologies de population, obtenues par étude du comportement des téléphones mobiles (cf. page 18) et garder en mémoire que le transit (présence sur le territoire < 2 h) n'est pas comptabilisé.



Les faits mis en lumière sont les suivants :

- Les résidents de la zone étudiée y demeurant en journée, que ce soit pour les études, le travail ou qu'ils soient sans activité, représentent en moyenne 60 000 personnes / jour (-2,2 % vs 2024), soit la moitié des présents ;
- Les personnes qui ne résident pas sur le territoire, mais qui y sont présents en journée (pour y étudier ou y travailler) sont chaque jour en moyenne, un peu plus de 6 000 personnes (+4,2 % vs 2024) ;
- 7 000 touristes restent sur le territoire en journée chiffre en net recul par rapport à 2025, qui corrobore la baisse de nuitées observée avec le même outil ;
- Enfin, presque 40% des présents sur le territoire, environ 47 000 personnes / jour, appartient à la catégorie des excursionnistes.
- Les excursionnistes récurrents (ceux qui ont été présents plus de 2 heures sur le territoire au cours des 15 derniers jours à plus de 5 reprises) représentent 25 000 personnes par jour. En extrapolant, il s'agit de personnes qui travaillent régulièrement dans le Lunellois, mais qui n'y résident pas.

## OBSERVATION TOURISTIQUE | VEILLE ECONOMIQUE

### Le locatif touristique

#### Lighthouse



En 2025, France Observation a lancé un nouvel appel d'offre pour l'exploitation des datas issues des plateformes de réservation d'hébergement collectif (Airbnb, Booking et Homeaway).

Du fait de l'abandon de la plateforme *Lighthouse*, l'Office de tourisme n'a pas été en mesure de récupérer la totalité des rubriques que nous exploitions jusqu'alors.

La mention « ND » pour non déterminée a été portée sur les indicateurs en question. Malgré tout, nous conservons les tableaux en l'état afin de pouvoir reprendre l'analyse de ces résultats pour l'année 2026.

Comme l'an passé, un changement de solution doit nous inciter à une certaine prudence dans la comparaison des données 2024 / 2025.

L'objectif demeure de mieux appréhender le marché du locatif en plateforme qui a pris son essor au cours la dernière décennie.

#### L'offre de locatif en plateforme :

|                     | Annonces   |           |   |   | Lits        |              |            |             |
|---------------------|------------|-----------|---|---|-------------|--------------|------------|-------------|
|                     | 2024       | 2025      |   |   | 2024        | 2025         |            |             |
| Boisseron           | 50         | ND        | - | - | 407         | 385          | -5%        | 10%         |
| Campagne            | 4          | ND        | - | - | 30          | 34           | +13%       | 1%          |
| Entre-Vignes        | 50         | ND        | - | - | 242         | 227          | -6%        | 6%          |
| Galargues           | 17         | ND        | - | - | 117         | 89           | -24%       | 2%          |
| Garrigues           | 1          | ND        | - | - | 65          | 88           | +35%       | 2%          |
| Lunel               | 255        | ND        | - | - | 1 272       | 1 207        | -5%        | 33%         |
| Lunel-Viel          | 34         | ND        | - | - | 242         | 254          | +5%        | 7%          |
| Marsillargues       | 107        | ND        | - | - | 587         | 563          | -4%        | 15%         |
| Saint-Just          | 45         | ND        | - | - | 235         | 198          | -16%       | 5%          |
| St-Nazaire-de-Pézan | 9          | ND        | - | - | 72          | 63           | -13%       | 2%          |
| Saint-Sériès        | 19         | ND        | - | - | 149         | 118          | -21%       | 3%          |
| Saturargues         | 11         | ND        | - | - | 58          | 44           | -24%       | 1%          |
| Saussines           | 18         | ND        | - | - | 137         | 114          | -17%       | 3%          |
| Villetelle          | 54         | ND        | - | - | 367         | 285          | -22%       | 8%          |
|                     | <b>674</b> | <b>ND</b> | - | - | <b>3980</b> | <b>3 669</b> | <b>-8%</b> | <b>100%</b> |

En 2025, l'offre locative en plateforme (en nombre de lits) a connu une baisse quasiment généralisée, pour la première fois depuis le CoViD.

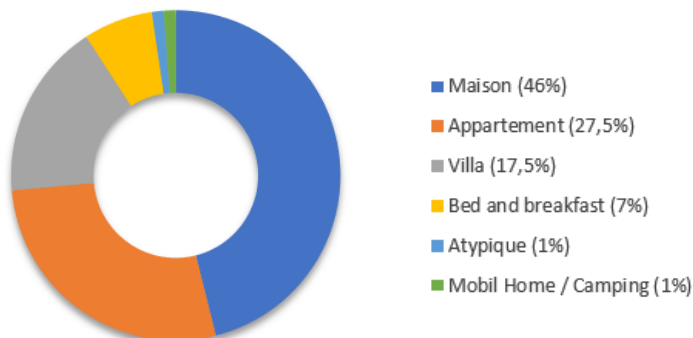
Cette observation peut traduire une baisse du nombre de locations ou une baisse de locations référencées sur les plateformes. Dans le premier cas, on peut conjecturer que le vote de la Loi Echaniz Le Meur a dissuadé un certain nombre de propriétaires de laisser leur logement en location saisonnière. Dans le second, elle peut traduire une certaine défiance vis-à-vis des plateformes.

L'indicateur taxe de séjour sera intéressant à croiser avec ces résultats.

## OBSERVATION TOURISTIQUE | VEILLE ECONOMIQUE

### Le locatif touristique

#### Structure de l'offre de locatif en plateforme :



L'analyse de la structure du locatif loué sur les plateformes montre que ce parc est majoritairement constitué de maisons (près de la moitié) voir à près des 2/3 si on ajoute les villas. On trouve ensuite des appartements (plus d'un quart du parc). Les autres types de logement sont plus anecdotiques.

#### La demande de locatif en plateforme :

|                     | TO annuel  |            | Nuits         |            |
|---------------------|------------|------------|---------------|------------|
| Boisseron           | 26%        | -26%       | 3 063         | -20%       |
| Campagne            | 7%         | -30%       | 104           | -44%       |
| Entre-Vignes        | 24%        | 0%         | 3 161         | +10%       |
| Galargues           | 22%        | +29%       | 687           | +10%       |
| Garrigues           | 27%        | -31%       | 322           | +31%       |
| Lunel               | 26%        | +8%        | 19 614        | +2%        |
| Lunel-Viel          | 20%        | -9%        | 2 472         | +16%       |
| Marsillargues       | 23%        | +10%       | 6 670         | 0%         |
| Saint-Just          | 27%        | -21%       | 2 901         | -17%       |
| St-Nazaire-de-Pézan | 18%        | +13%       | 403           | +4%        |
| Saint-Sériès        | 24%        | -14%       | 1 212         | -17%       |
| Saturargues         | 38%        | +19%       | 610           | -7%        |
| Saussines           | 26%        | 0%         | 1 324         | -1%        |
| Villetelle          | 27%        | +17%       | 4 019         | -10%       |
|                     | <b>24%</b> | <b>-4%</b> | <b>46 562</b> | <b>-2%</b> |

En 2025 la performance du locatif en plateforme a été en retrait par rapport à 2024. Le taux d'occupation accuse une baisse limitée de 4 %, tandis que le nombre de nuitées se contracte seulement de 2 %.

La plupart du temps les chiffres communaux sont cohérents, mais il arrive que les deux indicateurs soient décorrélés. Cette situation trahit probablement une évolution notable du nombre de logements sur le marché.

⚠ Les taux importants sont à interpréter avec prudence, car dans les petites communes, ils reposent sur une faible quantité de données.

## OBSERVATION TOURISTIQUE | VEILLE ECONOMIQUE

### Le locatif touristique

#### La performance du locatif en plateforme :

|                     | Revenu moyen |          | Chiffre d'affaires |             |             |
|---------------------|--------------|----------|--------------------|-------------|-------------|
|                     | en €         |          | en €               |             |             |
| Boisseron           | ND           | -        | 723 749            | +12%        | 9%          |
| Campagne            | ND           | -        | 55 009             | +13%        | 1%          |
| Entre-Vignes        | ND           | -        | 520 665            | +29%        | 6%          |
| Galargues           | ND           | -        | 144 181            | +40%        | 2%          |
| Garrigues           | ND           | -        | 200 599            | +273%       | 3%          |
| Lunel               | ND           | -        | 2 673 049          | +26%        | 33%         |
| Lunel-Viel          | ND           | -        | 503 009            | +43%        | 6%          |
| Marsillargues       | ND           | -        | 1 173 971          | +48%        | 15%         |
| Saint-Just          | ND           | -        | 539 633            | +5%         | 7%          |
| St-Nazaire-de-Pézan | ND           | -        | 173 382            | +65%        | 2%          |
| Saint-Sériès        | ND           | -        | 290 016            | +104%       | 4%          |
| Saturargues         | ND           | -        | 96 720             | +58%        | 1%          |
| Saussines           | ND           | -        | 244 192            | +45%        | 3%          |
| Villetelle          | ND           | -        | 679 213            | +8%         | 8%          |
|                     | <b>ND</b>    | <b>-</b> | <b>8 017 386</b>   | <b>+30%</b> | <b>100%</b> |

La lecture du résultat issus de l'outil d'audit Lighthouse, fait état d'un chiffre d'affaires en forte hausse par rapport à 2024, avec des situations très contrastées qui invitent à la prudence.

Là encore, nous ne pouvons qu'émettre une hypothèse pour tenter d'expliquer la décorrélation de la performance en nuitée et en chiffre d'affaires, c'est celle d'une augmentation du TJM (ticket journalier moyen) qui évolue à la hausse depuis la crise inflationniste de 2022. Rappel, en France, les prix ont augmenté en moyenne de 12,56 % entre 2021 et 2024.

La répartition de ce chiffre d'affaires est logique : Lunel et Marsillargues, les deux communes les plus peuplées de l'agglomération, reçoivent la moitié du chiffre d'affaires de l'activité.

**⚠** Rappel : les taux importants sont à interpréter avec prudence, car dans les petites communes, ils reposent sur une faible quantité de données.

#### Les comportements d'achat :

La fenêtre de réservation est un indicateur qui mesure les modalités temporelles de réservation : à savoir le nombre de jours entre la réservation et le début du séjour.

En 2025, la fenêtre de réservation moyenne était 56,8 jours contre 44,4 jours en 2024 ; manifestement les vacanciers étaient dans l'anticipation.

La durée moyenne des séjours en locatif a nettement progressé, passant de 3,65 jours en 2024 à 4,66 en 2025.

Des réservations plus précoces, des séjours plus longs, décidément tout n'était pas mauvais dans ce millésime 2025.

## OBSERVATION TOURISTIQUE | VEILLE ECONOMIQUE

### Le locatif touristique

#### L'évaluation de l'offre locative :

Nous n'avons malheureusement pas pu collecter de data sur cet important indicateur en 2025. Nous espérons pouvoir en reprendre le suivi dès 2026.

|                     | 2024 | 2025 |   |
|---------------------|------|------|---|
| Boisseron           | 3,4  | ND   | - |
| Campagne            | 5,0  | ND   | - |
| Entre-Vignes        | 4,3  | ND   | - |
| Galargues           | 4,5  | ND   | - |
| Garrigues           | 4,8  | ND   | - |
| Lunel               | 4,3  | ND   | - |
| Lunel-Viel          | 4,5  | ND   | - |
| Marsillargues       | 4,7  | ND   | - |
| Saint-Just          | 4,5  | ND   | - |
| St-Nazaire-de-Pézan | 4,8  | ND   | - |
| Saint-Sériès        | 4,0  | ND   | - |
| Saturargues         | 4,3  | ND   | - |
| Saussines           | 4,1  | ND   | - |
| Villetelle          | 4,5  | ND   | - |

\* ND = Non disponible

## OBSERVATION TOURISTIQUE | VEILLE ECONOMIQUE

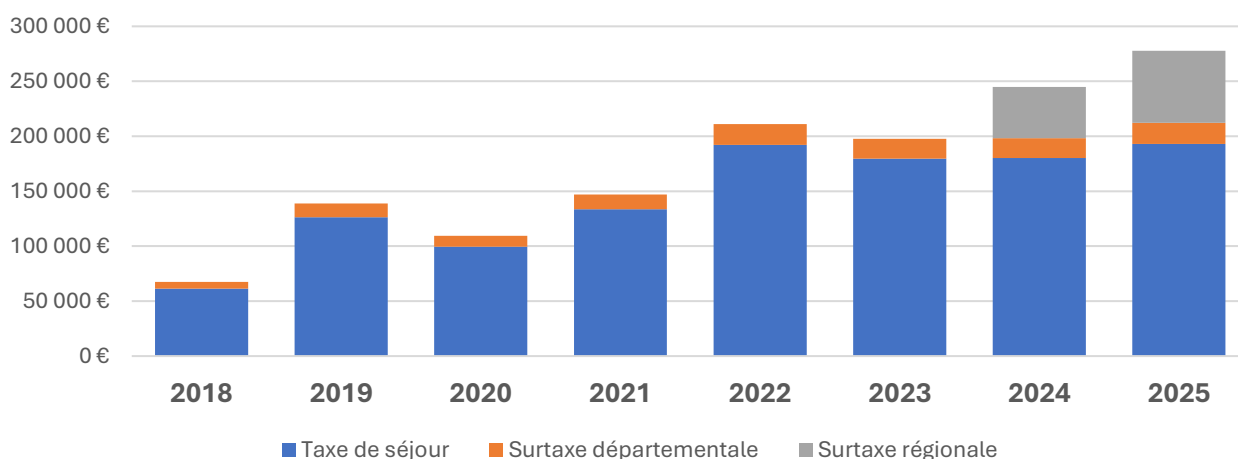
### La taxe de séjour

|                   | 2021                | 2022                | 2023                | 2024                | 2025                |
|-------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Régie             | 44 843,35 €         | 76 000,98 €         | 70 419,41 €         | 60 099,45 €         | 98 472,25 €         |
| Plateformes (OTA) | 88 677,39 €         | 116 006,65 €        | 109 329,88 €        | 120 112,72 €        | 94 404,43 €         |
| <b>Total</b>      | <b>133 520,74 €</b> | <b>192 007,63 €</b> | <b>179 749,29 €</b> | <b>180 212,17 €</b> | <b>192 876,68 €</b> |

Cet indicateur a été mis à jour pour ne refléter que la seule taxe de séjour, hors surtaxes départementale et régionale.

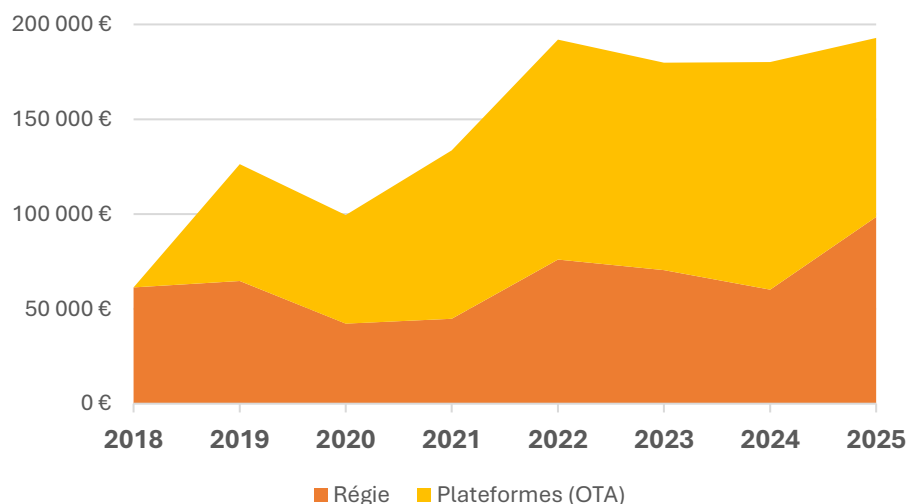
Les chiffres de 2025 ne tiennent pas compte d'une procédure de taxation d'office engagée contre le domaine de Bacchus à Saint-Christol, hébergement en liquidation judiciaire débiteur de la taxe de séjour pour le second semestre 2024 et toute l'année 2025. Le montant à recouvrer est de 7 939,37 €.

Le graphique ci-dessous permet de mesurer l'impact des surtaxes sur les recettes globales perçues.



Depuis 3 ans, le montant de la taxe de séjour communautaire progresse à un rythme plus lent que par le passé. Mais la surtaxe régionale de 34% pèse de façon non anodine sur le budget des touristes (65 K€ en 2025).

Fait nouveau, en 2025 la collecte via la régie a rattrapé le montant reversé par les plateformes de réservation.



## OBSERVATION TOURISTIQUE | VEILLE ECONOMIQUE

### La fréquentation des sites et activités

#### De nouveaux indicateurs :

Depuis 2024, afin de mieux refléter l'ensemble des maillons de la chaîne de valeur du tourisme, nous souhaitons ajouter des indicateurs de l'activité des sites (musées, sites de visites) et activités à notre tableau de bord du tourisme Lunellois. Ambrussum (site, musées et activités) et le Musée Médard ont déjà accepté le principe de cet observatoire.

#### Musée et site d'Ambrussum

|      | Visites libres |                | Médiation       |           |
|------|----------------|----------------|-----------------|-----------|
|      | Musée          | Site (oppidum) | Visites guidées | Activités |
| 2024 | 16 216         | 29 329         | 420             | 5 434     |
| 2025 | 15 631         | 30 336         | 616             | 4 386     |

Source : Musée d'Ambrussum

L'offre d'Ambrussum regroupe les visites libres du site et/ou du musée ainsi que les activités de médiation avec les visites guidées et les ateliers / activités proposés au public.



#### Musée Médard

|      | Visites libres | Prestations réservées |
|------|----------------|-----------------------|
| 2024 | 5 478          | 2 249                 |
| 2025 | 10 215         | 2 313                 |

Source : Musée Médard



En 2025, l'effet Monnet a fait exploser la fréquentation du musée Médard qui signe là sa meilleure saison depuis son ouverture, fin 2013.

## SERVICES TOURISTIQUES MARCHANDS

### Les visites guidées

Jusqu'alors, les visites guidées étaient assurées par des salariés de l'Office de tourisme pour remédier à une carence d'initiative privée, considérant qu'il y avait là un enjeu de structuration de l'activité touristique et d'animation du patrimoine local. Nos personnels n'étant pas porteurs de la carte de guide régional ou national, ni titulaires d'un master de guide conférencier, nous pratiquons des tarifs très bas et des prestations plus brèves.

Cette situation évolue et l'activité est amenée à être impactée par :

- l'arrivée sur le marché de guides conférenciers indépendants qui portent une légitimité et une expertise que nous n'avons pas,
- le déploiement du label Pays d'Art et d'Histoire à travers la mise en place d'un service patrimoine, ayant lui aussi vocation et compétence pour assurer cette mission de médiation.

#### Visites guidées groupes :

|                              | Total groupes | 2024       | 2025       |
|------------------------------|---------------|------------|------------|
| Arboretum                    |               | 306        | 342        |
| Centre historique            |               | 256        | 125        |
| Musée de la Tour des Prisons |               | 107        | 137        |
| Arènes Francis-San-Juan      |               | -          | -          |
| <b>Total</b>                 |               | <b>669</b> | <b>604</b> |

En 2025, la hausse de la fréquentation des groupes d'adultes n'a pas suffi à corriger la baisse du public scolaire, particulièrement en ce qui concerne la visite du centre historique.

#### Visites guidées individuels (juillet-août)

|                              | Individuels (été) | 2024      | 2025      |
|------------------------------|-------------------|-----------|-----------|
| Arboretum                    |                   | 12        | 22        |
| Centre historique            |                   | 15        | 38        |
| Musée de la Tour des Prisons |                   | 6         | 26        |
| Arènes Francis-San-Juan      |                   | 20        | 0         |
| <b>Total</b>                 |                   | <b>53</b> | <b>86</b> |

On observe un frémissement de la fréquentation des visites guidées individuels estivales.

En revanche, peut-être du fait d'une précarité de l'offre (équipement indisponible à la visite certains jours), nous ne sommes pas parvenus à confirmer le bon démarrage de la visite guidée des arènes.

Ce mauvais résultat est aussi imputable à un déficit de communication évident et à un discours moins maîtrisé sur le sujet.

## SERVICES TOURISTIQUES MARCHANDS

### Les visites guidées

#### Visites guidées événementielles

Toujours dans l'objectif de mieux monitorer notre activité, nous créons cette rubrique afin d'extraire des statistiques générales les visites effectuées durant nos principaux événementiels : le printemps de l'arboretum, la nuit des musées, les rendez-vous aux jardins, la nuit des étoiles filantes et les journées européennes du patrimoine.

| Total événementiel           | 2024       | 2025       |
|------------------------------|------------|------------|
| Arboretum                    | 68         | 168        |
| Centre historique            | 78         | 44         |
| Musée de la Tour des Prisons | 35         | 48         |
| Arènes Francis-San-Juan      | 0          | 0          |
| <b>Total</b>                 | <b>181</b> | <b>260</b> |

On voit qu'en quelques dates, nous parvenons à mobiliser davantage de visiteurs que durant toute la saison estivale.

Comment expliquer ce prodige ? De différentes manières.

Tout d'abord, associer des visites guidées à un programme d'animation plus vaste ou à une ouverture de site exceptionnelle permet d'aiguiser la curiosité et la motivation des visiteurs potentiels.

À noter également qu'adossées aux opérations nationales type Rendez-vous aux jardins ou Les journées européennes du patrimoine, nos animations de médiation bénéficient d'une visibilité accrue.

#### Synthèse des visites guidées

| Total général                | 2024       | 2025       |
|------------------------------|------------|------------|
| Arboretum                    | 386        | 532        |
| Centre historique            | 314        | 207        |
| Musée de la Tour des Prisons | 148        | 211        |
| Arènes Francis-San-Juan      | 20         | 0          |
| <b>Total</b>                 | <b>868</b> | <b>950</b> |

### Les titres de transport



Osons l'écomobilité !

Suite à la transformation de la Communauté de communes du Pays de Lunel et Communauté d'agglomération Lunel Agglo, la collectivité intercommunale est devenue autorité organisatrice de la mobilité.

Dans la suite de la reprise de l'activité jusqu'alors opérée par Hérault Transport, la commercialisation des titres de transport du réseau Olé a été confiée à l'Office de tourisme.

Sur les 7 derniers mois de l'année, l'activité a généré un chiffre d'affaires de 3 264,50 € (intégralement reversés à Lunel Agglo).

Il est à noter que la charge de travail occasionnée par cette nouvelle mission assurée hors convention d'objectifs et de moyens a eu un impact significatif sur l'organisation de l'accueil.

## MARKETING | PROMOTION

### La communication print

#### Le plan d'éditions :

L'Office de tourisme édite un certain nombre de documents destinés à remplir des fonctions distinctes dans sa communication :

- Les livrets pratiques à tirage annuel,
- Les fiches patrimoines,
- Les fiches guides de visite d'équipements gérés (arboretum de Lunel, Musée de la Tour des Prisons),
- Les fiches de randonnée pédestre.
- Les fiches vélo (voies vertes et circuits VTT).

Ces documents sont disponibles en format papier, en téléchargement ou en consultation sur la plateforme Calaméo.

Le tirage et les traductions sont ajustés tous les ans pour chaque support.

#### Les livrets pratiques :



Guide d'accueil (hébergement, restauration, services...).

- Français : 6 000 exemplaires
- Anglais : 1 000 ex.
- Allemand : 1 000 ex.

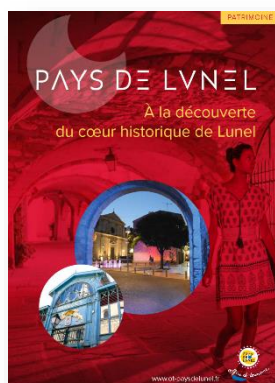


Agenda des manifestations du territoire des mois d'avril à décembre de l'année d'édition.

Français 7 000 ex.

#### Les fiches patrimoine :

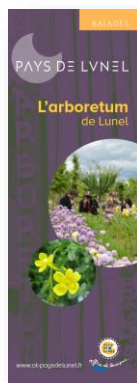
Boisseron, Lunel, Lunel-Viel, Marsillargues, Pays de Lunel et Saussines (retirage à épuisement).



## MARKETING | PROMOTION

### La communication print

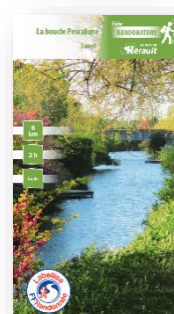
#### Les fiches guides de visite :



Musée de la Tour des Prisons et Arboretum de Lunel.

Guides de visite (retirage à épuisement).

#### Les fiches de randonnée pédestre et œnorando® :



#### Les fiches vélo :



## MARKETING | PROMOTION

### La communication digitale

#### Le site Internet :

En ligne depuis 2022, le site web [www.ot-paysdelunel.fr](http://www.ot-paysdelunel.fr) est un outil que nous avons continué à faire évoluer à la marge en 2025.

Nous présentons ici quelques faits saillants issus de Google Analytics, un outil qui, depuis la mise en place du RGPD, ne capte plus l'ensemble du trafic sur le site (les cookies doivent être acceptés par l'utilisateur).

#### Données quantitatives :

L'acquisition de trafic est en léger recul par rapport à l'année précédente : on relève 17 403 visiteurs uniques contre 18 289 en 2024.

En plus du pic estival, l'année 2025 est marquée par un pic printanier important le dimanche 20 avril.

Ces visiteurs ont affiché un total de 48 135 pages, confortant le travail de création et de mise à jour de contenus effectué depuis 2022.

Cela représente une moyenne 47,7 internautes par jour, avec un pic à 804 le dimanche 3 août 2025.



#### Données qualitatives :

Le profil de l'audience du site Internet reste inchangé : des visiteurs français à 92 % avec une présence inhabituelle d'internautes Étatsuniens.

Les grandes métropoles prédominent (Paris arrivant même en tête de la fréquentation de notre site), devant les lunellois. Fait encourageant au regard de notre stratégie de proximité : Montpellier monte sur la troisième marche du podium.

|                 | ↓ | Utilisateurs actifs      | Nouveaux utilisateurs    | VILLE       | UTILISATEURS ... |
|-----------------|---|--------------------------|--------------------------|-------------|------------------|
|                 |   | 17 361<br>100 % du total | 17 445<br>100 % du total |             |                  |
| Total           |   |                          |                          |             |                  |
| 1 France        |   | 16 027 (92,32 %)         | 16 030 (91,89 %)         | Paris       | 2,1 k            |
| 2 United States |   | 311 (1,79 %)             | 311 (1,78 %)             | Lunel       | 1,7 k            |
| 3 Belgium       |   | 200 (1,15 %)             | 195 (1,12 %)             | Montpellier | 1,4 k            |
| 4 Germany       |   | 128 (0,74 %)             | 121 (0,69 %)             | Lyon        | 1 k              |
| 5 Switzerland   |   | 122 (0,7 %)              | 120 (0,69 %)             | Toulouse    | 655              |
| 6 Netherlands   |   | 96 (0,55 %)              | 95 (0,54 %)              | Marseille   | 611              |
|                 |   |                          |                          | Grenoble    | 429              |

## MARKETING | PROMOTION

### La communication digitale

#### Les supports de consultation :

|                                        |                | ↓ Utilisateurs           |
|----------------------------------------|----------------|--------------------------|
| Catégorie de plate-forme et d'appareil |                | 17 361<br>100 % du total |
| 1                                      | web / mobile   | 12 326 (71 %)            |
| 2                                      | web / desktop  | 4 710 (27,13 %)          |
| 3                                      | web / tablet   | 391 (2,25 %)             |
| 4                                      | web / smart tv | 3 (0,02 %)               |

En 2025, le smart-phone représente encore, plus de 70 % des connections à notre site. À 27%, l'ordinateur personnel est le 2<sup>e</sup> média d'accès à ot-paysdelunel.fr

Enfin, pour l'anecdote, on relève 3 connexions à partir d'une smart TV.

#### L'acquisition de trafic :

|       |                | ↓ Sessions      |
|-------|----------------|-----------------|
| Total |                | 21 150          |
| 1     | Organic Search | 17 829 (84,3 %) |
| 2     | Direct         | 2 801 (13,24 %) |
| 3     | Referral       | 502 (2,37 %)    |
| 4     | Organic Social | 102 (0,48 %)    |
| 5     | Unassigned     | 60 (0,28 %)     |
| 6     | Paid Search    | 5 (0,02 %)      |

84,3 % des consultations du site sont acquis via les moteurs de recherche (google à 80,5 %), contre seulement 13,24 % qui ont directement tapé l'URL de notre site dans la barre d'adresse du navigateur.

Via le référencement (2,4 pts.) et les autres sources, le trafic est faible.

#### Les pages les plus populaires :

Le top 10 des pages les plus consultées, est logiquement dominé par la page d'accueil.

Puis parmi les pages et thèmes les plus populaires, on trouve comme l'an passé, par ordre décroissant d'intérêt : le patrimoine : (les villes et villages, les sites remarquables, et le cœur historique de Lunel) ; les animations (\agenda, \tous-les-evenements, \les-fetes-et-manifestations) et les activités de pleine nature, avec la rubrique « respirer » et \les-loisirs-sportifs.

|       |                                                                           | ↓ Vues                   | Utilisateurs actifs      |
|-------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Total |                                                                           | 48 135<br>100 % du total | 17 361<br>100 % du total |
| 1     | Pays de Lunel - Office de Tourisme du Pays de Lunel                       | 6 788 (14,1 %)           | 4 178 (24,07 %)          |
| 2     | Tous les événements - Office de Tourisme du Pays de Lunel                 | 2 014 (4,18 %)           | 782 (4,5 %)              |
| 3     | Respirer - Office de Tourisme du Pays de Lunel                            | 1 409 (2,93 %)           | 748 (4,31 %)             |
| 4     | Tous les événements - Office de Tourisme du Pays de Lunel                 | 1 406 (2,92 %)           | 704 (4,06 %)             |
| 5     | Villes et villages du Pays de Lunel - Office de Tourisme du Pays de Lunel | 1 381 (2,87 %)           | 836 (4,82 %)             |
| 6     | Sites remarquables - Office de Tourisme du Pays de Lunel                  | 1 231 (2,56 %)           | 663 (3,82 %)             |
| 7     | Le cœur historique de Lunel - Office de Tourisme du Pays de Lunel         | 1 121 (2,33 %)           | 496 (2,86 %)             |
| 8     | Gîtes et meublés - Office de Tourisme du Pays de Lunel                    | 1 072 (2,23 %)           | 127 (0,73 %)             |
| 9     | Fêtes et manifestations - Office de Tourisme du Pays de Lunel             | 871 (1,81 %)             | 384 (2,21 %)             |
| 10    | Loisirs sportifs - Office de Tourisme du Pays de Lunel                    | 856 (1,78 %)             | 269 (1,55 %)             |

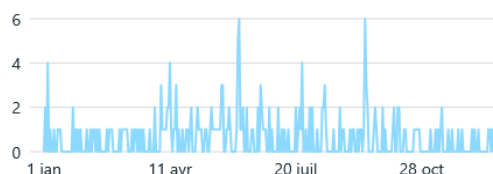
## MARKETING | PROMOTION

### La communication digitale

#### La performance de la page :

En 2025, la page Facebook de l'Office de tourisme de Lunel Agglo a gagné 209 *followers* à pour un total de 4 811. Le rythme de l'enrôlement a à nouveau baissé (-24,3 %) par rapport à 2024.

**Followers en plus**  
209 ↓ 24,8 %

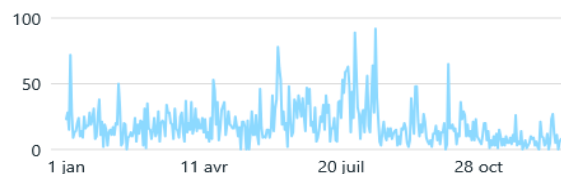


nouveaux *followers*.

Les visites de la page ont drastiquement chuté de -33,3 % à 6 800 visites. Nous n'avons pas pu récupérer les données liées à la couverture de la page en raison d'une modification de la politique de Meta.

#### Visites

6,8 K ↓ 33,3 %



L'absence de la personne en charge des réseaux pendant 7 mois, a logiquement pesé sur les performances de la page et en dépit des efforts de l'équipe pour poster des contenus, nous n'avons pas pu en produire suffisamment (voir ci-après) pour endiguer l'érosion des consultations.

#### La performance des contenus

En 2025, nous avons publié ou republié 134 contenus (soit 163 de moins que l'année d'avant). Le top 5, en termes de vues, est centré sur l'évènementiel. La première publication la plus populaire se distinguent très nettement des autres et cible une visite du centre historique avec guide



| Date                       | Sujet                          | Audience* |
|----------------------------|--------------------------------|-----------|
| Vendredi 12 septembre 2025 | Visite guidée centre de Lunel  | 11 963    |
| Samedi 21 juin 2025        | Concert Julien Doré            | 6 182     |
| Mercredi 04 juin 2025      | Les Terrasses du jeudi         | 6 100     |
| Samedi 15 mars 2025        | Exposition Monet, musée Médard | 4 572     |
| Jeudi 02 octobre 2025      | Visite guidée Saussines        | 3 386     |

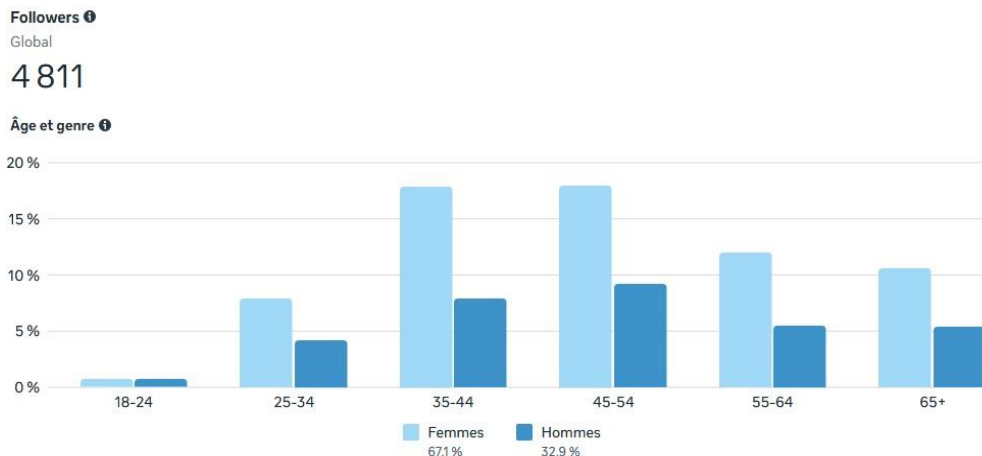
## MARKETING | PROMOTION

### La communication digitale

#### L'audience de la page :

L'audience Facebook est très majoritairement féminine (comme l'an passé).

Le cœur de notre audience se situe dans la tranche d'âge de 35-54 ans.

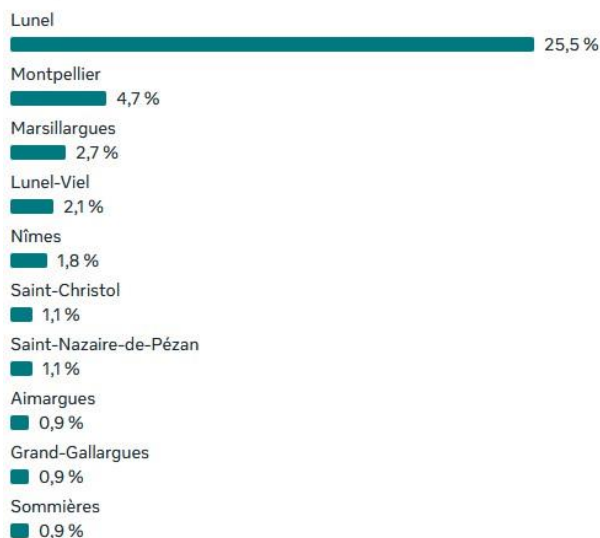


Nos *followers* sont à 98 % des français. Logiquement, un quart de notre communauté habite Lunel.

Au-delà de Lunel, plusieurs communes de la Communauté d'agglomération sont bien représentées dans l'audience de notre page Facebook.

À noter qu'elle est également bien consultée à Montpellier (où se trouve peut-être une diaspora Pescalune).

#### Principales villes



#### Chiffres clés Facebook :

En résumé, en 2025, la page Facebook de l'Office de tourisme de Lunel Agglo a :

- gagné 209 followers à 4 811,
- enregistré une régression de sa fréquentation d'environ un tiers (vs 2024) à 6 800 visites,
- généré 150 226 vues, 1 502 réactions (like, j'adore, ...), 401 partages et 95 commentaires.
- provoqué un total de 4 903 interactions (-59,3 % vs 2024) en ajoutant les clics et les enregistrements aux réactions, commentaires et partages.

**MARKETING | PROMOTION****Le plan marketing 2025****Une nécessaire prise de conscience politique**

Le tourisme souffre historiquement dans notre pays d'un manque de considération qui grève la capitalisation économique de cette activité. Il s'agit pourtant d'une des principales sources de revenus (77,5 milliards d'euros), un employeur important (1,3 million de salariés, uniquement dans le secteur de l'hébergement-restauration en 2022) à l'échelle nationale.

C'est aussi la principale manne du département de l'Hérault. Mais la politique touristique départementale, phagocytée par sa mission sociale, peine à dépasser la rente de la mission Racine : les investissements les plus notables réalisés dans ce secteur avaient alors été portés par l'État.

Dans ce département schématiquement positionné sur un tourisme social et littoral, ce sont aujourd'hui, en majorité, des investissements privés qui s'efforcent de peser sur l'offre à venir.

Le territoire qui porte aujourd'hui le nom administratif de Lunel Agglo est une terre de traditions, de savoir-faire, d'identité, peu identifiée à l'échelle départementale et donc plongée dans un certain anonymat.

À mesure que l'on « descend » dans l'organisation politique territoriale, l'intérêt pour le tourisme décroît.

**L'Office de tourisme éveille les consciences**

Pour provoquer une prise de conscience et vulgariser la culture du tourisme et de l'accueil, l'Office de tourisme s'est engagé à faire connaître les retombées actuelles du tourisme généralement méconnues. L'observatoire que nous avons commencé à construire et qui est largement illustré dans ce rapport, constitue donc une brique du plan marketing, une partie des fondations nécessaires à l'émergence d'une culture de l'accueil et du tourisme.

**Cohérence et opportunisme**

Sans ligne directrice forte et claire et avec une image peu marquée, l'Office de tourisme a fait le choix d'adopter une politique marketing originale : la stratégie du porte-bagages. Elle consiste à profiter des actions ouvertes et collaboratives de grands acteurs pour bénéficier indirectement de leurs moyens de communication.

Ainsi, l'Office de tourisme de Lunel Agglo participe à plusieurs volets du plan marketing de l'Agence de développement touristique Hérault Tourisme ou à des opérations portées par le Comité régional du tourisme et des loisirs (CRTL) Occitanie Sud de France.

Cette stratégie repose sur deux piliers : la cohérence et l'opportunisme.

La cohérence, car lorsqu'on ne possède pas un nom et une image puissants, il peut être judicieux de s'abriter sous une marque ombrelle pour profiter de son attractivité.

L'opportunisme, car notre stratégie consiste à tirer parti de toutes les opportunités de notre environnement.

**MARKETING | PROMOTION****Le plan marketing 2025****Communication salon :**

Nous avons été présents sur le Salon du randonneur, à la Cité internationale des congrès de Lyon, les 21, 22 et 23 mars 2025, en partenariat ADT 34.

Budget alloué (négocié) : 1 000 €

**Contrat de destination  
Montpellier Languedoc :**

Le principe des contrats de destination consiste à mutualiser des moyens de promotion dans la cadre de conventions tripartites conclues entre le CRTL Occitanie Sud de France, Atout France (au titre des campagnes paneuropéennes) et les partenaires locaux de la destination.

Le contrat de destination Montpellier Languedoc est bâti autour des villes de Montpellier, Sète et Lunel et de l'expérience Ville – Vigne – Mer correspondant au triptyque des univers de la culture, de la nature et du littoral.

Les marchés cibles prioritaires, pour prétendre aux financements Atout France sont forcément européens et concernent : les Pays-Bas, l'Allemagne et l'Espagne.

Dans le cadre du volet 2025 du Contrat de destination, nous avons réalisé l'accueil presse de journalistes espagnols le samedi 29 novembre 2025.

Nous leur avons proposé une découverte guidée de la ville avec une double grille de lecture : historique (visite commentée du centre historique de Lunel) et gastronomique (découverte des halles de Lunel et déjeuner à la Maison Soubeiran).

**Maison Soubeiran. La cocina del instante de Lunel**

Publicado el 12.12.2025



Visitamos Lunel, cerca de Montpellier, descubrimos el proyecto culinario de Maison Soubeiran. La chef Carole articula una cocina intuitiva, efímera y de proximidad que respeta el ritmo de la naturaleza.

Budget alloué : 1 500 €

Cette opération a aussi eu des retombées économiques directes auprès de notre Guide conférencière et de la Maison Soubeiran.

## ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

### Les circuits VTT

#### Le rôle de l'animateur APN :

Le référent activités de pleine nature est un poste à mi-temps, complété par un mi-temps de Conseiller en séjour, occupé par Julien SAINT-UPÉRY.

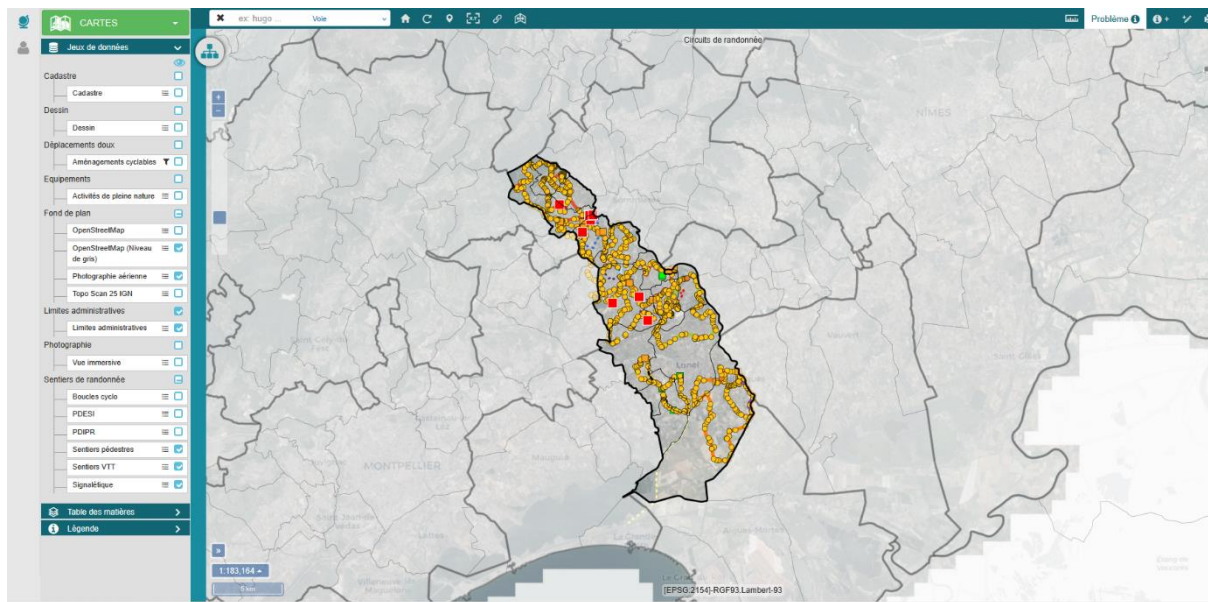
Ce demi-poste opéré pour le compte de la Communauté d'agglomération implique à la fois des sorties terrain, mais aussi un volet administratif non négligeable : identification des prestataires, relation avec les parties prenantes, suivi des lignes budgétaires dédiées à la mission, communication, prospective...

#### Entretien et rebalisateur :

L'entretien et re-balisage de l'intégralité des circuits VTT sur le terrain représente un total de **12 journées complètes**.

L'ensemble des circuits VTT et des randonnées pédestres est fréquemment contrôlé en association avec la régie d'emploi et de service (R.E.S), pour assurer, tout au long de l'année, l'entretien constant des chemins et du balisage. Une mise en place importante de poteaux en bois permettant d'apposer des balises sur les endroits sans support a été effectuée.

Chaque sortie donne lieu à un compte-rendu sur le Système d'Informations Géographique (S.I.G) de la communauté d'agglomération. Les problèmes et incidents relevés sont géolocalisés, photographiés et légendés.



#### Légende :

Balise VTT = rond : rouge = mauvais état, orange = moyen, jaune = bon.

Triangle rouge = erreur de tracé (non concordance avec le balisage terrain).

Carré rouge = problème (végétation, signalétique arrachée...)

Symbole entouré d'un trait noir = action requise sur le terrain (couper une branche, changer un numéro de balise, replanter des piquets, etc.)

## ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

### Les circuits VTT

#### La régie des emplois et des services :

La régie des emplois et des services est une entreprise d'insertion qui réalise différents types de travaux pour la Communauté d'agglomération. Elle met en œuvre les interventions identifiées par l'animateur APN (activités de pleine nature).

En 2025, le référent APN a consacré **9 journées** à former et encadrer les nouveaux agents aux méthodes de balisage et au fonctionnement du logiciel, afin de gagner un temps précieux lors des sorties de terrain.

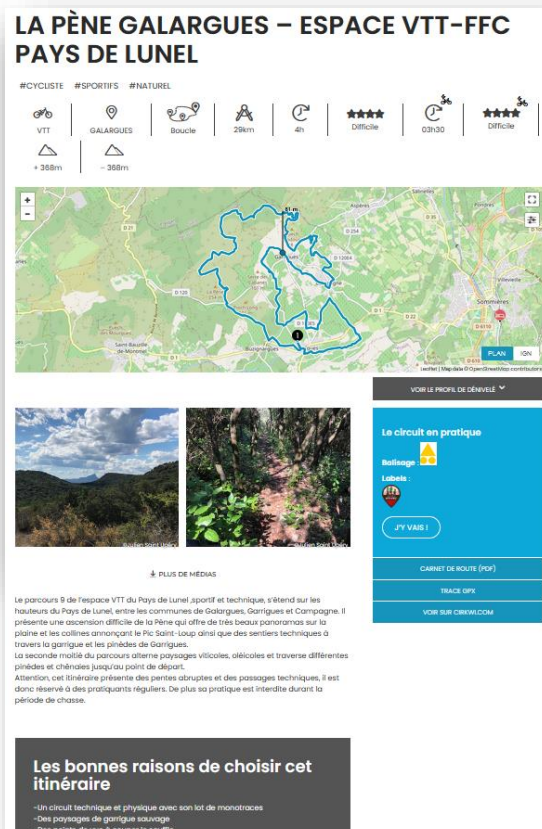
La coopération avec la régie implique une formation régulière, les personnels de cette entreprise d'insertion ayant vocation à retrouver une activité professionnelle pérenne.

Le satisfecit du renouvellement du label SITE VTT-FFC (voir capture d'écran de renouvellement ci-dessous) est la preuve que le travail conjoint de notre animateur APN, de la Communauté d'Agglomération Lunel Agglo et de la régie des emplois et des services a porté ses fruits.

| VOTRE DÉCISION POUR LE LABEL SITE VTT-FFC® 2025              |                                                                         |                                 |
|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| Pour cocher votre choix = Cliquer sur la case correspondante |                                                                         |                                 |
| <input checked="" type="checkbox"/> ACCEPTÉ                  | <input type="checkbox"/> ACCEPTÉ SOUS CONDITIONS - FORMULAIRE À REMPLIR | <input type="checkbox"/> REFUSÉ |

#### Valorisation des itinéraires :

Le widget Hérault Tourisme permet de faire remonter les circuits VTT et pédestres sur notre site web. C'est une façon de valoriser le travail réalisé sur le terrain par les équipes et de promouvoir notre territoire en tant que destination *outdoor* douce et familiale...



## ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

### Les sentiers de randonnée pédestre

#### Volet administratif :

Une des missions de l'animateur des APN est de veiller au respect du cadre légal, notamment en ce qui concerne le droit de passage sur les propriétés privées. Une convention tripartite décennale est conclue entre la Communauté d'agglomération, la Commune et le propriétaire de la parcelle traversée, pour arrêter les engagements de chaque partie.

L'animateur des APN est en charge du suivi de ces conventions.

#### Entretien et rebalisateur :

L'entretien et le re-balisage, indispensables à la continuité des sentiers de randonnée pédestre, s'effectuent en alternance avec les itinéraires VTT à raison d'une sortie par semaine hors période estivale.

#### Un travail collaboratif :

Depuis 2023, l'Office de tourisme de Lunel Agglo bénéficie, en temps réel, d'alertes déposées sur l'application mobile « Suricate », par des randonneurs rencontrant d'éventuels problèmes sur les circuits.

De nombreux problèmes (chutes d'arbres, manque de signalétique, dépôts sauvages...) ont ainsi pu être identifiés, géolocalisés puis résolus grâce à cette application collaborative.

Par ailleurs, un contact régulier est en place avec les mairies du territoire pour régler les différents problèmes signalés par les randonneurs et autres usagers (champs labourés, défaut de parking, barriérage sauvage, etc.)

Un contrôle de la Fédération Française de Randonnées a eu lieu à la date du 01/04/2025, afin de s'assurer du bon entretien des 3 PR (circuits de petite randonnée) labellisés FFRP sur le territoire. Cette journée a permis de mettre en lumière l'absence sur le terrain de mention des numéros figurant dans les fiches de randonnée, lesquels renvoient vers des indications d'orientation aux principaux croisements. Le référent APN a donc, durant les semaines qui ont suivi, numéroté l'intégralité des circuits en collaboration avec la régie d'emploi et de services.

#### Une stratégie de montée en gamme contrariée :

Faute de moyens alloués, nous n'avons pas encore pu mettre en œuvre la stratégie de montée en gamme que nous espérions pour les circuits de petite randonnée.

Le budget des activités de pleine nature, intégré au services Moyens et cadre de vie de la Communauté d'agglomération n'est pas suffisant pour mettre en œuvre cette stratégie.

#### Les chiffres clés des APN :

- 9 journées terrain d'encadrement de la régie emploi et services (R.E.S.),
- 19 journées d'entretien et de rebalisateur des circuits VTT et pédestres,
- 3 journées d'entretien de la Via ferrata et de réfection de sa signalétique,
- 1 journée de contrôle des randonnées pédestres avec la Fédération Française de Randonnée.

## ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

### La via ferrata

#### La Roque, un site à forts enjeux :

Le site de la Roque de Saint-Sériès est une pépite, un site rare et sous-exploité, avec un potentiel exceptionnel qui pourrait accueillir un aménagement à la fois ambitieux et respectueux de la naturalité du site.

#### Reprise de la signalétique :

Cette année 2025 a été marquée par le projet de réfection totale de la signalétique de la via ferrata et de son accès, porté par la société SP Signalétique. Le coût total de l'opération s'est élevé à 12 424,28 € TTC. Ce montant comprend la création graphique, l'installation, la pose et la dépose de l'ancienne signalétique. Au total une trentaine de panneaux, panneaux, flèches directionnelles et Relais d'Informations de Sécurité ont été installés en épousant la charte graphique du département de l'Hérault.



#### La maintenance de l'installation :

La maintenance préventive et curative est assurée par **Technigrimp**. La conformité pour une ouverture au public a été attestée par les deux inspections de **SEREC Contrôle** réalisées en avril et en octobre 2025.

#### La fréquentation :

En 2025, l'éco-compteur de la via ferrata de La Roque de Saint-Sériès a comptabilisé 5 509 passages sur le parcours. L'instrument a été recalibré pour rendre les données plus fiables.

Le site enregistre une moyenne journalière de 15 passages et un pic de fréquentation le samedi 7 juin 2025 avec 226 passages. Ce qui en fait un des équipements sportifs de cette catégorie les plus fréquentés du territoire.

