

Dossier
de candidature
initiale au label
**Vignobles &
Découvertes**

 **VIGNOBLES
DE PROVENCE
& DE MÉDITERRANÉE**
Un balcon sur les îles d'Or





Deux territoires, une vision commune... et désormais une nouvelle destination pour un œnotourisme d'excellence!

Parce que **Méditerranée Porte des Maures** et **Provence Méditerranée** partagent des valeurs et une vision à la fois commune et complémentaire, ces deux territoires s'unissent autour d'une ambition partagée: créer une destination œnotouristique d'exception, où l'authenticité des traditions se mêle à l'innovation.

Cette nouvelle destination se nomme Vignobles de Provence & de Méditerranée, un balcon sur les îles d'Or.

Ensemble, ils valorisent leur patrimoine viticole riche et diversifié, des paysages exceptionnels façonnés par la mer Méditerranée et les reliefs environnants, et une culture de l'accueil reconnue. Ancrés dans la tradition provençale, ces territoires partagent un profond respect pour leur environnement et leurs terroirs. Les vignobles, souvent familiaux, sont le reflet d'un savoir-faire transmis à travers les générations, où durabilité et qualité s'allient pour proposer des vins uniques.

Les visiteurs ne viennent pas seulement déguster: ils découvrent des histoires, des expériences sensorielles et culturelles inoubliables. Balades dans les vignes, ateliers de dégustation, événements artistiques,

chaque visite se transforme en un moment de partage et d'émerveillement, enrichi par la découverte des produits locaux emblématiques de la région, comme l'huile d'olive et le miel, qui enrichissent l'expérience œnotouristique en stimulant tous les sens.

Cette candidature commune au label Vignobles & Découvertes incarne une dynamique de coopération exemplaire. Les deux territoires, tout en préservant leur identité, conjuguent leurs forces pour bâtir une destination attractive et complémentaire. Avec des actions concertées, des projets innovants, et une vision tournée vers l'avenir, Méditerranée Porte des Maures et Provence Méditerranée souhaitent faire de leur destination **Vignobles de Provence & de Méditerranée** un modèle d'excellence, où l'œnotourisme devient un levier majeur de valorisation du territoire.

Portée par une identité forte, jeune et dynamique, cette démarche est avant tout une invitation: celle de vivre une expérience unique, façonnée par les hommes et les femmes passionnés qui œuvrent au rayonnement de ces vignobles d'exception.

Sommaire

PRÉSENTATION DE LA DESTINATION CANDIDATE 5

1. La destination candidate 6

1.a. Présentation de la destination..... 6

1.a.1 Présentation de la région 6

1.a.2 Présentation du département du Var 8

1.a.3 Cartographie de la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée 10

1.a.4 Présentation des atouts touristiques de la destination 11

1.a.5 Quelques incontournables de la destination 13

1.b Approche filières touristiques 15

1.b.1 Les enjeux d'une organisation par filière 15

1.b.2 Les enjeux d'une implication active et partagée en faveur de la biodiversité et de l'environnement 25

1.b.3 Les enjeux de préservation et de développement d'un patrimoine bien vivant 29

1.c Genèse de la candidature 36

1.c.1 Introduction 36

1.c.2 État des lieux 37

1.c.3 Une candidature inter-communautaire 39

1.d Présentation 40

1.d.1 Le nom de la destination 40

1.d.2 Le logotype 41

1.d.3 L'univers colorimétrique et typographique 43

1.d.4 Les principes de construction 44

1.e Le périmètre couvert 45

1.f Le bassin viticole..... 46

1.g Le représentant de la destination candidate 49

2. Les atouts touristiques et œnotouristiques 50

2.a Le tourisme aujourd'hui en Vignobles de Provence & de Méditerranée 50

2.a.1 Une destination entre terre et mer 50

2.a.2 Offre touristique: chiffres clés 51

2.a.3 Le réseau performant des offices de tourisme 52

2.b L'œnotourisme aujourd'hui en Vignobles de Provence & de Méditerranée 55

2.b.1 État des lieux 55

2.b.2 Zoom sur le bilan Méditerranée Porte des Maures 60

3. Les motivations et objectifs stratégiques 61

3.a Les enjeux 61

3.a.1 Un enjeu national de développement et de croissance économique 61

3.a.2 Un levier pour notre économie touristique et notre positionnement 62

3.b Nos objectifs 63

3.c Nos atouts..... 64

3.d La gouvernance – convention partenariale..... 65

3.d.1 Gouvernance 65

3.d.2 Le comité de pilotage 66

3.d.3 Le comité technique 68

3.d.4 La convention partenariale 69

4. La stratégie de développement de l'œnotourisme vue par la destination 78

4.a L'animation du réseau 79

4.b Les actions déjà menées en 2024..... 81

4.c Les actions de commercialisation 83

4.d La consommation responsable..... 84

4.e La satisfaction clients et la démarche de progrès 85

4.e.1 Le client, au cœur de nos préoccupations 85

4.e.2 Du côté des professionnels 86

4.f Le plan d'actions prévisionnel..... 87

4.f.1 Animation du label 88

4.f.2 Qualification de l'offre œnotouristique 90

4.f.3 Communication et promotion 91

4.f.4 Commercialisation 93

4.f.5 D'autres actions encore... 94

PRÉSENTATION DES PARTENAIRES ENGAGÉS 95

Les partenaires engagés dans la démarche 96

Carte des partenaires de la destination 97

Les fiches caves 98

Les fiches hébergement 181

Les fiches restaurant 270

Les fiches activités 349

Les fiches sites patrimoniaux 406

Les fiches événements 437

Les fiches offices de tourisme 511

Les fiches structures réceptives 530



PARTIE I

Présentation de la destination candidate

[RETOUR AU
SOMMAIRE](#)

1. La destination candidate

1.a. Présentation de la destination

1.a.1 Présentation de la région

Région Provence-Alpes-Côte d'Azur : entre mer et montagnes, *le soleil se lève au Sud**

La région Provence-Alpes-Côte d'Azur, également appelée Région Sud, séduit les visiteurs du monde entier par la beauté de ses paysages, et par la très grande diversité d'expériences que permettent ses nombreux atouts :

- Une accessibilité facilitée par le déploiement d'infrastructures de transports performantes;
- Une promesse d'ensoleillement exceptionnelle avec 300 jours par an en moyenne;
- Une mosaïque de richesses naturelles et de mieux en mieux préservées, entre mer, montagnes, massifs boisés, plaines cultivées;
- Une palette d'offres de loisirs inégalable, entre activités nautiques et sous-marines, découvertes de pleine nature, sports de montagne, visites culturelles;

- Une richesse patrimoniale authentique incarnée par ses villages pittoresques, ses monuments, ses champs de lavande, sa gastronomie provençale réputée, ses marchés colorés;
- Une mixité culturelle et un rayonnement artistique exemplaires, entre tradition et modernité.

Entre l'effervescence balnéaire de la Côte d'Azur, le silence majestueux des sommets alpins, et l'écho des villages perchés sur les collines ensoleillées de Provence, ces contrastes se fondent en une identité unique pour offrir un condensé d'émotions, de sensations et d'émerveillement, à tout moment et en toute saison...



RETOUR AU
SOMMAIRE

*Slogan de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur lancé en mai 2023

La région Provence-Alpes-Côte d'Azur, c'est aussi...



UNE RÉGION PROCHE ET ACCESSIBLE

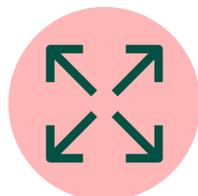
4 aéroports internationaux et 2 aéroports d'affaires

155 gares d'Avignon à Menton dont beaucoup desservies par des lignes à grande vitesse



UNE DIVERSITÉ CULTURELLE ET ARTISTIQUE FOISSANTE

400 musées dont 5 nationaux
20 festivals de renommée mondiale dont le Festival de Cannes, les Chorégies d'Orange et le Festival d'Avignon



UN ESPRIT OUVERT SUR TOUS LES HORIZONS

900 km de littoral méditerranéen
135 ports de plaisance
68 stations de ski



DES TRÉSORS PRÉSERVÉS

13 parcs naturels nationaux et régionaux, couvrant 60 % du territoire de la Région Sud
2 200 monuments classés
5 sites inscrits au patrimoine mondial de l'Unesco

Un tourisme d'excellence au cœur de l'économie régionale

La Région Sud accueille **30 millions de séjours touristiques par an**, dont près de 7 millions réalisés par des visiteurs internationaux, et 213 millions de nuitées. Le tourisme est donc une véritable force économique pour la Région Sud puisqu'il génère **20 milliards d'euros de recettes annuelles**, soit 13 % du PIB régional (2^e région française).

Pas moins de **25 000 entreprises TPE/PME exercent dans le secteur touristique**, principalement dans l'hébergement, la restauration, le transport et les activités de loisirs sportifs et culturels. Sur les **149 000 emplois engendrés**, 120 000 sont salariés soit 9 % des emplois salariés régionaux.

Secteur économique d'excellence pour la région, le tourisme est un facteur d'attractivité et de développement durable pour son économie, ses emplois, ses territoires et ses habitants.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

1.a.2 Présentation du département du Var

Var – Provence – Méditerranée : la trilogie du bien vivre

Premier département forestier de France, le Var est un territoire aux mille facettes se révélant tour à tour dans un cadre naturel d'une rare préservation. Avec ses massifs, ses plages, son patrimoine et sa douceur de vivre, le Var se présente comme une destination où chacun peut trouver l'expérience qui lui ressemble : la détente, l'évasion, l'aventure, l'exploit, la découverte, la culture, l'histoire, la gastronomie, le partage...

Une invitation permanente à l'art du bien être et du bien vivre.

Le Var, 1^{er} département touristique de France (après Paris)

Chaque année, le Var attire **plus de 8 millions de visiteurs** générant 66 millions de nuitées et des recettes d'environ **3.7 milliards d'euros**. Cette fréquentation est soutenue par une offre d'hébergements diversifiée et par des infrastructures adaptées.

La nouvelle politique touristique départementale est guidée par la volonté d'un engagement fort en faveur du tourisme durable. Lisser la fréquentation

toute l'année en diversifiant une offre touristique hors saison estivale, développer l'œnotourisme et l'agritourisme, valoriser les espaces naturels protégés pour découvrir le territoire autrement qu'à travers son littoral, soutenir les initiatives locales en faveur d'une approche touristique originale et diversifiée... font notamment partie des priorités affichées par l'Agence Départementale du Tourisme (ADT) Var Tourisme.

[RETOUR AU
SOMMAIRE](#)

| Le Var, département le plus attractif de la Région Sud



Un littoral emblématique et des paysages diversifiés

- Avec ses plages de sable fin, ses criques isolées et ses côtes encore sauvages, le littoral varois est l'un des plus prisés de France.
- La rade de Toulon est considérée comme l'une des plus belles d'Europe.
- Ses nombreuses stations balnéaires sont réputées dans le monde entier.
- À quelques kilomètres dans les terres, le Var se métamorphose en collines verdoyantes, massifs forestiers et montagnes.
- Parmi les sites naturels emblématiques, les Gorges du Verdon, surnommées le « grand canyon européen ».



Des villages authentiques et immersifs

- Les nombreux villages perchés du Var, caractérisés par leurs ruelles étroites, leurs maisons de pierres, les façades fleuries, sont une immersion dans la culture provençale, rythmée par les fêtes locales, les artisans passionnés et les marchés colorés.



Une destination au grand air

- Randonnée, vélo, sports nautiques ou de pleine nature... le Var est le paradis des amateurs de plein air où chaque activité est l'occasion d'une découverte et d'un émerveillement.
- Les Parcs Naturels Régionaux de la Sainte-Baume et du Verdon, le Parc National de Port-Cros avec ses îles d'Or en sont quelques bijoux parmi tant d'autres...

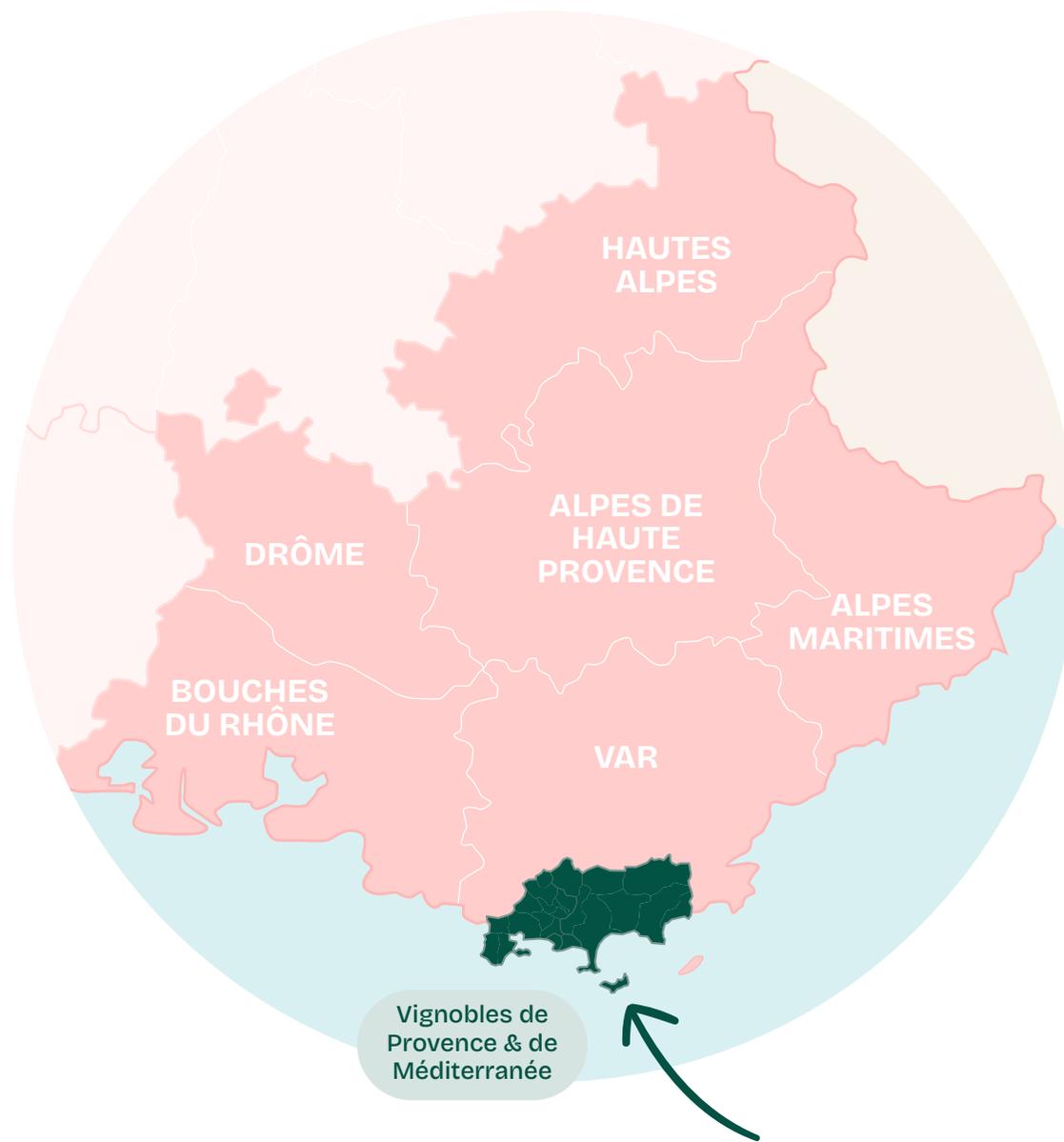
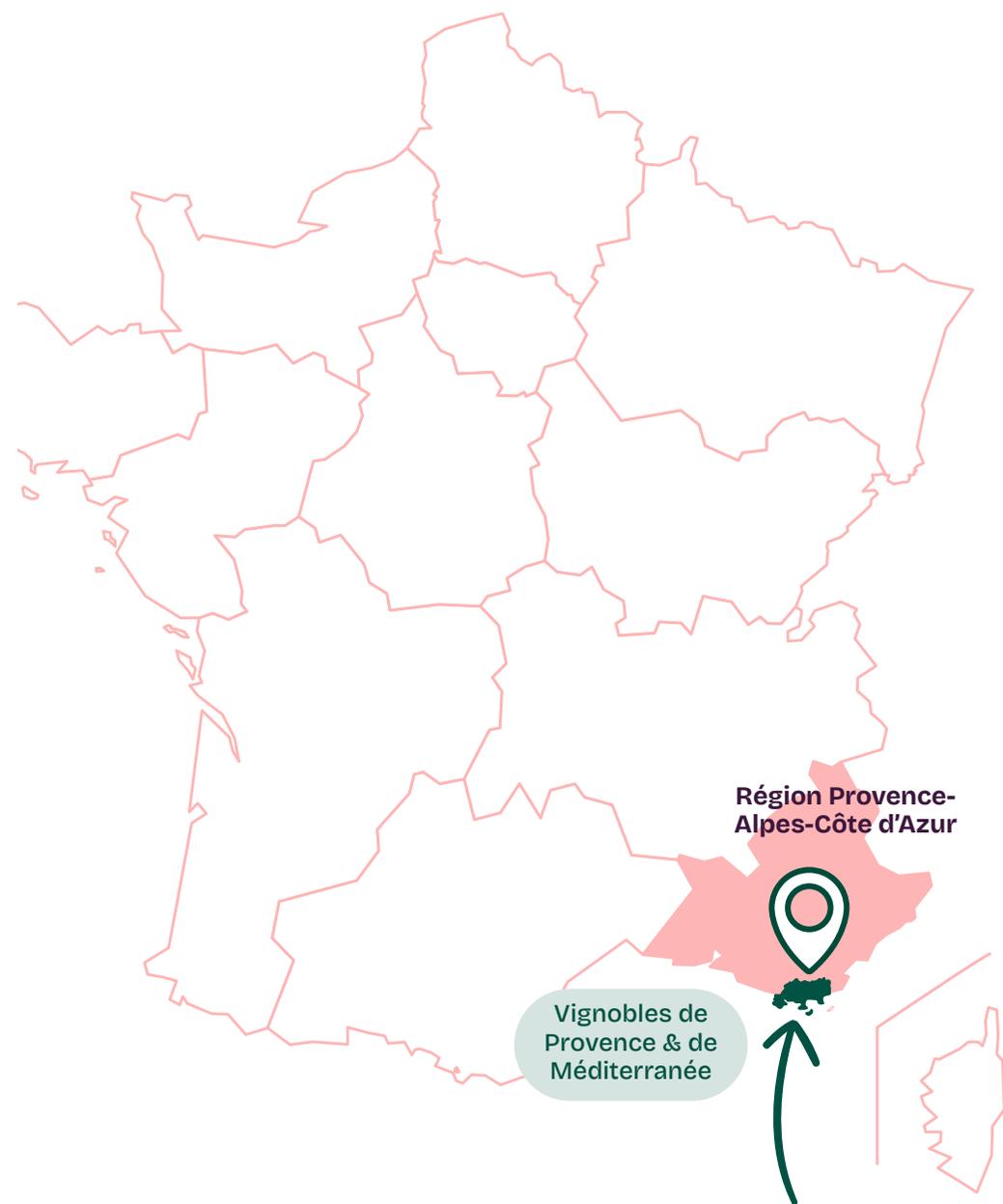


Gastronomie et terroir: un voyage des sens

- Côté gastronomie, le Var ne manque pas d'arguments non plus! Les marchés locaux débordent de produits méditerranéens qui éveillent les sens, comme l'huile d'olive, les fromages de chèvre, le miel, les herbes aromatiques.
- Le département est également réputé pour ses vins qui font sa renommée à l'international, notamment les appellations Côtes de Provence et Bandol. Des circuits œnotouristiques permettent aux visiteurs de découvrir les vignobles et de déguster les crus dans des domaines souvent perchés sur des collines ou bordés par la mer.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

1.a.3 Cartographie de la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée



1.a.4 Présentation des atouts touristiques de la destination

Vignobles de Provence & de Méditerranée : naissance d'une destination touristique et viticole unique entre terre et mer

18
communes

500 000
habitants

235 km
de littoral

62 %
de surface
forestière

Née de l'union des territoires Méditerranée Porte des Maures et Provence Méditerranée, **la destination «Vignobles de Provence & de Méditerranée»** dessine une nouvelle entité territoriale, alliant vignobles de caractère, patrimoine naturel préservé, et cadre de vie provençal. Une terre d'accueil unique, entre la beauté de son littoral et les décors contrastés de ses terres.

Ses **18 communes** aux identités affirmées et complémentaires, contribuent à cultiver des valeurs fortes, nourries et partagées par près de **500 000 habitants**.

Avec ses **235 kilomètres de littoral**, cette destination dévoile tour à tour ses plages de sable doré, ses criques sauvages bordées de pins parasols, ses falaises escarpées surplombant une mer cristalline. À l'horizon, des îles se dressent, bijoux naturels et préservés: les célèbres îles d'Or, composées de Porquerolles, Port-Cros et Le Levant, ou bien encore l'île des Embiez qui accueille l'Institut

océanographique Paul Ricard, sont de véritables paradis pour les amateurs de plongée, de randonnée et d'observation de la nature, mais surtout de véritables refuges de la biodiversité méditerranéenne, terrestre et marine.

À peine éloigné du littoral, le paysage chavire et révèle les reliefs du Massif des Maures, recouverts de forêts de châtaigniers et de chênes-lièges. Sur les **79 890 ha** qui la composent, la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée abrite **62 % de surface forestière** soit près de 50 000 ha.

14 % du territoire (soit 11 200 ha) sont par ailleurs **dédiés à l'exploitation agricole**, et majoritairement aux vignes ancrées dans l'ADN de la destination. Il faut dire que l'ensoleillement optimal, la richesse des sols et la proximité maritime constituent trois atouts fondamentaux pour créer des vins de caractère qui ancrent cette renommée internationale.

RETOUR AU
SOMMAIRE

Avec plus de **81100 entreprises**, la destination « Vignobles de Provence & de Méditerranée » représente un bassin de plus de **190 000 emplois**.

Sur les quelque **288 000 logements recensés** près de 233 500 sont des résidences principales.

Une terre de traditions et de modernité

Le charme de cette destination s'illustre aussi par la diversité d'un patrimoine historique et architectural qui a su grandir avec son temps. Ainsi, à l'authenticité incarnée par des villages pittoresques comme Bormes les Mimosas, Le Revest-les-Eaux ou Collobrières, se mêlent des communes comme Hyères ou Toulon qui ont su habiller leurs cœurs historiques préservés, d'un cadre citadin contemporain. Ainsi, les trésors hérités d'un riche passé comme des châteaux médiévaux, les forts Vauban, des villas de la Belle Époque côtoient harmonieusement bien d'autres édifices plus modernes qui n'en sont pas moins exceptionnels.

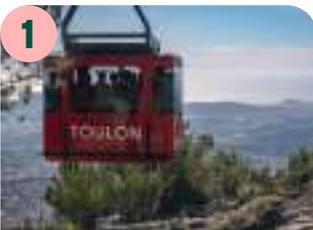
Un héritage parfaitement compatible avec l'élan et le dynamisme de ce territoire qui foisonne d'activités sportives et culturelles. Tout au long de l'année, les festivals de jazz, de danse, de photographie, les expositions de renommée internationale, rythment les saisons et attirent un public toujours plus nombreux et varié. Des lieux emblématiques, comme la Villa Noailles à Hyères, la scène nationale Châteauvallon Liberté à Toulon/Ollioules célèbrent l'expression artistique dans sa plus vaste pluridisciplinarité. Ce territoire est aussi ancré dans la modernité en tant que Terre de Jeux Olympiques et Paralympiques, et accueille des événements sportifs de grande ampleur tels que la Coupe du Monde de Rugby et l'America's Cup.

“Vignobles de Provence & de Méditerranée” incarne l'essence même d'une destination offrant une expérience immersive unique, marquée par l'élégance d'un territoire où se conjuguent nature, culture, découverte et plaisir des sens. Une destination à taille humaine, où il fait « simplement » bon vivre.

RETOUR AU
SOMMAIRE

1.a.5 Quelques incontournables de la destination





1

Le Téléphérique du Mont Faron

Montez à bord de la célèbre cabine rouge pour atteindre le sommet (584 m) et profiter d'une vue panoramique sur Toulon et sa rade.



2

La Rade de Toulon

Embarquez avec Les Bateliers de la Rade pour une excursion commentée des navires militaires et de la côte fortifiée, une plongée fascinante dans l'histoire maritime et militaire de la région.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



3

Les Îles d'Or

Plages, criques, et sentiers sauvages vous attendent sur les îles de Port-Cros (parc national marin depuis 1963), Porquerolles (parc national depuis 2012) et du Levant, idéales pour la randonnée et la découverte de la biodiversité.



4

L'Île des Embiez et le Petit Gaou

Aménagée par Paul Ricard, cette île est un paradis pour les activités nautiques, la plongée et la détente. L'île du Petit Gaou propose également des balades familiales et des aires de pique-nique au bord de l'eau.



5

Le Sentier du Littoral

S'étirant sur plus de 80 km, il traverse plages, criques et vignobles entre Six-Fours-les-Plages, Hyères et Méditerranée Porte des Maures jusqu'au Fort de Brégançon, offrant des panoramas saisissants et paradisiaques.



6

Le Village médiéval de Bormes les Mimosas

Classé parmi les plus beaux villages de France, ses ruelles fleuries et ses charmantes places provençales sont une invitation à la flânerie.



8

La Chartreuse de la Verne

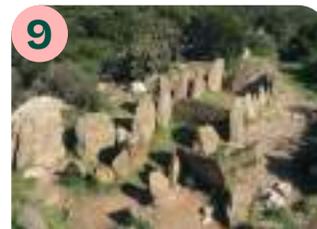
Au cœur du massif des Maures, ce monastère perché offre un cadre de sérénité et de spiritualité.



7

Le Fort de Brégançon

Résidence secondaire officielle du Président, ce site exceptionnel incarne l'histoire et le prestige de la région.



9

Le Dolmen de Gaoutabry

Monument préhistorique avec une vue panoramique sur le massif des Maures et les Îles d'Or.



10

Le Sentier sous-marin du Jardin des Mattes

Accessible à tous, avec palmes, masque et tuba, ce sentier immergé présente un aperçu fascinant de la faune sous-marine.



11

Le Jardin zoologique tropical

Découvrez des plantes exotiques et des espèces animales rares dans ce jardin botanique remarquable.

Et aussi:

Des trésors culturels comme le **Musée de la Marine**, la **Villa Noailles**, le **Musée de la Banque**, la **Fondation Carmignac**, la **Villa Tamaris Pacha**, le **Centre d'art Villa Théo**, le **Musée d'Histoire et d'Art de Bormes**, et bien d'autres encore. Sans oublier, évidemment, les innombrables **plages aménagées** ou les **criques sauvages** jonchant un littoral d'exception.



1.b Approche filières touristiques

1.b.1 Les enjeux d'une organisation par filière

Une organisation par filière au service d'un tourisme durable

La destination Vignobles de Provence & de Méditerranée, riche de son patrimoine naturel, viticole et culturel, s'engage résolument dans une démarche de tourisme durable, fondée sur une organisation par filière. Ce modèle, structurant et innovant, permet de répondre aux défis environnementaux tout en valorisant les spécificités de son territoire.

L'approche par filière, centrée sur des activités phares telles que l'œnotourisme (*voir la partie 2 entièrement consacrée à cette thématique*), le cyclotourisme, la randonnée, le nautisme ou encore la gastronomie, constitue un levier puissant pour conjuguer préservation des écosystèmes, structuration de l'offre et diversification des expériences proposées. Elle met en lumière des atouts majeurs :

- **Le littoral méditerranéen**, joyau naturel à découvrir à travers le nautisme et la plongée, avec des sites d'exception comme le parc national de Port-Cros ;
- **Les terres provençales et le massif des Maures**, explorables en douceur grâce à la randonnée et au vélo ;
- **Le patrimoine viticole et gastronomique**, véritable vitrine d'un savoir-faire séculaire, célébré par des initiatives telles que les croisières vigneronnes ou les balades gourmandes.

Cette structuration favorise également une meilleure gestion des flux touristiques, en répartissant les visiteurs sur l'ensemble du territoire et au fil des saisons, pour limiter la surfréquentation estivale et préserver les espaces sensibles comme les zones Natura 2000. Elle s'inscrit ainsi dans une vision globale d'un tourisme éco-responsable, plus équilibré et respectueux.

Enfin, l'approche par filière renforce la synergie entre les acteurs locaux, en structurant et professionnalisant les offres. Des projets concrets, tels que le tour des vignes en petit train ou des éditions dédiées à l'œnotourisme, témoignent des actions déjà engagées et ouvrent la voie à de nouvelles expériences immersives, valorisant à la fois le terroir et les talents du territoire.

[RETOUR AU
SOMMAIRE](#)

Le vélo, sur tous les plans

La destination Vignobles de Provence & de Méditerranée affirme son engagement en faveur de la pratique du vélo, pilier d'un tourisme durable conciliant respect de l'environnement, intérêt des visiteurs, valorisation des richesses locales, et santé bien sûr ! Grâce à un climat favorable, des paysages variés entre littoral méditerranéen et massif des Maures, et une infrastructure cyclable en constante amélioration, ce territoire offre une expérience riche et chaque fois unique aux amateurs de cyclotourisme, de VTT ou de mobilités douces.

Les deux territoires réunis partagent une ambition animée depuis de nombreuses années: rendre la pratique du vélo accessible, sécurisée et agréable pour tous. Cela passe par le déploiement et l'aménagement de réseaux cyclables tels que la véloroute du littoral, des voies vertes et des boucles thématiques adaptées à tous les niveaux et toutes les pratiques. **Le Plan Vélo** est la vitrine de cette "offre vélo" de plus en plus fournie et diversifiée, qui propose, entre autres, des circuits à thèmes, des itinéraires détaillés, des équipements dédiés comme des parcs à vélos sécurisés, ou bien encore une **cartographie interactive disponible en ligne**. 



RETOUR AU
SOMMAIRE



labellisés
Accueil Vélo
sur la destination



Près de **547 300 cyclistes** circulent sur la piste cyclable du littoral déroulant **120 km de Six-Fours à Saint-Raphaël**, l'un des dix tronçons les plus fréquentés de France!

RETOUR AU SOMMAIRE

Un territoire reconnu et labellisé

À travers la marque nationale **Accueil Vélo**, développée par l'association France Vélo Tourisme, la destination démontre son engagement pour une offre cyclotouristique de qualité, de plus en plus plébiscitée par les visiteurs en quête de mobilités douces. La reconnaissance de son excellence se reflète également dans l'organisation d'événements majeurs tels que la Maurin des Maures, le Vétathlon du Château de Maravenne ou encore la Randonnée des crêtes varoises, qui attirent amateurs et experts.

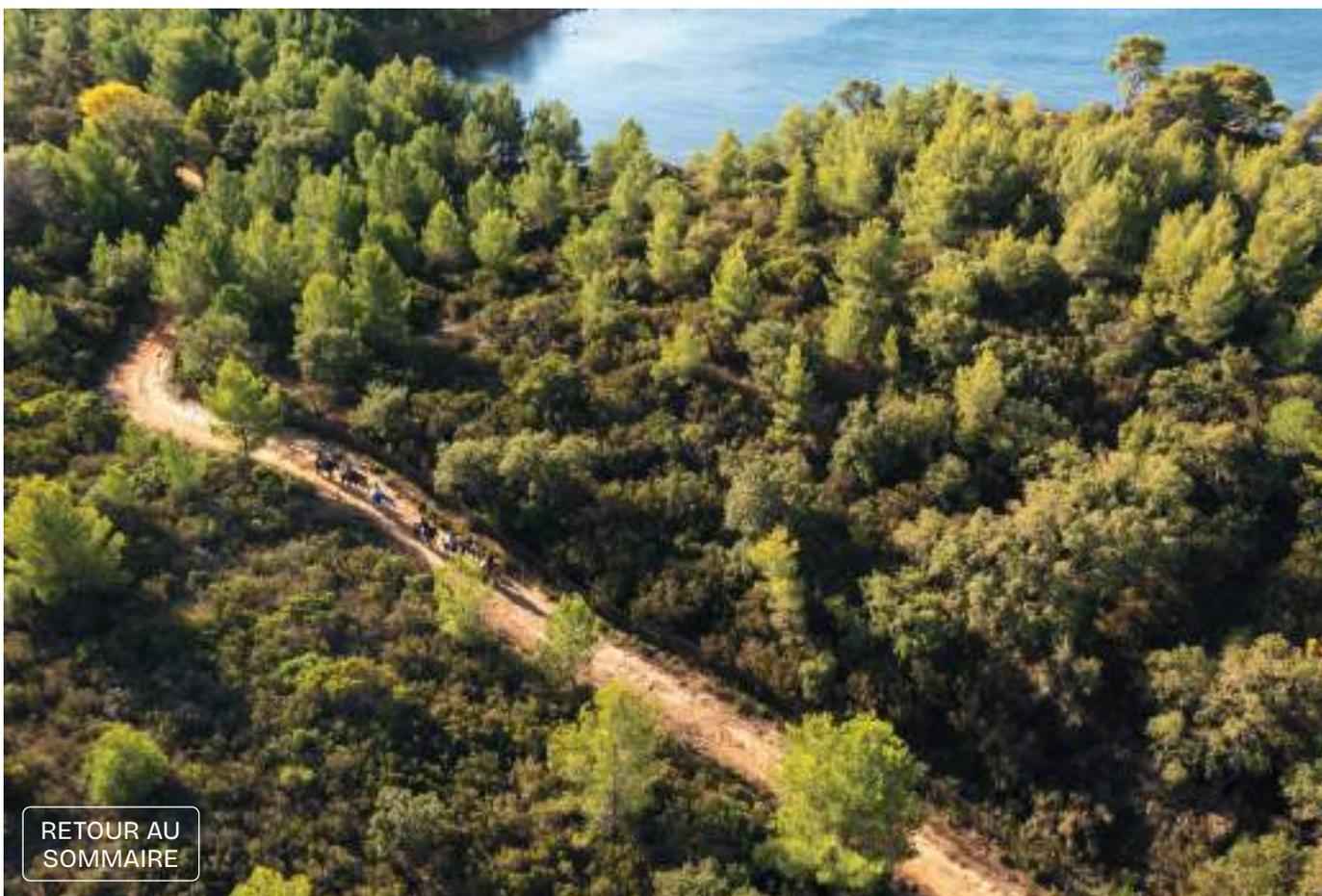
Des initiatives innovantes

Outre l'élaboration de boucles cyclables accessibles via des plateformes comme Komoot ou Géovélo, des actions de promotion ciblées renforcent la visibilité du territoire, notamment lors d'événements internationaux tels que le Roc d'Azur ou Velofollies. Cette dynamique proactive, renforcée par des outils de communication et de promotion dédiés, positionne Vignobles de Provence & de Méditerranée comme une destination vélo incontournable, alliant exploration des grands espaces, découverte du patrimoine naturel et culturel, et plaisirs épicuriens.



| La randonnée, partout et pour tous

À travers son vaste réseau de sentiers maillant tout son territoire, entre littoral, massifs forestiers et vignobles, la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée fait la part belle à la randonnée. Bien plus qu'une activité, cette évasion pédestre incarne l'approche du tourisme durable dans toutes ses dimensions : environnementale, sociale, économique, culturelle, sportive... et surtout accessible à tous !



RETOUR AU
SOMMAIRE

La pratique de la randonnée connaît un véritable engouement ces dernières années, partout en France et particulièrement dans des régions propices, comme le département du Var, où la tendance est très nette, tant auprès de la population locale que de la clientèle touristique. Cette filière s'adresse à une clientèle en quête d'expériences authentiques et d'évasion, et ce en toute saison. En favorisant la randonnée, la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée valorise un atout naturel majeur tout en répondant aux attentes de ce public qui souhaite s'immerger dans un art de vivre, en découvrant aussi les terroirs, la gastronomie locale, ou encore les savoir-faire artisanaux. Grâce à une diversité de paysages, une richesse patrimoniale et une offre structurée, le territoire s'illustre comme une référence pour les amateurs de randonnée et de nature. Cette offre permet de sensibiliser les visiteurs aux bonnes pratiques en milieu naturel tout en favorisant la désaisonnalisation, l'itinérance et les rencontres. La randonnée au cœur de Vignobles de Provence & de Méditerranée devient une expérience globale, responsable et authentique.



Avec plus de **600 km de sentiers** identifiés et balisés, le territoire offre une diversité d'itinéraires adaptés à tous les niveaux, allant des promenades familiales aux parcours exigeants pour randonneurs confirmés.



Une offre d'exception entre mer, vignes et forêts

Le territoire propose des itinéraires de randonnée variés et riches:

- **Le bord de mer:** des parcours accessibles qui longent criques, plages et falaises, avec des vues imprenables sur la Méditerranée;
- **Le massif des Maures:** des sentiers en sous-bois ou en crête, traversant des cours d'eau, une végétation dense et des paysages sauvages;
- **Autour des vignobles:** des chemins thématiques pour découvrir les domaines viticoles et leurs spécificités.

Chaque sentier offre une expérience unique, agrémentée de rencontres avec la faune (flamants roses, aigles de Bonelli, cigales...) et la flore méditerranéennes (cistes, pins, plantes grasses...). Ces balades permettent également de découvrir un patrimoine remarquable, comme des forts, batteries, chapelles, tours ou fours à cade... témoins de l'histoire locale.



Des enjeux multiples autour de la randonnée

La randonnée est au croisement de plusieurs enjeux majeurs évidents:

- Sensibiliser les randonneurs aux bonnes pratiques pour préserver les milieux naturels;
- Attirer une clientèle hors saison et encourager les dépenses annexes (hébergements, restaurations, commerces locaux);
- Mettre en lumière le patrimoine historique, naturel et artisanal de la destination;
- Favoriser une activité accessible à tous, bénéfique pour le corps et l'esprit;
- Développer une offre nature en harmonie avec les principes du tourisme durable.



Une valorisation active de la randonnée

Pour renforcer son attractivité, la destination multiplie les initiatives:

- À travers des événements phares comme l'organisation de trails, de randonnées thématiques, de visites guidées, et de fêtes nature;
- Grâce à ses outils de communication: édition de brochures et diffusion d'itinéraires sur les plateformes numériques telles que Komoot;
- En participant à des événements majeurs comme le Salon du Randonneur à Lyon, Paris Randos Nature ou encore le festival Envie d'Ailleurs à Fréjus.

Par ailleurs, le **Plan Intercommunal des Itinéraires de Pleine Nature**, porté par Méditerranée Porte des Maures, vise à structurer et valoriser les parcours, avec une signalétique homogène et des projets ambitieux comme un topoguide FFRP.

Le territoire met également l'accent sur la sécurité et la préservation des espaces naturels, avec des actions spécifiques autour des risques incendie et de la sensibilisation du public.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



| Nautisme et plongée, un bel horizon



Plus de 10 000 espèces marines peuplent les eaux méditerranéennes, dont certaines sont facilement visibles lors de plongées dans des zones protégées.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

Avec son littoral emblématique de la côte méditerranéenne, et ses villes balnéaires réputées, la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée se démarque par la palette d'activités nautiques et sous-marines proposée à ses visiteurs grâce à un tissu d'acteurs dynamiques.

Des plages aux ports de plaisance, les visiteurs peuvent s'adonner à une large gamme d'activités adaptées à tous les niveaux: voile, kayak, paddle, jet-ski, ou encore sorties en mer pour le plaisir de l'observation ou de la pêche. La location de bateaux et les croisières vers les îles d'Or permettent de découvrir des sites marins uniques. Par la labellisation France Station Nautique 2 étoiles portée par leur communauté de communes, les 3 villes de La Londe les Maures, Bormes les Mimosas et Le Lavandou, démontrent l'engagement qualitatif des infrastructures et prestations proposées, encadrées par des professionnels expérimentés.

Plongée sous-marine: une source d'exploration et d'inspiration

Berceau de la plongée en France, le territoire jouit d'une biodiversité remarquable, abritée par les herbiers de posidonies, essentiels à l'écosystème marin. Du Parc national de Port-Cros, premier parc marin d'Europe, au sanctuaire Pelagos - deux sites classés Natura 2000 - chaque immersion est une exploration singulière et fascinante. Les fonds marins variés – reliefs rocheux, tombants et grottes – abritent une faune riche mais aussi des épaves englouties et des vestiges archéologiques qui ravissent les plongeurs. Consciente de la nécessité de préserver cet environnement fragile, la destination s'engage dans une approche de tourisme durable. Les visiteurs sont invités à adopter des pratiques respectueuses pour protéger les écosystèmes marins tout en profitant de ces richesses naturelles.



100 établissements labellisés Tourisme & Handicap dans le Var en 2024 (4 000 en France), dont **45 sur la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée**.



21 établissements labellisés Var Accessible complètent cette offre inclusive.

| Tourisme accessible: une destination pour tous

Vignobles de Provence & de Méditerranée s'engage activement en faveur d'un tourisme inclusif, durable et accessible à tous. Parce que voyager est une aspiration universelle, il est essentiel de recenser et valoriser les lieux adaptés, tout en accompagnant les professionnels dans leurs démarches pour garantir une accessibilité optimale à tous les publics sans exception. Loin d'être un frein, le handicap est un moteur d'inspiration qui renforce toujours plus l'esprit d'ouverture de cette nouvelle destination.

Le label Tourisme & Handicap: un gage de confiance



Créé en 2001 par le ministère du Tourisme et géré par l'association nationale Tourisme & Handicap, ce label est la seule référence d'État pour les établissements qui souhaitent proposer un accueil adapté à tous les types de handicaps (auditif, mental, moteur, visuel). Gage de sérieux et de qualité, il permet aux personnes en situation de handicap de choisir leurs loisirs et leurs vacances en toute liberté et en toute confiance.

Une destination qui agit

De nombreuses actions sont mises en œuvre pour sensibiliser et mobiliser les acteurs du tourisme autour des enjeux de l'accessibilité:

- Rencontres varoises du tourisme adapté, initiées par l'OTI de La Londe les Maures, pour favoriser les échanges entre professionnels;
- Création d'un groupe de travail dédié au tourisme adapté;
- Organisation d'événements inclusifs comme la Semaine de la Nature, avec des sorties nature accessibles (par exemple, pour les déficients visuels à Carqueiranne);
- Participation aux Journées Nationales Tourisme et Handicap (JNTH) avec des visites adaptées.

Pour valoriser l'offre accessible, des supports spécifiques ont été développés, tels que les brochures "Vacances Accessibles" éditées à 5 500 exemplaires, recensant les lieux adaptés. Le territoire est également présent sur des salons nationaux comme Autonomic, dédiés au handicap et à l'accessibilité.



RETOUR AU
SOMMAIRE

| Tourisme et agriculture : cultiver l'authenticité

En pleine mutation, la filière agricole vit un tournant majeur de son histoire où s'invitent de nouvelles approches et de nouvelles perspectives, parfois contraintes, souvent choisies. Le monde agricole n'est plus seul, il est le rouage essentiel d'une vision durable et partagée, de préservation, de transmission et de valorisation. La destination Vignobles de Provence & de Méditerranée incarne ce modèle d'harmonie reflétant la richesse de son terroir et l'engagement de ses acteurs. Un modèle où tourisme et agriculture s'unissent pour proposer des expériences uniques, durables et profondément humaines.



Un terroir agricole d'exception

Avec deux tiers de son territoire classé en AOP ou AOC, le terroir agricole local est distingué chaque année au salon de l'Agriculture pour l'excellence de ses filières emblématiques. De l'horticulture à la viticulture, en passant par l'arboriculture et la pêche artisanale, ces savoir-faire façonnent un paysage unique et préservent des pratiques ancestrales inscrites au patrimoine immatériel.

L'agriculture périurbaine, particulièrement développée dans la métropole Provence Méditerranée, reflète cette cohabitation harmonieuse entre ruralité et urbanité. À Ollioules, la culture de la canne de Provence, destinée à la fabrication d'anches pour instruments à vent, perpétue un savoir-faire labellisé "Entreprise du Patrimoine Vivant".

Les marchés provençaux, véritables expériences sensorielles, permettent aux visiteurs de rencontrer les producteurs locaux et de savourer leurs produits qui incarnent l'authenticité de la Provence. De plus en plus plébiscités, les "marchés des producteurs" locaux fleurissent dans de nombreuses communes, comme sur le cours Lendrin à Toulon, au Pradet, à la gare d'Ollioules, à Pierrefeu ou dans le magasin Terre d'Hyères.



Les Projets Alimentaires Territoriaux: un levier pour la transition agricole

Les deux territoires ont mis en place des Projets Alimentaires Territoriaux (PAT) pour répondre aux enjeux de souveraineté alimentaire, de durabilité et de qualité.

Provence Méditerranée: un PAT en action

Labellisé en 2021 et 2024, le "PAT TPM" s'articule autour de partenariats solides avec des acteurs tels que la Chambre d'Agriculture, la SAFER et Agribiovar. Ses objectifs sont principalement de:

- Garantir un accès à une alimentation locale et durable;
- Soutenir les circuits courts, notamment à travers les Marchés de Producteurs de Pays (Toulon, Ollioules, Le Pradet) et le magasin de producteurs Terres d'Hyères;
- Protéger le foncier agricole pour assurer la pérennité des exploitations locales.

Méditerranée Porte des Maures: vers l'autonomie alimentaire

Initié en 2020, le PAT de MPM met l'accent sur l'amélioration de la qualité alimentaire pour tous, en commençant par les publics scolaires. Structuré autour de 18 actions clés, il vise surtout à:

- Réduire la dépendance alimentaire du territoire et limiter l'impact de l'alimentation sur l'environnement;
- Accompagner la restauration collective dans une transition vers des produits locaux;
- Sensibiliser les citoyens à une alimentation plus responsable.



RETOUR AU SOMMAIRE

Bienvenue à la ferme: "la belle" vitrine du savoir-faire agricole



Créé en 1988, le réseau **Bienvenue à la ferme** regroupe plus de 10 000 producteurs en France.

Ce label, animé par les Chambres d'Agriculture, garantit la qualité des produits et des activités proposées. Il valorise les agriculteurs locaux, offrant aux visiteurs une immersion authentique dans la vie rurale: dégustations, hébergements, ateliers pédagogiques ou encore vente directe à la ferme.

Quels genres d'expériences sont les "bienvenues dans les fermes" de la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée?

- S'initier à l'œnologie au *Domaine de Peirecèdes* à Cuers
- Acheter le vin et les fruits et légumes produits sur place du *Domaine des Myrtes* à La Londe les Maures
- Dormir, seul au monde, au *Domaine des Escavalins* à Belgentier
- Savourer les plats gourmands, locaux et de saison de *La ferme des Olivades* à Ollioules



Clef Verte

**41 établissements
labellisés Clef Verte
dans le Var**, dont
10 sur le territoire
Vignobles de Provence
& de Méditerranée.

La qualité environnementale, clé de la destination : le label Clef Verte

Premier label international dédié au tourisme durable, Clef Verte récompense depuis 1998 les établissements touristiques et restaurants qui adoptent des pratiques respectueuses de l'environnement et affirment leur responsabilité sociale et sociétale. Vignobles de Provence & de Méditerranée regroupe des établissements touristiques certifiés, qui illustrent cette volonté farouche de positionner ces valeurs fondamentales au cœur de la destination.

Sur le territoire, 10 établissements (dont 8 hôtels et 2 campings) affichent fièrement ce label, preuve de leur engagement dans une démarche écoresponsable. Ces établissements, certifiés par l'organisme Ecocert, répondent à des critères exigeants en matière de gestion énergétique, de préservation des ressources naturelles, de réduction des déchets et de sensibilisation de leurs clients à des pratiques durables.

En valorisant ces établissements engagés, la destination affirme son implication en matière de tourisme durable, offrant aux visiteurs une expérience respectueuse de l'environnement tout en maintenant des standards de qualité élevés. Ce label, qui s'inscrit dans une dynamique plus large de valorisation environnementale, renforce l'attractivité de Vignobles de Provence & de Méditerranée en tant que destination exemplaire, où plaisir et responsabilité vont de pair.



[RETOUR AU
SOMMAIRE](#)

1.b.2 Les enjeux d'une implication active et partagée en faveur de la biodiversité et de l'environnement

Environnement & biodiversité : sources d'initiatives inspirantes

La destination Vignobles de Provence & de Méditerranée regorge de trésors naturels et d'une biodiversité remarquable, façonnés par des paysages variés et emblématiques tels que le littoral, les zones humides, les collines provençales et les forêts méditerranéennes. Conscient de cette richesse unique, ce territoire s'impose comme un modèle d'engagement écologique, conjuguant préservation de l'environnement, valorisation des ressources naturelles et développement durable. Une source d'inspiration pour penser un futur où évolution humaine et préservation de la nature avancent main dans la main.



RETOUR AU
SOMMAIRE

À travers une diversité d'initiatives, les acteurs locaux, institutions publiques, associations et citoyens démontrent qu'il est possible d'agir en faveur de l'harmonie entre l'humain et la nature. De la protection de la biodiversité, incarnée par des projets comme l'Atlas de la Biodiversité Métropolitaine ou les actions de la LPO PACA, à la gestion durable des milieux aquatiques avec le Contrat de Baie, chaque effort participe à préserver l'équilibre fragile mais vital de ce territoire.

L'innovation et la coopération sont également au cœur de cet engagement. La filière liège, en renouveau dans le Var, illustre parfaitement comment tradition et modernité peuvent se conjuguer pour revitaliser un secteur économique tout en préservant les écosystèmes. De même, la gestion exemplaire des déchets dans les communautés de communes montre qu'une approche territorialisée et responsable peut transformer les contraintes en opportunités circulaires.

Enfin, la prévention des incendies, enjeu crucial pour les massifs méditerranéens, mobilise un large éventail d'acteurs et souligne l'importance d'une vigilance collective pour protéger les forêts face aux aléas climatiques.



Biodiversité: tout est dit!

Avec ses paysages variés – littoral préservé, zones humides, collines provençales et forêts –, la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée abrite une biodiversité exceptionnelle: 65 % des mammifères, 62 % des oiseaux et 78 % des plantes vasculaires de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Pour préserver ce patrimoine unique, la Métropole Toulon Provence Méditerranée a lancé un **Atlas de la Biodiversité Métropolitaine (ABM)**, financé à 64 % par l'Office Français de la Biodiversité. Ce projet mobilise citoyens, collectivités et associations via des initiatives participatives comme Vigie-Nature.

Des sites naturels d'exception tels que le **Parc national de Port-Cros** (premier parc marin d'Europe, avec ses 1700 ha terrestres et 2900 ha marins), les **Salins d'Hyères** (classés zone humide d'importance internationale), ou l'**Espace Nature Départemental du Plan** (un refuge de biodiversité au cœur de la zone urbaine de La Garde) incarnent cet équilibre fragile mais possible entre préservation, valorisation et projets. À travers ces actions, le territoire affirme son ambition de conjuguer développement humain et respect de l'environnement. Ce modèle d'harmonie entre nature et activité humaine positionne Vignobles de Provence & de Méditerranée comme une destination éco-responsable et résolument tournée vers l'avenir.



La marque Esprit Parc, l'engagement une garantie supplémentaire d'authenticité pris par les professionnels du tourisme du territoire, dont certains sont candidats à Vignobles et découvertes !

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

La reconquête des milieux aquatiques: un engagement collectif

La Métropole Toulon Provence Méditerranée (TPM) pilote depuis 2002 le Contrat de Baie, une démarche concertée visant à restaurer la qualité des eaux et des milieux aquatiques. **Le nouveau Contrat de Baie de la Rade de Toulon et des Îles d'Or (2023-2027)**, signé par 62 partenaires le 22 juin 2023, engage associations, scientifiques, collectivités et acteurs économiques sur un programme ambitieux de 5 ans, structuré en 6 grands enjeux:

- **Réduire les pollutions:** diminuer les contaminations chimiques, bactériologiques, et les déchets grâce à 100 projets;
- **Gérer durablement la ressource en eau:** s'adapter aux effets du changement climatique via 31 projets;
- **Préserver les cours d'eau et zones humides:** conjuguer conservation et prévention des risques avec 52 projets;
- **Protéger l'interface terre-mer:** valoriser le milieu marin à travers 37 projets;
- **Intégrer les enjeux «eau» dans l'urbanisme:** renforcer les bonnes pratiques grâce à 4 projets;
- **Coordonner la démarche et mobiliser les acteurs:** animer et promouvoir le Contrat de Baie avec 14 projets.

500 km²
d'espace marin

270 km
de littoral

3 îles
dont deux en
cœur de Parc
national

885 km²
de bassin versant,
incluant 140 km
de cours d'eau



La Ligue de Protection des Oiseaux (LPO): un acteur clé pour la biodiversité

Face à l'urgence écologique, la LPO PACA se mobilise pour préserver la biodiversité exceptionnelle de la région. Forte de ses groupes locaux et de ses nombreux bénévoles, l'association œuvre à travers quatre grandes missions :

- **Protéger et valoriser la biodiversité :** études des écosystèmes en s'appuyant sur un vaste réseau de bases de données et de programmes scientifiques; préservation des espaces naturels et de la faune sauvage; promotion de l'éco-citoyenneté;
- **Sensibiliser et fédérer :** par le biais d'ateliers, de formations et de programmes éducatifs, l'association invite citoyens, entreprises et collectivités à devenir acteurs de la préservation de la nature. En parallèle, elle développe un réseau de Refuges LPO, véritables sanctuaires de biodiversité de proximité.
- **Plusieurs professionnels, hébergeurs et producteurs notamment, sont désormais Refuges LPO.**

Dans le Var, ses groupes de bénévoles dynamisent la vie associative, adaptent leurs actions aux spécificités du territoire, et relaient les grands projets régionaux, comme l'Atlas naturaliste ou les programmes de conservation d'espèces. À travers ces initiatives, la LPO PACA contribue à protéger un patrimoine naturel précieux pour les générations futures.



Gestion et valorisation des déchets: un enjeu territorial commun

Les communautés de communes Méditerranée Porte des Maures et Provence Méditerranée s'engagent pour une gestion durable et optimisée des déchets, répondant aux besoins des ménages, des entreprises et des collectivités.

- **Un service adapté aux territoires :** la collecte des déchets ménagers s'organise autour de points de regroupement accessibles, avec des fréquences ajustées selon les spécificités urbaines et saisonnières. Dans certaines zones, des solutions d'intégration paysagère ont été mises en place, incluant des conteneurs enterrés et des bacs décorés pour préserver le cadre de vie.
- **Biodéchets, une priorité environnementale :** depuis janvier 2024, le tri des biodéchets est généralisé pour tous. Les deux territoires proposent des solutions variées qui favorisent la valorisation des déchets organiques en compost ou en biogaz :

- › Distribution de composteurs individuels et collectifs;
- › Mise en place de points d'apport volontaire expérimentaux dans les zones denses.

→ **Déchets professionnels et services dédiés :** les entreprises bénéficient de services spécifiques pour leurs déchets, souvent intégrés aux collectes ménagères. Une attention particulière est portée à la collecte du carton, du verre et des huiles alimentaires, ces dernières étant transformées en biocarburants.

Le traitement des déchets est assuré en partenariat avec des syndicats intercommunaux (le SITMAT), dans le cadre d'une stratégie axée sur la réduction, le tri et la valorisation des déchets. Les deux communautés de communes encouragent également une gestion exemplaire en interne, tout en sensibilisant les citoyens et les professionnels à des pratiques responsables.

Les alchimistes Côte d'Azur

Entreprise de l'économie sociale et solidaire, **Les Alchimistes** se consacrent à la collecte des déchets alimentaires et à leur valorisation en compost. Actifs sur plus de 10 territoires en France dont la Côte d'Azur, ils visent à sensibiliser 7 millions de personnes d'ici 2027 pour promouvoir un modèle circulaire.

Trois engagements clés :

- **Éduquer sur les sols :** pour inciter chacun à agir concrètement en faveur de leur préservation;
- **Restaurer le cycle de la matière organique :** pour nourrir les sols et préserver leur fertilité;
- **Relier villes et campagnes :** entre le tri des déchets en milieu urbain et la fertilisation des sols agricoles, contribuant ainsi à une alimentation de qualité pour tous.



La filière liège dans le Var : un renouveau progressif

Longtemps en déclin face à la concurrence ibérique, la filière liège varoise connaît un regain d'activité grâce à des initiatives structurantes et des partenariats innovants.

Après l'effondrement de la coopérative Covaliège dans les années 1990, la filière a repris un nouveau souffle en 1991 avec la création de l'ASL Suberaie Varoise, qui œuvre à la restauration des forêts et à la relance économique du secteur. L'impulsion décisive arrive en 2015 avec un partenariat entre l'ASL et Diam Bouchage, leader de la fabrication de bouchons, qui signe des contrats pluriannuels pour exploiter le liège local.

Chaque année, 300 tonnes de liège sont prélevées sur les 45 000 hectares de chêne-liège du Var. Des acteurs viticoles comme la coopérative Estandon Vignerons, avec ses 2 millions de bouteilles fermées par des bouchons issus des suberaies varoises, participent activement à cette dynamique. Outre la viticulture, le liège trouve des applications dans le BTP, où ses propriétés isolantes et ininflammables sont reconnues, mais encore trop peu exploitées.



Protection des forêts et prévention des risques incendie : un enjeu essentiel pour les massifs méditerranéens

La prévention des incendies de forêt dans les départements méditerranéens repose sur des dispositifs conjoints entre l'État, les collectivités locales et des partenaires techniques, dans un contexte de risques accrus liés aux sécheresses estivales, aux températures élevées et aux vents forts.

→ La Délégation à la Protection de la Forêt

Méditerranéenne (DPFM) : cette structure unique en France, placée sous l'autorité du secrétaire général de la zone de défense Sud, coordonne la politique de prévention des incendies de forêt. Elle représente trois ministères (Agriculture, Sécurité civile, Écologie) et travaille avec un réseau de partenaires : préfectures, SDIS, ONF, collectivités territoriales, Météo France, et l'Entente Valabre. Ses missions principales incluent :

- › La gestion des crédits de défense des forêts ;
- › L'élaboration de doctrines de prévention et le soutien technique.

→ Réglementation et comportements responsables :

la Préfecture du Var diffuse chaque jour, de mi-juin à mi-septembre, une carte des niveaux de risque

d'incendie, pouvant entraîner des limitations d'accès aux massifs forestiers. Les restrictions en cas de risque élevé (niveau très sévère ou extrême) incluent :

- › Des interdictions : fumer, allumer des feux, camper, ramasser des plantes, ou jeter des objets en ignition.
- › Des limitations d'accès : promenades et travaux mécanisés interdits.

L'arrêté préfectoral de 2013 interdit le brûlage des déchets verts et réglemente l'emploi du feu, selon trois périodes :

- › Rouge (1^{er} juin - 30 septembre) : Interdiction totale en cas de vent supérieur à 40 km/h ;
- › Orange (1^{er} février - 31 mars) : Usage possible sous conditions ;
- › Verte (reste de l'année) : Usage restreint en cas de vent fort.

Chacun doit respecter ces réglementations et adapter son comportement pour préserver les forêts, la biodiversité et les populations locales. La prévention des incendies est un défi collectif exigeant vigilance et responsabilité.

1.b.3 Les enjeux de préservation et de développement d'un patrimoine bien vivant

| Une destination aux multiples atouts

La destination Vignobles de Provence & de Méditerranée dévoile un art de vivre unique, façonné par des siècles d'histoire, une nature préservée et une créativité débordante. Ce territoire captivant marie harmonieusement paysages d'une beauté saisissante, richesse culturelle et traditions vivantes, offrant une expérience authentique et inspirante à ceux qui le découvrent.



Au fil de ses vignobles, de ses marchés colorés et de ses ruelles pittoresques, on perçoit l'empreinte d'un terroir généreux et d'un savoir-faire transmis de génération en génération. Ici, les artisans d'art côtoient les producteurs locaux, et les saveurs de la Méditerranée se mêlent à des créations empreintes de modernité.

Ce territoire est aussi une terre de culture, où l'art et la créativité s'épanouissent dans des lieux emblématiques et des événements d'envergure. Entre tradition et innovation, Vignobles de Provence & de Méditerranée invite à une immersion sensorielle où chaque instant célèbre la beauté et la richesse d'un patrimoine bien vivant.

[RETOUR AU
SOMMAIRE](#)

| De mer et d'or

Avec son patrimoine marin et ses archipels d'îles d'exception, la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée offre un tableau unique, mêlant beauté naturelle, préservation de la biodiversité et récits légendaires.

Hyères et ses îles sont au cœur du sanctuaire Pelagos, un espace maritime de 87 000 m², protégé et partagé entre la principauté de Monaco, l'Italie et la France. Une initiative internationale dédiée à la protection des mammifères marins.



Cœur battant de ce territoire, le **Parc national de Port-Cros** est le premier parc marin européen créé en 1963, qui s'étend sur 2900 hectares marins et 1700 hectares terrestres, englobant Hyères et ses îles, ainsi que des communes de La Garde et du Pradet. Son rôle est primordial

pour la protection et la préservation de la faune et de la flore, sur terre comme sur mer, notamment à travers de nombreuses actions de sensibilisation tout au long de l'année.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

Les perles des archipels

L'archipel des Îles d'Or, qui inclut Porquerolles, Port-Cros et le Levant, est une invitation à la contemplation. Chaque île dévoile des paysages variés: falaises vertigineuses, plages de sable blanc, garrigues parfumées et criques secrètes. Leur légende, transmise par l'écrivain hyérois Gustave Roux, confère à ces terres, autrefois appelées Stoechades (les alignées), une aura presque mystique. À Port-Cros, nature et silence règnent: aucun véhicule ne trouble la quiétude de cette île où la flore méditerranéenne foisonne et les fonds marins révèlent une faune exceptionnelle. Plus à l'ouest, Porquerolles séduit par ses plages immaculées et ses vignobles, tandis que l'île du Levant cultive son charme sauvage et sa réputation de berceau du naturisme.

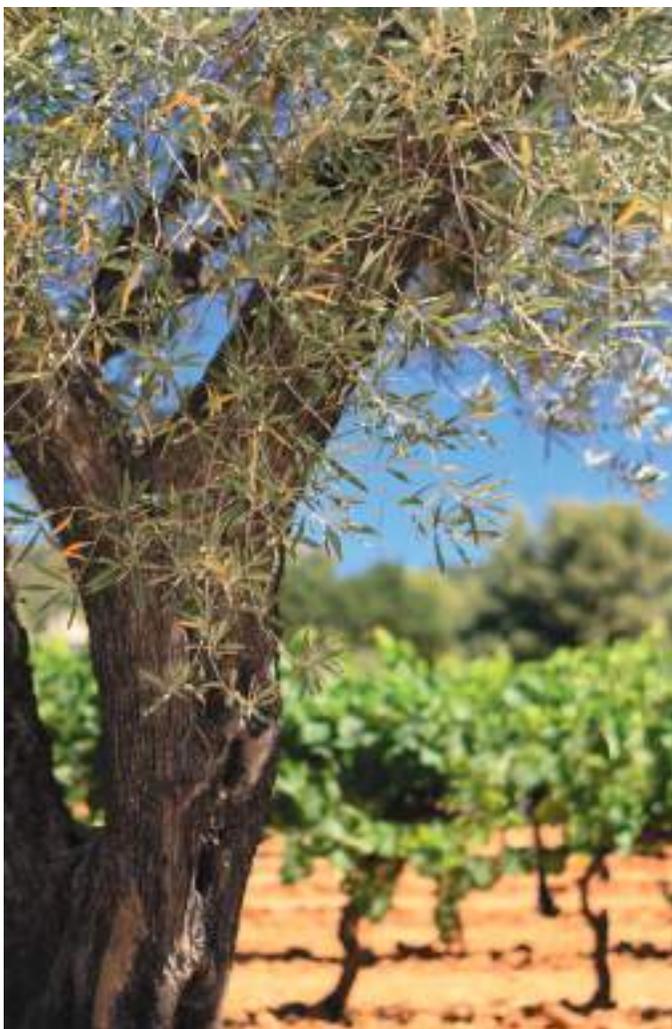
Au nord, la presqu'île de Giens, célèbre pour son double tombolo, constitue une curiosité géologique rare. Ses plages et ses sports nautiques attirent les amateurs d'aventure, tandis que ses lagunes abritent une biodiversité fragile.

«Île» était une fois l'archipel des Embiez, composé de l'île des Embiez, des îlots du Petit et du Grand Rouveau et des «rochers» des Magnons. Entre criques sauvages et calanques aux eaux cristallines, l'île des Embiez, acquise en 1958 par Paul Ricard, se positionne comme un modèle de préservation écologique. Véritable vitrine de la biodiversité marine, elle abrite un institut océanographique de renom. À proximité, la pointe du Gaou invite à des promenades inoubliables, notamment au coucher du soleil, où la lumière dorée sublime ce coin de paradis.

Les sites Natura 2000 : un patrimoine à protéger

Le mont Caume et le mont Faron, le cap Sicié, la lagune du Brusca, la rade et les îles d'Hyères ainsi que les salins d'Hyères et des Pesquiers: tous sont classés **Natura 2000**. Ce classement permet de répertorier des sites naturels européens, identifiés pour la rareté ou la fragilité des espèces sauvages et des milieux naturels qu'ils abritent.

RETOUR AU
SOMMAIRE



| Le terroir provençal : saveurs et diversité

Riche d'une histoire séculaire et d'un savoir-faire transmis de génération en génération, le terroir de Vignobles de Provence & de Méditerranée est une ode à la diversité et à l'authenticité. Chaque produit est un fragment de la richesse de ce territoire, façonné par le soleil, le mistral et la mer.

Des vins de caractère : l'empreinte d'une histoire millénaire

La Provence est la doyenne des régions viticoles françaises. Depuis que les Grecs y ont planté les premiers ceps, ses collines et ses plaines offrent un terroir unique qui donne naissance à des vins de renom, souvent primés sur les scènes nationale et internationale. De la délicatesse des rosés aux rouges charpentés en passant par des blancs élégants, chaque bouteille raconte l'histoire d'un territoire généreux et de ses viticulteurs passionnés.

L'huile d'olive : l'or vert de la Provence

Symboles de la Méditerranée, les oliviers pluricentennaires s'étendent à perte de vue, produisant une huile aux arômes intenses et variés. Les domaines, souvent ouverts au public, proposent des visites guidées des moulins et des dégustations permettant d'apprécier toute la subtilité de ce produit noble.

Le miel, douceur provençale par excellence

Dans un paysage où lavandes, thym, romarin et cistes abondent, les abeilles offrent un nectar aux saveurs riches et diversifiées. Miels de romarin, de lavande ou encore d'acacia font le bonheur des amateurs, tandis que nougats et pains d'épices prolongent l'expérience gourmande. Les apiculteurs, véritables gardiens de la biodiversité, accueillent les visiteurs pour partager leur passion et leur métier.



[RETOUR AU
SOMMAIRE](#)

Et bien d'autres richesses encore...

Les étals des marchés provençaux regorgent d'agrumes acidulés et d'autres fruits et légumes gorgés de soleil. **La figue, emblème local**, se savoure fraîche, en confiture ou intégrée dans des plats salés ou sucrés.

Dans les collines et forêts environnantes, **la châtaigne règne en maître**. Transformée en farine, crème ou glace, elle sublime les recettes traditionnelles.

L'élevage de chèvres et de moutons permet de produire des fromages aux saveurs uniques, tandis que la laine locale est travaillée avec soin pour des créations artisanales.

Le littoral, avec ses eaux poissonneuses, complète cette diversité avec des **produits de la mer frais**. En parallèle, des cultures plus récentes et innovantes comme **le safran, la spiruline** ou encore **l'héliciculture** (élevage d'escargots) enrichissent l'offre des produits locaux qui, dans tous les cas, racontent une histoire à savourer!



[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



L'artisanat, un héritage bien vivant

Vignobles de Provence & de Méditerranée est une destination où les métiers d'art s'expriment avec éclat. Les artisans et artistes locaux perpétuent un héritage précieux tout en insufflant un vent de modernité dans leurs créations.

Le territoire abrite une multitude de talents: céramistes, verriers, sculpteurs, peintres, luthiers, maroquiniers, sculpteurs sur bois... ces artisans passionnés ouvrent les portes de leurs ateliers tout au long de l'année, permettant au public de découvrir leurs techniques uniques et souvent centenaires, mais aussi leurs inspirations créatives et contemporaines qui offrent insufflent à l'artisanat local un vent de renouveau et d'inventivité.

Ollioules, cité des métiers d'art

Classée « Ville et métiers d'art » depuis 1998, Ollioules est le temple de l'artisanat. Son centre ancien, aux ruelles pittoresques, accueille une trentaine d'artisans d'art: vitraillistes, mosaïstes, joailliers, horlogers, céramistes, et même créchistes. Une promenade dans la cité médiévale permet de rencontrer ces créateurs passionnés et d'admirer leur travail minutieux. La Maison des Métiers d'Art, située au cœur du village, met en lumière ces talents à travers des expositions et des événements qui célèbrent la richesse du patrimoine artisanal local.

[RETOUR AU
SOMMAIRE](#)



Les santons sont rois

Impossible d'évoquer l'artisanat provençal sans parler des santons, ces petites figurines en argile, symboles de la crèche de Noël provençale. Appelés « santouns » – petits saints en provençal – ces personnages incarnent une tradition vivante et chaleureuse.



RETOUR AU
SOMMAIRE

| Un creuset de création et de diffusion culturelles

La destination Vignobles de Provence & de Méditerranée rayonne par la richesse et la diversité de son offre culturelle, affirmant son rôle de véritable laboratoire artistique. Rien que sur le territoire Provence Méditerranée, chaque année, plus de 550 événements – opéras, spectacles vivants, expositions d’art contemporain, photographie ou design – attirent plus de 300 000 spectateurs dans ses lieux culturels emblématiques.

Avec un réseau de 11 sites dédiés à l’enseignement artistique, le Conservatoire de Toulon Provence Méditerranée propose 75 disciplines à 3 000 élèves, favorisant la pratique de la musique, de la danse ou encore du théâtre. TPM accueille également deux écoles d’art d’excellence : l’ES-ADTPM et Camondo Méditerranée, spécialisée en design et architecture d’intérieur. Les jeunes publics sont rois au Pôle du Revest-les-Eaux, qui offre une programmation dédiée à l’enfance, à la jeunesse et au cirque contemporain. Le territoire héberge des infrastructures d’exception, dont :

- Le Liberté et Châteauvallon, scènes nationales phares ;
- L’Opéra de Toulon, joyau lyrique ;
- La villa Noailles à Hyères, haut lieu du design et de la mode ;
- La villa Tamaris et l’Hôtel des Arts TPM, dédiés à l’art contemporain ;
- Des espaces patrimoniaux comme la Maison du Patrimoine et Mano X Alto célèbrent les métiers d’art.

Un cadre prisé par le cinéma

Avec ses 200 km de littoral et sa lumière unique, la destination séduit les professionnels du cinéma et de l’audiovisuel. Son Bureau des tournages facilite les productions, appuyé par un fonds de soutien valorisant séries, longs métrages et documentaires. La série Tom et Lola diffusée sur France 3 a récemment mis en avant les paysages emblématiques du territoire.

Grâce à la nouvelle série policière “Tom et Lola” diffusée sur France 3, les téléspectateurs découvrent des lieux emblématiques de la destination.



1.c Genèse de la candidature

1.c.1 Introduction

Genèse d'une candidature unique

Dans le cadre de sa labellisation Vignobles & Découvertes obtenue en 2022, Méditerranée Porte des Maures s'est appuyé sur une logique de géographie viticole des deux dénominations de terroir, AOC Côtes de Provence-La Londe et AOC Côtes de Provence-Pierrefeu, couvrant son territoire intercommunal (La Londe les Maures, Bormes les Mimosas, Le Lavandou, Collobrières, Pierrefeu du Var, Cuers) ainsi que 5 autres communes supplémentaires (Hyères, Carnoules, La Crau, Le Pradet, Puget Ville).

L'office de tourisme métropolitain Provence Méditerranée disposant d'une commission « œnotourisme et gastronomie » a souhaité se positionner en tant que destination œnotouristique.

Un état des lieux commun a révélé que plusieurs domaines du territoire Provence Méditerranée étaient déjà labellisés Vignobles & Découvertes Bandol, et plus majoritairement ceux du territoire Méditerranée Porte des Maures sur les AOC Côtes de Provence La Londe et Pierrefeu.

Pendant 2 ans, les techniciens des deux territoires, soutenus par les acteurs majeurs du monde viticole, CIVP et Chambre d'Agriculture, ont collaboré pour identifier la faisabilité et l'opportunité stratégique de proposer une destination unique. Cette candidature est donc le fruit d'une volonté affirmée des acteurs du monde viticole de renforcer la destination, l'animation de leur réseau et d'unir leurs forces dans un contexte de production et de consommation rendu difficile par l'évolution climatique et une baisse de la consommation du vin en général.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

1.c.2 État des lieux

De l'état des lieux à l'évidence d'une candidature unique

La candidature unique des territoires Méditerranée Porte des Maures et Provence Méditerranée au label Vignobles & Découvertes s'est naturellement imposée, portée par des valeurs partagées et une vision commune de l'œnotourisme.

Ces deux territoires incarnent l'authenticité provençale, la préservation de terroirs diversifiés et un profond respect de l'environnement. Leurs paysages remarquables, alliant mer et collines, offrent une expérience sensorielle unique, sublimée par l'accueil chaleureux et la mise en avant des produits locaux. Autant d'éléments communs qui contribuent à faire de Vignobles de Provence & de Méditerranée, une nouvelle destination de choix pour l'œnotourisme.

L'offre œnotouristique proposée s'inscrit pleinement dans les exigences du label :

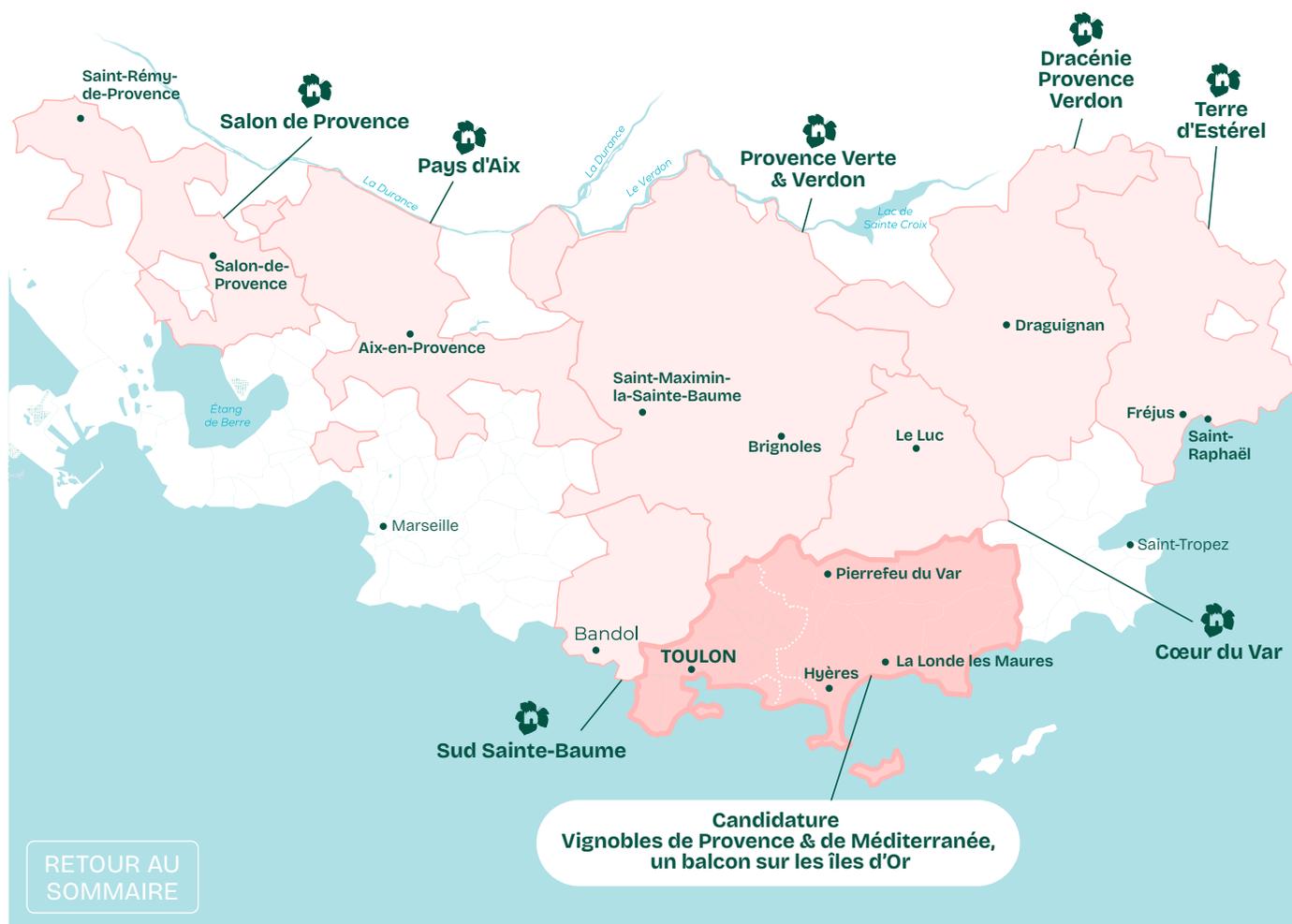
des terroirs d'exception, reconnus par l'AOC Côtes de Provence, et une agriculture majoritairement raisonnée, biologique ou biodynamique. Ces domaines viticoles, ouverts toute l'année, sont engagés dans une démarche qualité rigoureuse grâce à la charte d'accueil de la Route des Vins de Provence. Ils proposent un large éventail d'activités et organisent de nombreux événements autour du vin, garantissant aux visiteurs une immersion complète dans l'univers viticole provençal.

Avec le soutien des institutions et des professionnels, cette candidature vise à faire des Vignobles de Provence & de Méditerranée la vitrine œnotouristique de référence sur le littoral méditerranéen. Accessible toute l'année, et desservie par des transports en commun, elle ambitionne de séduire une clientèle internationale, tout en promouvant un tourisme durable et respectueux de l'environnement.



[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

Le Var compte 6 territoires labellisés Vignobles & Découvertes (8 en Région Sud). En obtenant le label, la nouvelle destination Vignobles de Provence & de Méditerranée entend devenir la plus belle vitrine œnotouristique sur le littoral méditerranéen.



La Route des Vins, première vitrine œnotouristique

La Route des Vins de la Chambre d'Agriculture relie plus de 430 vignerons (en cave particulière et en coopérative), de Nice à la Camargue. Cette route pittoresque et ensoleillée, jalonnée de mille et un chemins menant à des domaines cachés, des caveaux accueillants, à travers des sites et des paysages exceptionnels, a joué un rôle essentiel en fédérant les vignerons et en structurant une offre touristique de qualité. Elle a permis la mise en réseau des acteurs locaux et la valorisation des appellations La Londe et Pierrefeu, renforçant ainsi l'attractivité des vignobles.

La synergie entre la Route des Vins et la destination Vignobles & Découvertes est une évidence à plus d'un titre, permettant une signalétique harmonisée et identifiée, une communication renforcée à destination du grand public, des animations coordonnées autour des domaines viticoles. En intégrant ses deux territoires, la candidature de Vignobles de Provence & de Méditerranée propose une offre complète, soutenue par un réseau accessible, structuré et encadré par une démarche qualité.

1.c.3 Une candidature inter-communautaire

En 2024, plutôt qu'un renouvellement de label, le dépôt d'une nouvelle candidature à l'obtention de la marque Vignobles & Découvertes est décidé, sous le nouveau nom commun de Vignobles de Provence & de Méditerranée, un balcon sur les Iles d'Or.

Intégrant le territoire labellisé de Méditerranée Porte des Maures, cette candidature est donc élargie à la métropole Toulon Provence Méditerranée dans son ensemble avec

ses 12 communes. Deux territoires unis par la même approche viticole touristique pilotée par leurs 2 offices de tourisme intercommunaux pour le développement de la promotion œnotouristique en France et à l'international. Une convention a ainsi été établie entre les 2 offices de tourisme afin d'établir les bases de l'animation du label (*voir en annexe*).

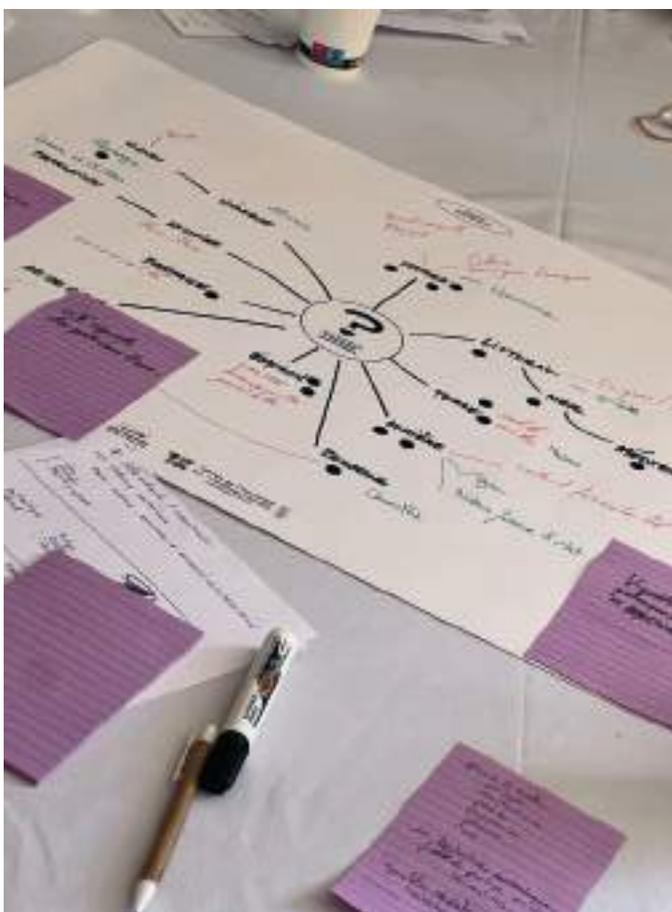


RETOUR AU SOMMAIRE

Le coup d'envoi d'une aventure partagée

Le lancement de cette candidature a été officialisé lors d'une conférence de presse organisée au Château Pas du Cerf à La Londe les Maures le lundi 23 septembre 2024. En présence d'une douzaine de journalistes de la presse locale et régionale, la participation des 120 professionnels issus des 2 territoires a été révélatrice de la dynamique commune en construction !

[Voir dossier de presse en annexe.](#)



1.d Présentation

1.d.1 Le nom de la destination

Des objectifs clairs

Cette démarche commune de labellisation s'inscrit dans une vision stratégique claire en termes d'image. La création d'une destination unique se devait être dotée d'un nom et d'une identité uniques, permettant de répondre aux objectifs essentiels suivants :

- **Accroître la visibilité du territoire;**
- **Améliorer la lisibilité pour le client;**
- **Valoriser les richesses œnotouristiques existantes;**
- **Développer de nouvelles expériences œnotouristiques;**
- **Renforcer la notoriété nationale et internationale;**

Cette approche permet de dynamiser l'ensemble de la filière œnotouristique, rassemblée sous une identité unique.

Une méthodologie collaborative pour la sélection du nom de la destination

Une méthodologie collaborative a été mise en place pour choisir un nom évocateur et fédérateur pour notre territoire œnotouristique.

Sous forme d'atelier, l'objectif principal était de cadrer, générer, puis sélectionner collectivement des propositions de noms pertinents pour la destination. À l'issue de l'atelier, un « Top 3 » des noms les plus prometteurs a été retenu.

L'atelier, qui s'est tenu le 23 septembre 2024, a suivi plusieurs étapes clés :

- Une sélection représentative: cet atelier a réuni les professionnels œnotouristiques, les offices de tourisme, les élus et les acteurs du monde viticole. Ensemble, ils ont contribué à faire émerger un nom porteur de sens, reflétant l'identité du territoire.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

- Préparation en amont: les participants avaient reçu, avec leur invitation, une note explicative et un questionnaire de réflexion pour les immerger dans la démarche et stimuler leur créativité en amont de l'atelier.
- Animation professionnelle: un intervenant extérieur a guidé les échanges. L'atelier a débuté par une introduction aux objectifs et au déroulement des activités, utilisant des méthodes ludiques et collaboratives telles que le portrait chinois et la création de cartes mentales.
- Travail en petits groupes: les participants ont été répartis en équipes de 4 à 5 personnes, chacune animée par un modérateur. Ce format a favorisé la diversité des idées et l'engagement de chacun.
- Sélection d'un top 3: chaque participant a voté pour les 3 noms qu'il retenait. les 3 noms ayant recueilli le plus grand nombre de votants ont constitué la liste finale.

Cette liste a été soumise aux validations juridiques pour aboutir au nom de notre destination œnotouristique présentée. Les prochaines étapes ont consisté à développer une base ainsi qu'une identité graphique (logo, univers, charte graphique...) autour du nom choisi, afin de construire une identité complète et cohérente, renforçant ainsi l'attractivité de notre territoire œnotouristique.

Vignobles de Provence & de Méditerranée

Un balcon sur les îles d'Or

1.d.2 Le logotype



Un sol fertile.
Développement d'une offre, **un projet qui «germe».**
L'ancrage des vignobles dans ce territoire côtier.
La terre nourricière des vignobles.



Les **ondulations de la mer** ont une **esthétique douce** et **accueillante**, qui évoque **l'aspect convivial** et **chaleureux** du vin et de la Méditerranée.



L'empreinte, rappelle **l'aspect humain** lié aux vignobles et aux personnes qui « animent » cette destination. Les vigneronnes donnent une identité, une signature à leurs vins, ce qui leur confère de l'authenticité.



La **silhouette du verre** avec sa couleur rosée est **minimaliste et reconnaissable**, c'est un **clin d'œil évident** et une **attribution assez directe à la Provence**, célèbre internationalement pour ses rosés.



L'**entrelacement** symbolise **la fusion et la complémentarité des territoires** (Provence Méd. et MPM), ce qui est l'un des fondements du projet. C'est aussi **la rencontre de la mer et des vignes**, qui « s'embrassent » d'un point de vue territorial comme dans la saveur des rosés qui y sont élaborés.



Les lignes «**organiques**» et **dynamiques**, représentent des **routes, des parcours**, symbolisant les **chemins œnotouristiques**, ce qui renforce l'idée de **découverte** et d'**exploration**.

 **VIGNOBLES
DE PROVENCE
& DE MÉDITERRANÉE**
Un balcon sur les îles d'Or

Un logo qui répond à tous les critères d'efficacité:

- Un symbole **identitaire** qui raconte un territoire où les vignes embrassent la mer.
- Un symbole qui permet **d'attribuer presque immédiatement le sujet**.
- Un symbole **mémorisable**, « lu » en une fraction de seconde et qui être redessiné facilement.
- Un symbole **identifiable et lisible** en toutes tailles.
- Un bloc typographique moderne, élégant, dessiné sur-mesure afin de lui conférer une personnalité et une identité propres.

RETOUR AU
SOMMAIRE

→ Un ensemble **fonctionnel**: utilisable partout, sur tout type de support et façonnage (écran, papier, broderie, sérigraphie, découpe...) et sur tout type de fonds (clair, foncé, photographique)

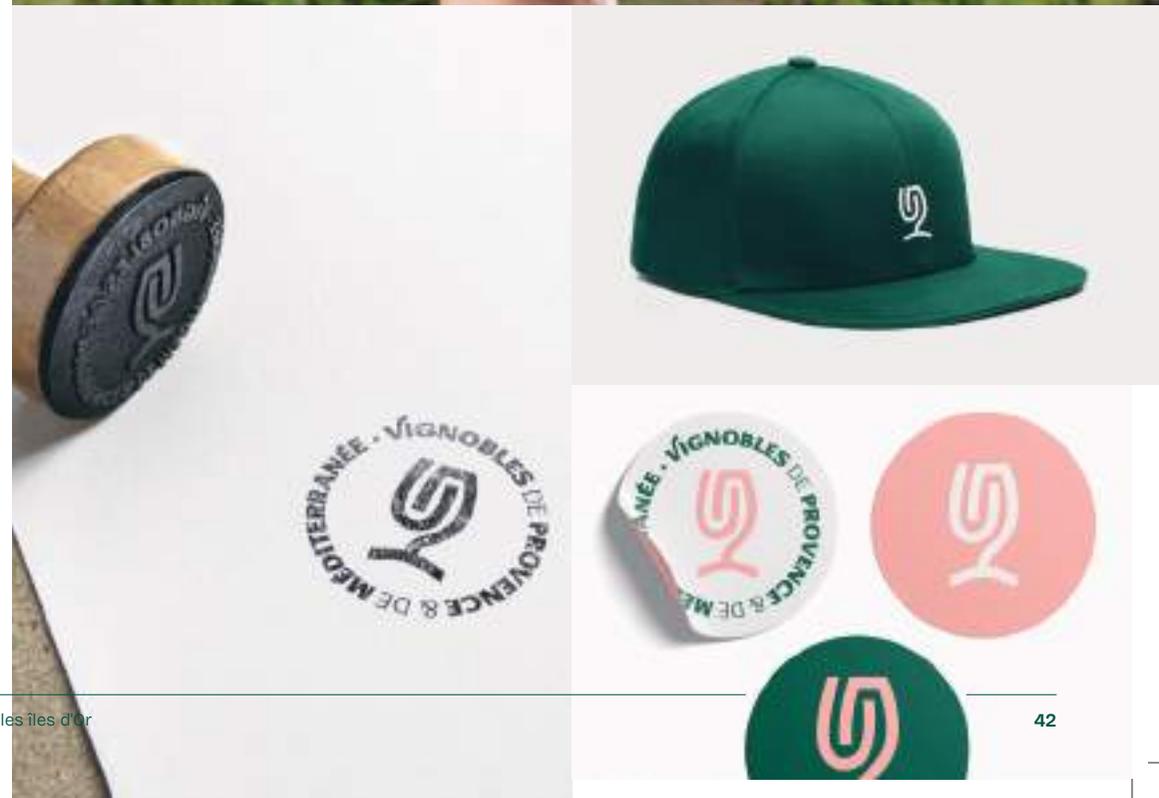
→ Un ensemble **modulable et adaptatif**, à l'image des sites internet qui s'adaptent en fonction des écrans (design dit « responsive »), qui s'utilise sur tous type de médias.



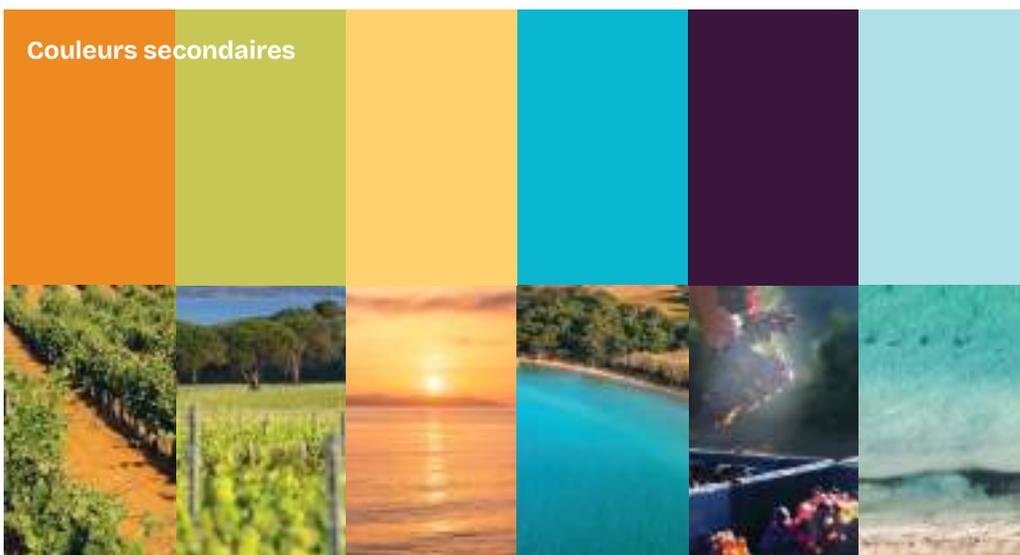
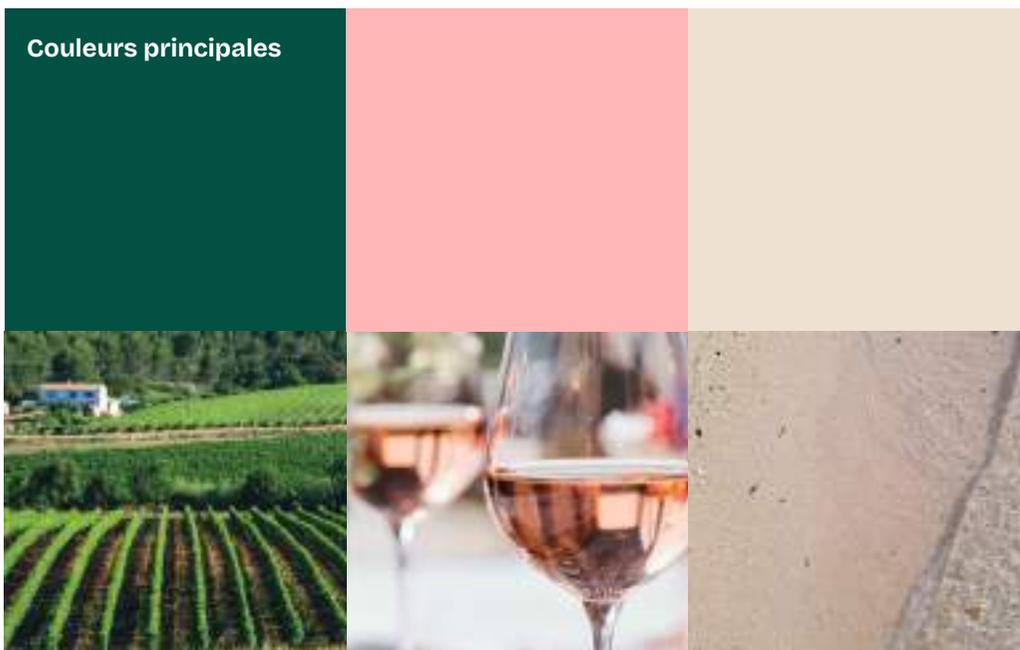
**VIGNOBLES
DE PROVENCE
& DE MÉDITERRANÉE**
Un balcon sur les îles d'Or

 **VIGNOBLES
DE PROVENCE
& DE MÉDITERRANÉE**
Un balcon sur les îles d'Or

[RETOUR AU
SOMMAIRE](#)



1.d.3 L'univers colorimétrique et typographique



Typographie principale

Bricolage grotesque

- Conçue par le typographe **Mathieu Triay**
- Inspirée d'un souvenir émotionnel qui remonte à son grand-père vivant au bord de la Méditerranée.

ExtraLight
Light
Regular
Medium
SemiBold
Bold
ExtraBold

Variable ←————→
Variable ←————→
Variable ←————→

Typographie secondaire

SuperBlue

Light
Regular
Bold
ExtraBold
Black

Exemples d'utilisation des typographies

Dans nos vignobles
de Provence
& de Méditerranée,
l'été dure
12 mois
(ou presque)

🌀
Entre
vignes &
horizons
marins

🌀 Chez nous,
le vin et la mer
sont ouverts
toute l'année !

Venez goûter
à toutes les saisons
de nos vignobles 🌀

1.d.4 Les principes de construction



1.e Le périmètre couvert

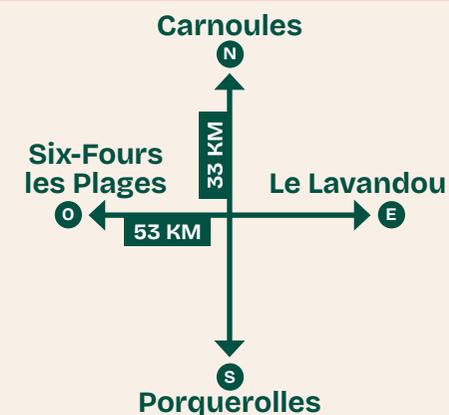
Le territoire proposé à la labellisation s'appuie sur le territoire viticole des Côtes de Provence, délimité par deux intercommunalités : la métropole Provence Méditerranée à l'ouest et la communauté de communes Méditerranée Porte des Maures à l'est.



RETOUR AU
SOMMAIRE



D'un bout à l'autre de la destination





[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

1.f Le bassin viticole

« Le vignoble provençal, un terroir de carte postale »

La destination Vignobles de Provence & de Méditerranée, fruit de la synergie entre les territoires Provence Méditerranée et Méditerranée Porte des Maures, s'impose comme une terre d'exception pour les amateurs de bon vin et de beaux paysages. Enracinée dans une histoire viticole millénaire, cette région bénéficie d'un terroir unique, d'une géographie diversifiée et d'un savoir-faire ancestral qui en font un haut lieu de l'œnotourisme en France et au-delà.

Une nature bien constituée

Le bassin viticole de la destination s'étend sur des paysages remarquables, allant des plaines littorales baignées par la Méditerranée aux collines du massif des Maures, en passant par les monts toulonnais. Ce relief diversifié est marqué par deux grands ensembles géologiques complémentaires : des sols calcaires à l'ouest, idéaux pour les cépages rouges et blancs aux saveurs vives et minérales, et des sols cristallins riches en schistes à l'est, qui confèrent une profondeur aromatique et une élégance incomparable aux vins. Étroitement liée à la mixité de cette typologie des sols, la végétation, composée de garrigue et de maquis, peu gourmande en eau convient parfaitement à la plante méditerranéenne qu'est la vigne.

Ces caractéristiques géologiques sont sublimées par le climat méditerranéen, où la douceur hivernale, les étés chauds et secs et les 2 800 heures de soleil annuel offrent des conditions idéales à la culture de la vigne. Les vents, notamment le Mistral, assurent une ventilation naturelle qui protège les vignes des maladies, garantissant ainsi des vendanges de qualité.

Une diversité de cépages pour des vins de caractère

Avec plus d'une douzaine de cépages soigneusement sélectionnés, les vins de Provence reflètent l'âme de leur territoire. Parmi les plus emblématiques, on trouve le grenache, le cinsault, la syrah et le rolle, qui, grâce à l'art traditionnel de l'assemblage, donnent naissance à des cuvées équilibrées et raffinées.

Les appellations prestigieuses, telles que les AOC Côtes de Provence, AOC Bandol, et les dénominations géographiques complémentaires (DGC La Londe et DGC Pierrefeu), témoignent de l'excellence et de la singularité des vins produits dans la région. Ces appellations mettent en lumière la diversité des sols et des microclimats, ainsi que la maîtrise des vignerons locaux, qui allient tradition et innovation pour produire des vins régulièrement primés à l'échelle nationale et internationale.

L'appellation Côtes de Provence s'étend sur plus de 20 000 hectares sur 3 départements : le Var, les Bouches-du-Rhône et une commune dans les Alpes-Maritimes qui regroupent 84 communes.

Les Vins de Provence

La beauté du paysage provençal est unique. Le relief inoubliable. Parmi les sites remarquables se trouvent la montagne Sainte-Victoire, le massif de la Sainte-Baume, des Maures ou encore le massif volcanique de l'Estérel.

Deux grands ensembles géologiques coexistent, l'un calcaire sur la partie Ouest et Nord du vignoble et l'autre, cristallin sur la partie Est, face à la mer. Un sol idéal pour la vigne. À ces deux ensembles géologiques, calcaire et cristallin, correspondent deux formations végétales caractéristiques de la Méditerranée : la garrigue sur sol calcaire et le maquis sur sol cristallin.

Aucun de ces deux types de végétation ne peut constituer d'importants apports en humus. En règle générale, les sols de la Provence viticole sont donc pauvres mais bien drainés. Ces terrains peu profonds, sans excès d'humidité, conviennent parfaitement à la plante méditerranéenne qu'est la vigne. Le Mistral joue avec le soleil.

Le climat méditerranéen est parfait : ensoleillé, sec et chaud. Les vignes comptent environ 2800 heures de soleil par an. Les vents sont nombreux et font partie intégrante du climat de la région. Le plus violent et le plus connu est le Mistral. Particulièrement sec, il permet de rafraîchir le vignoble, mais surtout de l'assainir, le protégeant ainsi des maladies liées à l'humidité.

Les cépages

Plus d'une douzaine de cépages, ou types de raisins, entrent dans l'élaboration des vins de Provence. Certains d'entre eux constituent une base que l'on retrouve dans la majorité du vignoble, alors que d'autres sont plus spécifiques à certaines appellations.

Au cours de l'hiver qui suit la récolte, les vins juste finis sont assemblés selon les qualités de chaque cépage pour obtenir des vins équilibrés. L'assemblage est, en Provence, une très ancienne tradition vigneronne.



CHIFFRE CLÉS
VINS DE PROVENCE

TROIS APPELLATIONS

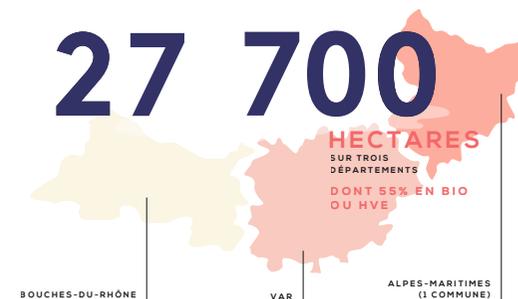
CÔTES DE PROVENCE COTEAUX D'AIX-EN PROVENCE COTEAUX VAROIS EN PROVENCE

ENTRE 1,2 & 1,3 MILLION
D'HECTOLITRES



SOIT L'ÉQUIVALENT DE
180 MILLIONS DE BOUTEILLES

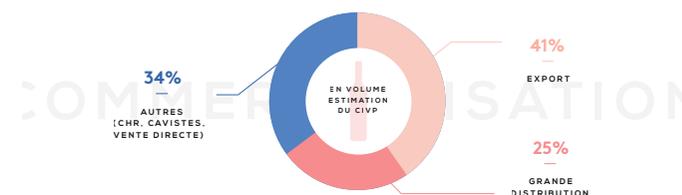
90% ROSE 6% ROUGE 4% BLANC



560 PRODUCTEURS

PLUS DE 100 NÉGOCIANTS LOCAUX

470 CAVES PARTICULIÈRES
55 CAVES COOPÉRATIVES
8 35 NÉGOCIANTS VINIFICATEURS





DGC Côtes de Provence La Londe

Reconnue en 2008, la **Dénomination Géographique Complémentaire (DGC) Côtes de Provence La Londe** est située au sud-ouest du massif des Maures, sur un littoral privilégié face aux îles d'Or (Porquerolles, Port-Cros, Le Levant). Ce vignoble, réparti sur les communes de Hyères, La Crau, La Londe les Maures et Bormes les Mimosas, produit annuellement 5 210 hectolitres de rosé, rouge et blanc. La proximité de la mer Méditerranée offre un climat tempéré, avec des températures adoucies et une faible pluviométrie (moins de 700 mm/an). Les vents marins assurent une ventilation constante, idéale pour la culture de la vigne. Le sol, marqué par les phyllades (schistes métamorphiques), confère aux vins une typicité et une finesse uniques. Les vins de cette DGC reflètent la richesse du terroir : des rouges intenses et structurés, des blancs frais et minéraux, et des rosés élégants, synonymes de l'art de vivre provençal.



DGC Côtes de Provence Pierrefeu

Reconnue en 2013, la **Dénomination Géographique Complémentaire (DGC) Côtes de Provence Pierrefeu** s'étend sur la partie ouest des Côtes de Provence, entre les reliefs du massif des Maures et les plateaux calcaires du centre Var. Ce vignoble, réparti sur 12 communes dont Pierrefeu, Cuers, La Crau et Solliès Pont, produit chaque année 3 809 hectolitres de rosé et rouge. Bénéficiant d'un climat méditerranéen tempéré, influencé par la mer et l'intérieur des terres, ce terroir profite d'un ensoleillement généreux et de températures printanières et estivales élevées. Situé à moins de 400 m d'altitude, le vignoble repose sur trois types de sols : sablo-argileux rouges (Dépression Permienne) / cailloutis calcaires à matrice argilo-sableuse / brun-rouge limono-argileux avec cailloutis schisteux. Les rouges offrent puissance et complexité, tandis que les rosés se distinguent par leur finesse et leur fraîcheur. Ensemble, ils incarnent le caractère authentique d'un terroir entre mer et monts.

Une histoire viticole millénaire

La Provence est la plus ancienne région viticole de France. L'histoire de son vignoble débute il y a plus de 2 600 ans, lorsque les Phocéens introduisirent la vigne en fondant Massalia (l'actuelle Marseille). Ce patrimoine historique confère une profondeur culturelle aux vins de la région, enrichie par les influences des Romains, des grandes familles nobles et des mouvements coopératifs du xx^e siècle. Aujourd'hui, cet héritage perdure grâce à la transmission des savoir-faire, des techniques d'assemblage ancestrales et une quête constante de qualité. Les domaines et caves coopératives, qu'ils soient situés sur le littoral ou dans les plaines, incarnent cette tradition et invitent à un voyage sensoriel unique.

Les initiatives œnotouristiques, telles que les croisières vigneronnes, les petits trains des vignes, et les balades gourmandes, illustrent la volonté de valoriser ce territoire et d'offrir des expériences mémorables à ses visiteurs.



1.g Le représentant de la destination candidate

L'organisme représentant la destination candidate est l'Office de tourisme intercommunal La Londe les Maures, Collobrières, Pierrefeu du Var, Cuers.

Depuis début 2024, il a en charge l'animation de toutes les filières touristiques pour l'ensemble des communes du territoire (Bormes les Mimosas et Le Lavandou compris). Ces missions qui lui ont été confiées sont présentées dans une convention de mutualisation qui lie l'OTI à la Communauté de communes (1^{er} porteur de projet pour la labellisation précédente) ainsi qu'aux 2 autres offices de tourisme.

Le représentant de la destination candidate est Monsieur de Canson en sa qualité de président de l'Office de tourisme intercommunal La Londe les Maures, Collobrières, Pierrefeu du Var, Cuers.

Il est par ailleurs Président de la communauté de communes Méditerranée Porte des Maures.

Afin d'animer le label "Vignobles & Découvertes", conjointement avec l'Office de tourisme métropolitain de Provence Méditerranée, une convention partenariale a été mise en place entre les 2 structures.

Nom: de CANSON – Prénom: François

Fonction: Président

Adresse: 60 boulevard du Front de mer - Port Miramar

Code Postal: 83250 – **Ville:** La Londe les Maures

Email: coordination@mpmtourisme.com

Sites internet: www.mpmtourisme.com
www.provencemed.com

Téléphone: 04 94 01 53 10

Contact suivi dossier:

Lucie ALEONARD – Directrice de la coordination touristique intercommunale

coordination@mpmtourisme.com – 06 81 02 85 59

RETOUR AU
SOMMAIRE





RETOUR AU
SOMMAIRE

2. Les atouts touristiques et œnotouristiques

2.a Le tourisme aujourd'hui en Vignobles de Provence & de Méditerranée

2.a.1 Une destination entre terre et mer

Vignobles de Provence & de Méditerranée : L'ÉVIDENCE d'une destination touristique

La destination Vignobles de Provence & de Méditerranée offre un cadre idyllique pour un tourisme varié et en toutes saisons. Située au carrefour de paysages époustouflants et d'un patrimoine culturel riche, elle combine à merveille les attraits du littoral méditerranéen et ceux d'un arrière-pays authentique.

Avec plus de 200 kilomètres de côtes jonchées de véritables bijoux naturels comme les plages de sable fin, les criques sauvages et les îles d'Or, le littoral constitue un cadre idyllique où farniente, randonnées, activités nautiques se conjuguent à merveille toute l'année, grâce au microclimat doux et ensoleillé.

À peine éloignées de l'effervescence des plages, les terres généreuses sont propices à la contemplation face aux plaines et collines de vignobles, aux forêts de chênes-lièges et aux villages pittoresques, qui composent une mosaïque de paysages empreints de sérénité. Ces décors variés invitent aux découvertes gourmandes, culturelles et patrimoniales. Des monuments, souvent nichés dans des environnements naturels d'exception, qui viennent enrichir l'expérience des visiteurs curieux d'en apprendre davantage sur l'histoire de la Provence.

Fêtes gastronomiques, festivals culturels, événements sportifs : Vignobles de Provence & de Méditerranée vibre au rythme des saisons. La diversité et la qualité des manifestations proposées en font une destination dynamique et accueillante en toute période de l'année.

Vignobles de Provence & de Méditerranée, c'est l'équilibre parfait entre mer et terre, tradition et modernité.

2.a.2 Offre touristique: chiffres clés

Le tourisme, un enjeu économique majeur

Avec **près de 4 millions de visiteurs**, Vignobles de Provence & de Méditerranée accueille plus d'un tiers des touristes du Var qui, rappelons-le, est la 1^{re} destination de France (après Paris).

Vignobles de Provence & de Méditerranée génère **1,6 milliard d'euros de consommation touristique** soit **30 % du montant global** du département.

CHIFFRES 2023

Données du territoire **Provence Méditerranée**


Données du territoire **Méditerranée Porte des Maures**


Données cumulées de la destination **Vignobles de Provence & de Méditerranée**


[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



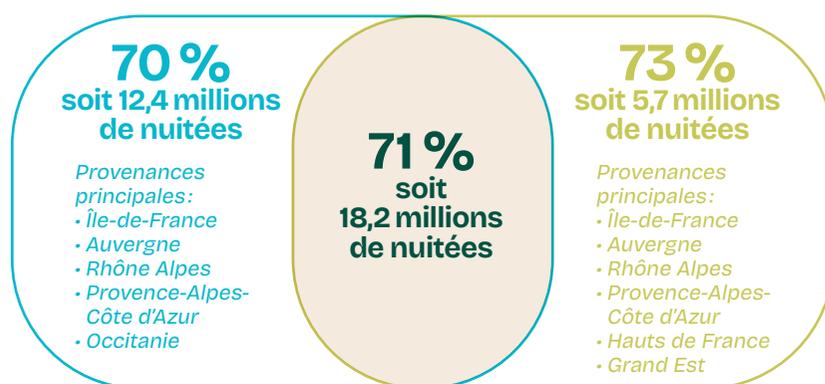
Nombre de lits touristiques



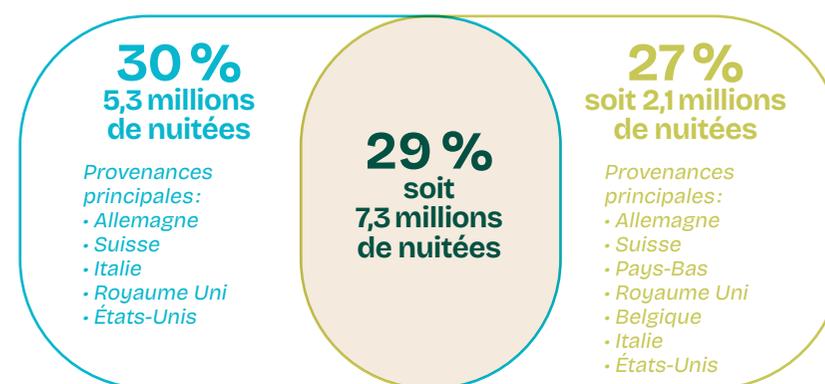
Nombre de nuitées



Part de la clientèle française en nuitée



Part de la clientèle étrangère en nuitée



2.a.3 Le réseau performant des offices de tourisme

Les Offices de tourisme : rouage essentiel d'un tourisme d'excellence

Les Offices de tourisme de la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée jouent un rôle central dans l'accueil des visiteurs et dans la promotion du territoire. Ils se consacrent à des missions essentielles qui contribuent à l'excellence de l'expérience touristique.

Accueillir, informer et conseiller sont les premières missions fondamentales

Dans chaque point d'accueil, les visiteurs – qu'ils soient touristes ou habitants – sont reçus avec professionnalisme, souvent en plusieurs langues, pour une orientation personnalisée. Les Offices proposent des informations détaillées sur les richesses locales : activités, hébergements, restauration ou encore événements. Ils mettent également à disposition une documentation variée, des plans aux brochures thématiques, et offrent un accès Wi-Fi pour répondre aux besoins numériques des visiteurs. Grâce à ces services, ils deviennent des relais incontournables de l'offre viticole et œnotouristique du territoire.

Les Offices de tourisme s'emploient à promouvoir la destination sur les scènes nationale et internationale

Ils développent des outils de communication variés, qu'il s'agisse de supports imprimés ou numériques, tels que des sites Internet et des réseaux sociaux. Leur participation à des salons, en collaboration avec Var Tourisme et le Comité Régional de Tourisme, renforce la visibilité de la destination. Ils organisent également des visites guidées et conçoivent des offres adaptées aux tendances touristiques majeures : œnotourisme, randonnée, vélo, nautisme ou encore tourisme durable.

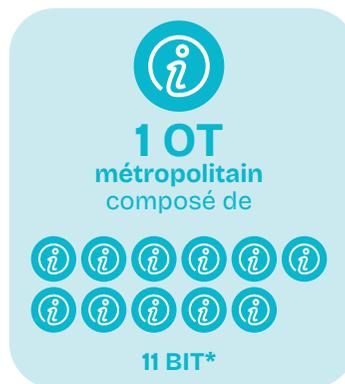
Les Offices assurent aussi une animation dynamique des filières touristiques et un accompagnement des professionnels

En créant un réseau solide de partenaires locaux, ils favorisent la transversalité et les synergies entre les acteurs du tourisme. Ateliers pratiques, workshops et conseils personnalisés sont autant de services proposés pour renforcer l'expertise des prestataires. La commercialisation de produits touristiques et la mise en place de boutiques proposant des souvenirs locaux participent à la valorisation du territoire et à la fidélisation des visiteurs.

Enfin, ils œuvrent à la qualité globale de la destination en veillant au respect des normes et labels, tels que leur classification en Catégorie 1 et la marque Qualité Tourisme™. Ils accompagnent les professionnels dans leurs démarches de labellisation et classements de tourisme, contribuant ainsi au niveau élevé d'exigence dans l'offre touristique.

RETOUR AU
SOMMAIRE

PROVENCE MÉDITERRANÉE



animés par
80 collaborateurs

* renforcés par des accueils saisonniers



MÉDITERRANÉE PORTE DES MAURES



animés par
35 collaborateurs

Ces 3 offices de tourisme travaillent
dans une logique de mutualisation depuis 2017.



 **Les Offices de Vignobles de Provence & de Méditerranée accueillent plus de 750 000 visiteurs chaque année**



RETOUR AU
SOMMAIRE

| La Qualité: un axe stratégique et engagé

Les Offices de tourisme de Vignobles de Provence & de Méditerranée placent la qualité au cœur de leur action, en s'appuyant sur des engagements forts et une démarche d'amélioration continue.

Pour garantir une expérience optimale, ces offices adoptent une écoute active des besoins de leurs différents publics: touristes, habitants et professionnels. Cet engagement s'appuie sur des évaluations régulières afin de cultiver un progrès constant dans leurs pratiques. En 2024, ils ont renouvelé leur adhésion à la marque d'État Qualité Tourisme™, avec un remarquable taux de conformité de 96%. Ce label, gage d'excellence, encadre la qualité de service tout au long du parcours client, de la préparation au séjour jusqu'au retour. Dans une volonté de modernisation, les Offices se préparent à l'obtention du nouveau label Destination d'Excellence, à valider avant 2026, intégrant des pratiques écoresponsables.

Conscients de leur rôle dans la transition écologique, les Offices de tourisme s'engagent aussi dans des démarches innovantes. Provence Méditerranée participe depuis 2024 à la Convention des Entreprises pour le Climat, visant à imaginer des modèles économiques plus durables. De son côté, Méditerranée Porte des Maures a mis en place un plan d'actions en Responsabilité Sociétale des Organisations (RSO), soutenu par la société Betterfly pour un affichage environnemental transparent.

Ces engagements soulignent l'ambition des Offices de tourisme de conjuguer qualité de l'accueil, développement durable et cohésion territoriale, positionnant ainsi Vignobles de Provence & de Méditerranée comme une destination exemplaire et tournée vers l'avenir.



La vente d'activités de loisirs: un vrai service client et une réelle valeur ajoutée pour les professionnels du tourisme

La destination Vignobles de Provence & de Méditerranée génère dans ses offices de tourisme un chiffre d'affaires de:

- ➕ de 2500 000 € pour les loisirs individuels
- ➕ de 600 000 € sur la clientèle groupes
- ➕ de 300 000 € dans ses boutiques

Essentiellement réalisées en vente aux comptoirs, les réservations en ligne sont en cours de développement et auront un effet levier majeur pour tous nos partenaires professionnels.

Dans l'offre d'activités de loisirs revendues dans les offices de tourisme, la part de l'œnotourisme augmente chaque année.

2.b L'œnotourisme aujourd'hui en Vignobles de Provence & de Méditerranée

2.b.1 État des lieux

Vignobles de Provence & de Méditerranée : l'EXCELLENCE d'une destination œnotouristique

La nouvelle destination Vignobles de Provence & de Méditerranée incarne l'alliance parfaite entre les héritages viticoles des deux territoires Méditerranée Porte des Maures et Provence Méditerranée. Située entre mer, collines et montagnes, elle propose une expérience immersive au cœur d'un terroir d'exception. Ici, l'œnotourisme n'est pas seulement une activité, mais une invitation à découvrir un art de vivre, où le vin devient le fil conducteur d'un voyage entre traditions, paysages et savoir-faire.



RETOUR AU
SOMMAIRE



RETOUR AU
SOMMAIRE

Une richesse viticole reconnue

Le territoire est un acteur majeur de la viticulture française, en particulier grâce à son rôle de premier producteur de vin rosé AOC en France. Sous les appellations AOC Côtes de Provence et IGP Maures, Var et Méditerranée, il offre une diversité de vins – rosés, rouges et blancs – qui reflètent la richesse de ses terroirs. Chaque cuvée porte la signature unique d'un environnement baigné par le soleil, caressé par les brises marines et influencé par la minéralité de ses sols variés.

Parmi les trésors œnologiques, deux dénominations géographiques complémentaires – Côtes de Provence La Londe et Côtes de Provence Pierrefeu – témoignent de la spécificité de ce territoire, où les vigneronnes perpétuent des savoir-faire ancestraux, transmis de génération en génération.

Un terroir façonné par la diversité des paysages

Des portes de la Réserve naturelle nationale de la Plaine des Maures jusqu'à la Méditerranée, en passant par les coteaux escarpés et les plaines ensoleillées, le vignoble offre une mosaïque de paysages spectaculaires. Les visiteurs peuvent profiter de panoramas à couper le souffle: vues sur les îles d'Or, sur la rade de Toulon ou encore sur les reliefs du massif des Maures.

Cette variété de décors n'est pas seulement une richesse visuelle: elle influence directement les vins du territoire. Les arômes typiques du maquis méditerranéen – thym, romarin, pins – se retrouvent dans les cuvées, apportant une typicité unique à chaque millésime.

Une offre œnotouristique culturellement diversifiée

Avec plus de 100 domaines et caves coopératives répartis sur l'ensemble de son territoire, Vignobles de Provence & de Méditerranée se distingue par la qualité et la diversité de ses expériences œnotouristiques.

Les visiteurs sont invités à explorer les vignobles au travers d'activités variées, adaptées à tous les goûts:

- Dégustations des cuvées au domaine, en compagnie de vigneronnes passionnés, qui partagent leurs histoires et secrets de production.
- Visites guidées des vignobles, à pied ou à vélo électrique, permettant de mieux comprendre l'art de la vinification et la richesse des terroirs.
- Ateliers de dégustation pour s'initier à l'analyse sensorielle et découvrir les subtilités des rosés, rouges et blancs de la région.
- Croisières vigneronnes, notamment dans la rade de Toulon, alliant plaisirs œnologiques et découvertes maritimes.
- Événements culturels et festifs, tels que des concerts dans les vignes, des festivals de jazz, ou encore des expositions d'art.

Cette diversité d'activités, portée par des domaines emblématiques tels que le Château Léoube, Château Sainte-Marguerite, le Domaine de La Courtade ou le Château de Brégançon, garantit une expérience unique et mémorable, mêlant gastronomie, bien-être et convivialité.

Le saviez-vous ?



C'est dans le Var qu'a été créé le **Centre de recherche et d'expérimentation sur le vin rosé**, une structure unique au monde.

Des expériences uniques dans des vignobles magiques !

À la découverte des savoir-faire de nos vignerons !

Vous voulez découvrir l'histoire souvent familiale des domaines, leur savoir-faire souvent artisanal et très respectueux pour cultiver la vigne, connaître les cépages spécifiques aux Côtes de Provence, comprendre la vinification, apprendre la dégustation,... les visites / dégustation sont des moments privilégiés de partage avec le vigneron !



La Londe les Maures

→ Visite / dégustation et

- visite audio-guidée au Château Pas du Cerf
- Dégustation du mercredi à Figuière
- Visite / dégustation au domaine de Château Vert
- La vie en rosé au Château les Valentines
- De la vigne à la dégustation au Château des Bormettes

Bormes les Mimosas

- Visite / dégustation au Château de Brégançon
- Visite / dégustation au Château Angueiroun

Pierrefeu du Var

- L'art du rosé au Château La Gordonne

Le Pradet

- Visite œnologique et Expérience viticole au domaine de la Navicelle
- Et bien d'autres...

des domaines, leur savoir-faire souvent artisanal et très respectueux pour cultiver la vigne, connaître les cépages spécifiques aux Côtes de Provence, comprendre la vinification, apprendre la dégustation,... les visites / dégustation sont des moments privilégiés de partage avec le vigneron !

À pied!



Partagez une balade pour découvrir un vignoble en toute liberté, muni d'un road book pédagogique pour connaître l'histoire du domaine, la culture de la vigne, la vinification en agriculture biologique...

- Château Pas du Cerf – La Londe les Maures
- Domaine Sainte-Marie – Bormes les Mimosas

À vélo électrique ou voiturette électrique!



Visites guidées à la découverte d'hectares de vignoble: paysages magnifiques, vues sur mer exceptionnelles, tous les secrets et le savoir-faire de la vigne au vin révélés...

- Château Malherbe – Bormes les Mimosas
- Domaine de La Courtade - Île de Porquerolles
- Château de l'Aumerade – Pierrefeu du Var
- Domaine Sainte Marie – Bormes les Mimosas

En quad!

Dans un cadre insolite, en famille ou entre amis,



c'est parti pour une randonnée accompagnée, à la rencontre des paysages et du vignoble. Et après le sport, le réconfort!

- Château de l'Aumerade – Pierrefeu du Var

En bateau!

Cet été, c'est la croisière vigneronne au crépuscule



qui ravira les amoureux d'air iodé! Une dégustation de vins en mer dans un cadre magique le temps d'une balade côtière... Un moment d'exception sublimé les soirs de feux d'artifice!

- Bâteliers de la Côte d'Azur et Vignerons Londaïs – La Londe les Maures
- Bâteliers de la Côte d'Azur et vigneron de TPM – Toulon
- Latitude Verte et Château du Carrubier – Bormes les Mimosas
- Vedettes Îles d'Or et le Corsaire et Domaine de l'Anglade – Le Lavandou

En 4x4! Safari tour



Balade guidée dans un Land Rover pour une découverte du vignoble. Activité ludique avec une dégustation commentée de vins, accompagnée d'amuse bouches provençaux.

→ La Sanglière – Bormes les Mimosas

Et pour une expérience plus gastronomique!



Se régaler tout en profitant de la beauté du décor naturel d'un domaine et d'une ambiance intimiste, voilà la promesse de ces expériences pour un déjeuner ou un dîner. Et parce qu'en cuisine comme dans les vignes, la qualité de l'ingrédient compte avant toute chose, les accords mets-vins proposés évoluent au gré du marchés et de la saison.

Laissez-vous tenter !

→ Pique-nique au Château de l'Aumerade – **Pierrefeu du Var**

→ Expériences culinaires au Château Sainte Marguerite – **La Londe les Maures**

→ Restaurant l'Assiette à Figuière – **La Londe les Maures**

→ Restaurant Café Léoube – Château Léoube – **Bormes les Mimosas**

→ Restaurant Le Poisson Ivre – Domaine de la Courtade – **Porquerolles**

À l'heure de l'apéro



Après une balade à travers de fabuleux domaines ou tout simplement pour vous retrouver en famille ou entre amis en fin de journée, vivez un moment de détente, de convivialité et de partage dans un cadre magnifique. Savourez les vins de nos domaines, des produits du terroir d'exception, le tout agrémenté d'une vue imprenable sur les vignes et les îles d'or, sous un coucher de soleil magique.

À La Londe les Maures

→ Soirées vigneronnes à la Cave des vigneron londaïis

→ Dégust'entre potes au Château Tour St Honoré

→ Apéritif dégustation au Domaine

de Château Vert

→ Soirée dégustation au Domaine du Favanquet

À Bormes les Mimosas

→ Apéro Angueiroun au Château Angueiroun

→ Apérosé jazz au Château de Brégançon

→ Apéro pétanque et soirées saxo à La Sanglière

Au Lavandou

→ Apéro après plage au domaine de l'Anglade - Le Lavandou

Au Pradet

→ Les instants gourmands au domaine de La Navicelle

→ Et bien d'autres...

En quête de sens...



Une expérience unique mêlant sophrologie, dégustation et découverte d'un domaine viticole.

→ **La Londe les Maures** - "Wine fullness" – Château Vert

Chiffres et indicateurs

LE POIDS DE L'ŒNOTOURISME



En France



Sur le territoire vignobles de Provence & de Méditerranée



10 millions d'œnotouristes accueillis par an, soit une hausse de +30 % en 7 ans



5,2 milliards d'euros de retombées économiques



58 % de visiteurs français en Provenance majoritairement des régions Sud, Ile-de-France et Auvergne-Rhône-Alpes



42 % de visiteurs étrangers, majoritairement (par ordre d'importance) des néerlandais, allemands, britanniques et belges



150 000 touristes par an, (soit près d'1/4 des touristes) visitent un vignoble et/ou une cave.

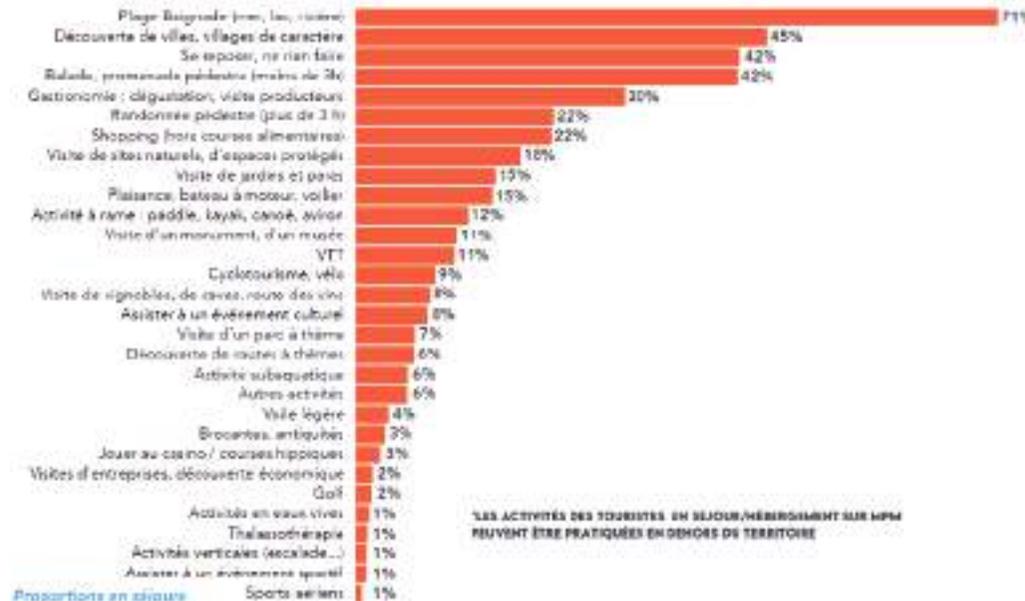


2/3 des touristes résident en hébergement commercial et **1/3** en hébergement non marchand (résidence principale de parents ou amis, résidence secondaire personnelle, de parents ou amis).

Sur les hébergements marchands, **20 %** des touristes sont en camping, 12 % en hôtel, 22 % en location, 6 % en résidence de tourisme et 3 % en village vacances/ hébergement collectif

Les activités de la clientèle touristique en cumulé pendant son séjour sur le territoire

ACTIVITÉS CUMULÉES



Sources : enquête clientèle BVA - Orange Flux Vision - Var Tourisme 2022



Méditerranée Porte des Maures



28
domaines
et châteaux



15
hébergeurs



12
restaurateurs



50
acteurs
culturels et
de loisirs

[RETOUR AU
SOMMAIRE](#)

2.b.2 Zoom sur le bilan Méditerranée Porte des Maures

| Une première labellisation couronnée de succès

En 2022, la communauté de communes Méditerranée Porte des Maures a obtenu le label Vignobles & Découvertes, marquant une étape décisive pour ce territoire riche en patrimoine viticole.

Cette reconnaissance repose sur deux prestigieuses dénominations de terroir : l'AOC Côtes de Provence-La Londe et l'AOC Côtes de Provence-Pierrefeu, qui s'étendent sur l'ensemble du territoire intercommunal, incluant notamment La Londe les Maures, Bormes les Mimosas, Pierrefeu du Var, et cinq autres communes voisines : Hyères, Carnoules, La Crau, Le Pradet et Puget Ville. Ce label valorise un réseau de 28 domaines et châteaux, 15 hébergeurs, 12 restaurateurs, ainsi que plus de 50 acteurs culturels et de loisirs.

Depuis cette labellisation, l'animation de la filière œnologique a connu un véritable essor. Chaque année, de nouveaux prestataires rejoignent la démarche (une dizaine en 2 ans), tandis que les événements autour du vin prennent de l'ampleur, particulièrement en été où une édition "spécial œno" a vu le jour, devenant un rendez-vous incontournable pour les amateurs de vins et de découvertes sensorielles.

La communication a également été intensifiée, avec la création de supports variés tels que des cartes œnologiques mises à jour chaque année, des campagnes numériques et des insertions dans des magazines spécialisés. La destination s'appuie sur des collaborations solides avec des partenaires majeurs comme le CIVP et la Chambre d'Agriculture, permettant de co-construire des projets novateurs et de renforcer la visibilité régionale et nationale de la filière.

Cette dynamique a conduit à la création, en mai 2024, d'un poste de chargé de mission œnotourisme, preuve de l'engagement croissant envers le développement de cette activité. Le budget annuel de 25 000 € initialement alloué à l'animation du label, a presque doublé en 2024 pour accompagner la nouvelle candidature, faisant de l'œnotourisme une priorité stratégique.

En seulement trois ans, la destination a participé à trois éditions du Fascinant Week-end, avec un nombre de partenaires en constante progression.

Le succès de cette première labellisation a non seulement renforcé l'attractivité du territoire, mais a aussi suscité de nombreuses attentes pour l'avenir, tant chez les professionnels que chez les visiteurs. C'est désormais au titre de Vignobles de Provence & de Méditerranée, impliquant aussi le bassin de Provence Méditerranée, que le label « Vignobles & Découvertes » est visé, confirmant ainsi l'évidente vocation œnotouristique de cette nouvelle destination.



RETOUR AU
SOMMAIRE

3. Les motivations et objectifs stratégiques

3.a Les enjeux

3.a.1 Un enjeu national de développement et de croissance économique

L'œnotourisme est devenu un moteur économique puissant en France, avec des retombées significatives qui témoignent de son impact sur l'ensemble de l'économie locale (*voir les chiffres*). Bien au-delà de la seule industrie viticole, il favorise l'activité des hébergements, des restaurants et de divers services touristiques.

Dans ce contexte, Vignobles de Provence & de Méditerranée se positionne comme une destination stratégique, offrant une opportunité unique de répondre aux nouvelles attentes des visiteurs. L'œnotourisme contemporain privilégie les expériences immersives, en lien avec la nature, l'écotourisme et la découverte du terroir. Le label Vignobles & Découvertes, véritable gage de qualité, accompagne cette évolution en valorisant des expériences innovantes et authentiques.

Forte de ses engagements en agroécologie et de la richesse de ses terroirs, la nouvelle destination se distingue par une offre œnotouristique diversifiée et dynamique. Des événements tout au long de l'année viennent compléter cette palette d'expériences, conférant aux Vignobles de Provence & de Méditerranée un rayonnement national et international. L'ambition est claire : faire reconnaître ce territoire comme une référence incontournable de l'œnotourisme, dans un secteur en constante évolution où tradition et innovation se conjuguent harmonieusement.



10 millions
d'œnotouristes
accueillis par an,
soit une hausse
de +30 % en 7 ans

(*Études Atout France 2016)



5,2 milliards
d'euros de retombées
économiques



58 % de visiteurs
français



42 % de clientèle
étrangère

3.a.2 Un levier pour notre économie touristique et notre positionnement

Le label national Vignobles & Découvertes constitue un levier stratégique pour accroître la visibilité de la nouvelle destination Vignobles de Provence & de Méditerranée, en la plaçant aux côtés des grandes régions œnotouristiques françaises comme la Bourgogne ou le Bordelais. Son objectif est clair : renforcer l'image et la notoriété du territoire tout en structurant l'offre autour du vin et du tourisme.

Cette démarche repose sur des enjeux partagés entre les acteurs viticoles et les professionnels du tourisme. Elle vise à développer l'œnotourisme en mettant en réseau l'ensemble des domaines viticoles, caves, caveaux, hébergements, restaurants, sites patrimoniaux et structures réceptives proposant des expériences autour du vin. Grâce à cette synergie, le territoire pourra répondre aux attentes d'une clientèle variée et exigeante, qu'il s'agisse de découvertes culturelles, de bien-être ou de gastronomie.

L'obtention du label ne marque pas un aboutissement, mais bien le début d'une dynamique durable.

Avec une vision tournée vers un tourisme responsable et respectueux de l'environnement, Vignobles de Provence & de Méditerranée dispose d'un potentiel œnotouristique déjà solide. Le label est un outil de structuration, permettant de renforcer l'attractivité de la destination tout en soutenant une filière viticole essentielle à l'économie locale, mais confrontée à des défis majeurs.

Ce projet s'inscrit dans le long terme, avec pour ambition de construire une offre pérenne, innovante et en phase avec les attentes des visiteurs d'aujourd'hui et de demain.



Nos objectifs en 5 mots-clés



Rayonnement

Renforcer l'attractivité internationale



Excellence

Garantir le meilleur accueil



Réseau

Fédérer acteurs viticoles et touristiques



Économie

Générer des retombées locales



Innovation

Développer des offres uniques

3.b Nos objectifs

Des objectifs ambitieux pour un développement structuré et durable

Vignobles de Provence & de Méditerranée aspire à devenir une destination œnotouristique majeure, tant dans le Var qu'en Provence, en s'appuyant sur une offre qualitative et différenciée. L'objectif principal est de sensibiliser l'ensemble des acteurs locaux, qu'ils soient viticoles ou touristiques, à l'importance du label Vignobles & Découvertes, garantissant ainsi une qualité d'accueil irréprochable pour les visiteurs. L'ambition est également de commercialiser des produits et séjours œnotouristiques dignes des grandes régions viticoles françaises, renforçant l'attractivité de la destination.

La valorisation du territoire passe par la mise en avant d'une offre thématique forte, fédérant des prestataires autour de valeurs communes. Ce réseau dynamique permet de générer des retombées économiques directes et indirectes pour l'ensemble des acteurs engagés, tout en animant le territoire par des actions concertées. La destination souhaite non seulement séduire un public plus large, mais aussi se rapprocher des territoires voisins labellisés, dans une logique de coopération régionale pour offrir une visibilité accrue à l'échelle nationale et internationale.

Le développement d'offres de courts séjours attractifs pour les clientèles locale, nationale et internationale figure également parmi les priorités. L'appartenance à un réseau national en pleine expansion permet de bénéficier des actions de communication d'Atout France, ainsi que d'accueils presse ciblés organisés par la Région Sud et le CIVP. De plus, la participation à des événements phares, comme celui de *Vignobles en Scène!*, contribuera à renforcer l'image de la destination dans le décor œnotouristique.

En cultivant l'esprit de collaboration, Vignobles de Provence & de Méditerranée entend démontrer que l'union fait la force, déployant ainsi les moyens de rivaliser avec les plus prestigieuses destinations viticoles, et offrir une expérience unique, enrichissante et mémorable à tous ses visiteurs.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

Nos atouts en 5 mots-clés



Cohérence

Entre viticulture et tourisme



Engagement

En faveur de pratiques respectueuses essentielles à un tourisme durable



Dynamisme

Une offre œnotouristique déjà structurée et en constante évolution



Qualité

La recherche de l'excellence omniprésente



Visibilité

Des actions de communication ambitieuses

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

3.c Nos atouts

La destination Vignobles de Provence & de Méditerranée se distingue par sa cohérence et sa pertinence, offrant une synergie naturelle entre viticulture et tourisme. Engagé dans l'agro-écologie, elle valorise une agriculture respectueuse des terroirs et de l'environnement, soutenue par des atouts viticoles d'exception. La dynamique déjà en place, conjuguant savoir-faire vigneron et accueil touristique, témoigne d'une volonté partagée de toujours progresser.

Ce territoire bénéficie d'une offre œnotouristique déjà bien structurée et commercialisée, enrichie par des expériences uniques et en constante évolution. Des événements majeurs autour du vin ponctuent l'année, favorisant

des excursions et courts séjours attractifs pour une clientèle en quête de découverte. La qualité, pilier central de l'offre, s'exprime tant dans les productions viticoles que dans les prestations touristiques.

Enfin, une communication ciblée et ambitieuse, soutenue par des actions thématiques, assure une visibilité accrue. L'ensemble des acteurs du territoire partage l'ambition commune de dépasser les attentes, en construisant une destination œnotouristique incontournable, où excellence et innovation se conjuguent pour séduire un public toujours plus large.

Des valeurs partagées pour une expérience unique

Parce que les œnotouristes recherchent des expériences authentiques et diversifiées, allant au-delà de la simple dégustation de vin, la collaboration étroite entre vignerons, institutions et acteurs du tourisme garantit une approche centrée sur le client. Vignobles de Provence & de Méditerranée séduit par ses terroirs diversifiés, ses produits locaux emblématiques et une hospitalité chaleureuse, créant ainsi une destination incontournable pour les amateurs de vin en quête d'expériences sensorielles et culturelles authentiques.

3.d La gouvernance – convention partenariale

3.d.1 Gouvernance

Une gouvernance est mise en place avec un comité de pilotage et un comité technique.



RETOUR AU
SOMMAIRE

Une convention a été établie entre les 2 offices de tourisme intercommunaux.

Cette convention traduit la volonté partagée des parties signataires de contribuer au développement de cette filière œnotouristique par une action mutualisée autour de la création d'une destination labellisée Vignobles & Découvertes.

L'obtention de ce label permet de valoriser la destination et d'attirer de nouveaux visiteurs.

C'est dans cet objectif, que l'office de tourisme intercommunal de Méditerranée Porte des Maures et l'office de tourisme métropolitain de Provence Méditerranée ont décidé de se regrouper afin de solliciter l'obtention du label Vignobles & Découvertes.

L'office de tourisme intercommunal de Méditerranée Porte des Maures se propose d'être l'organisme porteur et coordinateur de cette candidature.

Cette convention contribue au développement économique du territoire et de ses acteurs viticoles et touristiques et repose sur les axes suivants :

1. Développer et professionnaliser une offre œnotouristique
2. Améliorer la visibilité des vignobles sur le territoire
3. Favoriser l'intégration du vin et du vignoble dans la culture locale
4. Gérer l'animation du partenariat et la gouvernance du projet
5. Participer au niveau régional et national à la dynamique du réseau des destinations labellisées Vignobles & Découvertes et à la valorisation de la thématique au travers des actions de promotion menées par l'ADT Var Tourisme, le Comité Régional du Tourisme, ainsi que le CIVP et la Chambre d'Agriculture.

Dans le cadre de ce label, les engagements pris par les deux offices de tourisme intercommunaux sont :

- Proposer une offre complète significative et qualifiée en lien avec le vignoble;
- Sélectionner et démarcher des partenaires s'engageant à respecter les critères d'éligibilité au label, à communiquer sur le label, à promouvoir le territoire candidat et les professionnels, à inciter une consommation responsable;
- Fournir au porteur de projet, toutes les informations nécessaires aux montages du dossier de candidature;
- S'assurer de la qualité constante, des prestataires et tenir à jour le tableau de suivi des partenaires labellisés sur son territoire de compétences, respecter l'intégrité, des critères du label national;
- S'engager à communiquer sur la marque et les autres partenaires bénéficiaires de la marque;
- Poser la plaque Vignobles & Découvertes de façon visible dans tous ses bureaux d'information touristique;
- Dédier un espace sur leur site Internet pour la valorisation du label et des prestataires porteurs de la marque, renvoyer la clientèle vers les autres prestataires porteurs de la marque;
- Intégrer le logo sur leur site Internet, et sur l'ensemble de leurs supports de communication;
- Fournir les chiffres de fréquentation et de demande liés à l'œnotourisme;
- Participer aux actions de communication et d'animation entreprises par le réseau;
- Participer financièrement aux actions validées par le comité de pilotage.

3.d.2 Le comité de pilotage

Le Comité de pilotage est chargé de valider annuellement le bilan d'activités, la stratégie et le plan d'actions. Il se réunit a minima deux fois par an et toutes les fois qu'un de ses membres en exprimera la demande.

Il est composé des élus représentant les deux offices de tourisme, des institutions représentant le monde viticole, les professionnels du tourisme, et des membres du Comité technique présents à titre consultatif.

Les élus se répartissent de la façon suivante:

- Pour l'Office de tourisme intercommunal La Londe les Maures, Collobrières, Pierrefeu du Var, Cuers pour Méditerranée Porte des Maures: le président et le vice-président.
- Pour l'Office de tourisme métropolitain Provence Méditerranée: le président et l'un des présidents de pôle.

Les autres représentants:

- Le Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence - CIVP
- Les associations de vignerons représentant les DGC Côtes de Provence
- La Chambre d'Agriculture du Var
- Le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur - CRT
- L'Agence Départementale du Tourisme - Var Tourisme
- L'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie du Var - UMIH
- La Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air - HPA

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



Liste des membres

François de CANSON Président du Comité de Pilotage Vignobles & Découvertes
Président de l'office de tourisme intercommunal La Londe, Collobrières, Pierrefeu du Var, Cuers
Président Communauté de communes Méditerranée Porte des Maures

Laurent JÉRÔME Vice-président du Comité de Pilotage Vignobles & Découvertes
Président de l'office de tourisme métropolitain Provence Méditerranée

Lucie ALÉONARD Référent technique Vignobles & Découvertes
Coordinatrice touristique intercommunale filières tourisme

Sylvain AUDEMARD Président - Chambre d'Agriculture du Var
Samuel GARNIER Chef de projet œnotourisme/formation - Chambre d'Agriculture du Var

Eric PASTORINO Président - Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence

Delphine MOREAU Cheffe de projet œnotourisme - Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence

Sarah BREFFY Juriste - Syndicat des vins - Côtes de Provence

Olivier DE VICTOR Président AOC Côtes de Provence La Londe
Eric DUSFOURD Vigneron - AOC Côtes de Provence La Londe
Christophe TEISSEIRE Président AOC Côtes de Provence Pierrefeu
Alain BACCINO Vigneron - Côtes de Provence Pierrefeu

François de CANSON Président CRT Région Sud
Loïc CHOVELON Directeur CRT Région Sud
Guillaume DECARD Président Var Tourisme
Martine FELIO Directrice Var Tourisme

Michel NORE Président HPA Var
Jean-Pierre GHIRIBELLI Président UMIH Var

Véronique NÉRAND Directrice OTI La Londe les Maures, Collobrières, Pierrefeu du Var, Cuers

Stéphane DEVRIEUX Directeur OTM Provence Méditerranée
Fabio MANTA Directeur des filières Provence Méditerranée
David GONCALVES Directeur OTL Bormes les Mimosas
Sybille ROUQUIÉ Directrice OT Le Lavandou

[RETOUR AU
SOMMAIRE](#)



3.d.3 Le comité technique

Le comité technique est composé de techniciens représentant les deux offices de tourisme :

- Méditerranée Porte des Maures : les directeurs d'offices de tourisme du territoire, le coordinateur touristique intercommunal, le chargé œnotourisme,
- Provence Méditerranée : le directeur d'office de tourisme métropolitain du territoire, le directeur des filières et les directrices d'activité, les chargés de missions filières / œnotourisme.

L'ensemble des acteurs précités ont vocation à s'associer sur la mise en œuvre de tout ou partie du plan d'actions dans le cadre de groupes projets réunissant les compétences utiles.

Ils s'engagent à se coordonner en matière de communication interne et se concerter sur des dossiers de candidature à des prix ou labels en matière d'œnotourisme.

Ses missions sont :

- Établir un bilan annuel et le diffuser aux partenaires engagés dans la démarche ;
- Rédiger un plan d'actions annuel et un plan de communication et de promotion et les mettre en œuvre ;
- Organiser le développement d'évènements animant la destination ;
- Mettre en place des actions d'information et de formation favorisant les synergies entre les acteurs.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



3.d.4 La convention partenariale

Les engagements de chacun des partenaires ont été détaillés dans une convention signée le 6 décembre 2024 à l'occasion du premier comité de pilotage.

Convention partenariale à retrouver ci-après.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



Convention de partenariat Labellisation *Vignobles & Découvertes* Vignobles de Provence et de Méditerranée Un balcon sur les îles d'Or

Préambule :

La thématique du vin et du vignoble, de plus en plus prisée par les clientèles françaises et étrangères, est un secteur de l'économie européenne en croissance. Il répond à une demande sociétale pour des produits de qualité, pour les terroirs, pour la typicité des paysages assimilés à des cadres de vie de qualité, où l'on puisse se livrer à des activités de détente et participer aux événements culturels liés à ces lieux.

Au-delà des vins eux-mêmes, c'est tout un ensemble qui construit une image autour de la vigne et du vin, des évocations, une identité, en un mot une réalité qui est d'ordre culturel.

L'œnotourisme est la première vitrine des Vins de Provence, il est également une des filières de développement touristique portée par le département du Var et la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Les stratégies touristiques des offices de tourisme de Méditerranée Porte des Maures et de Provence Méditerranée font également de l'œnotourisme une filière prioritaire.

La vigne et le vin, de façon plus générale le terroir et ses productions de qualité associés, sont des éléments forts de l'attractivité des deux territoires. En effet, il s'agit d'une filière clé pour un territoire viticole qui porte en son sein des valeurs d'art de vivre, de quête de sens, d'échanges et d'expériences, en parfaite cohérence avec les attentes actuelles des clientèles touristiques.

Créé en 2009, le label Vignobles & Découvertes est attribué pour une durée de trois ans par Atout France, après recommandation du conseil supérieur de l'œnotourisme, à une destination à vocation touristique et viticole proposant une offre de produits touristiques multiples et complémentaires (hébergement, restauration, visite de cave et dégustation, musée, événement, ...). Le label permet :

- au client, de faciliter l'organisation de son séjour et de l'orienter sur des prestations qualifiées,
- à la destination, de gagner en lisibilité et en efficacité, dans la distribution et la commercialisation des produits sélectionnés.

Ainsi, l'obtention du label Vignobles & Découvertes permet de valoriser la destination et d'attirer de nouveaux visiteurs. C'est un marché porteur au plan économique mais aussi au niveau culturel, le vignoble tenant une place incontestable dans l'image et la notoriété, notamment auprès du public étranger.

C'est dans cet objectif, que le territoire de Méditerranée Porte des Maures et le territoire de Provence Méditerranée ont décidé de se regrouper afin de solliciter l'obtention du label Vignobles & Découvertes.

L'office de tourisme intercommunal La Londe les Maures, Cuers, Collobrières, Pierrefeu du Var se propose d'être l'organisme porteur et coordinateur de cette candidature.



Considérant la délibération du Comité de direction de l'office de tourisme intercommunal La Londe les Maures, Cuers, Collobrières, Pierrefeu du Var en date du 9 octobre 2024 autorisant son président à la signature de la convention partenariale avec l'office de tourisme métropolitain Provence Méditerranée.

Considérant la délibération du Comité de direction de l'office de tourisme intercommunal La Londe les Maures, Cuers, Collobrières, Pierrefeu du Var en date du 19 décembre 2024 autorisant son président à la signature de la présente convention,

Considérant la délibération du Comité de direction de l'office de tourisme intercommunal La Londe les Maures, Cuers, Collobrières, Pierrefeu du Var en date du 19 décembre 2024 autorisant son président à déposer la candidature de la destination auprès d'Atout France.

Il est établi une convention

Entre :

- **L'Office de tourisme intercommunal La Londe les Maures, Cuers, Collobrières, Pierrefeu du Var**, représentée par son Président François de CANSON, et porteur du projet de labellisation dans le cadre de sa mission d'animation des filières, en mutualisation avec les offices de tourisme de Bormes les Mimosas et du Lavandou,
- **L'Office de tourisme métropolitain Provence Méditerranée**, représenté par son Président Laurent JEROME,
- **Le Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence**, représenté par son Président Éric PASTORINO
- **La Chambre d'Agriculture du Var**, représentée par son Président Sylvain AUDEMARD,
- **Le Comité Régional de Tourisme**, représenté par son Président François de CANSON,
- **L'Agence de Développement Touristique Var Tourisme**, représentée par son Président Guillaume DECARD
- **La Fédération Départementale de l'Hôtellerie de Plein Air du Var**, représentée par Michel NORE,
- **L'Union des métiers et de l'industrie de l'hôtellerie du Var**, représentée par son président Jean-Pierre GHIRIBELLI.

Article 1 : Objet de la convention

Cette convention traduit la volonté partagée des parties signataires de contribuer au développement de cette filière œnotouristique par une action mutualisée autour de la création d'une destination œnotouristique labellisée *Vignobles & Découvertes*.

Les parties citées ci-dessus décident de présenter la candidature à la marque *Vignobles et Découvertes* sur le périmètre de Méditerranée Porte des Maures et Provence Méditerranée, réunis en un seul et même territoire œnotouristique.



Cette convention s'appuie sur le cahier des charges d'Atout France pour l'obtention du label et fait directement référence aux engagements déclinés pour les partenaires de chaque secteur d'activité.

Les parties s'engagent donc dans la démarche auprès du porteur de projet, tout en respectant les prérequis, les dispositions législatives et réglementaires en vigueur.

Elles s'appuieront sur les initiatives et démarches qualité mises en place par les différents opérateurs des filières du tourisme et du vin.

La présente convention engage les partenaires pour une durée de 3 ans (à partir de la date d'obtention du label), sans aucun engagement financier puisqu'il s'agit d'un engagement moral.

Article 2 : Pièce contractuelle

Le règlement d'usage de la marque collective *Vignobles & Découvertes* produit par le Ministère chargé du tourisme.

Article 3 : Les enjeux partagés

Les engagements respectifs des parties prenantes :

Rappel des enjeux :

- Développer le marché de l'œnotourisme en développant l'image et la notoriété du territoire,
- Mettre en réseau le secteur viticole avec les professionnels du tourisme,
- Offrir plus de lisibilité au client et plus de visibilité à la destination.

Mise en action :

- Identifier sur le territoire tous les produits, associant tout ce qui participe à l'attractivité de la destination non seulement autour de son vignoble, et aussi son patrimoine culturel, naturel, immatériel (terroir, gastronomie, savoir-faire des artisans et producteurs locaux), les activités de loisirs, d'agritourisme, de bien-être et santé, les événements culturels, sportifs, d'affaires, de l'hébergement, de la restauration,
- Veiller à assurer au client une qualité d'accueil et un esprit de partage lui donnant les clés de compréhension de l'univers du vin, tout en prônant la consommation responsable,
- Favoriser les synergies d'actions entre les différents acteurs,
- Renforcer la promotion du territoire à travers le thème de la viticulture,
- Structurer un réseau d'activités permettant la découverte du vignoble et de l'identité territoriale.

Article 4 : Les engagements respectifs des parties prenantes

Le porteur de projet, et les offices de tourisme du territoire associés par convention, s'engagent à :

- Constituer, présenter la candidature, gérer et animer le label sur le territoire identifié,
- Être le référent de la destination candidate au niveau national,
- Avoir un rôle d'animateur et de développeur de la destination sur l'axe de l'univers du vin en liaison avec les acteurs du tourisme,
- Animer le réseau des professionnels du territoire : fédérer les acteurs, organiser des temps forts (rencontres interprofessionnelles, ...), programmer une gestion régulière du comité de pilotage et de suivi du label,



- Garantir la mise en réseau des partenaires labellisés,
- Présenter une destination dont la dimension et les activités proposées correspondent à la pratique d'une consommation touristique de court séjour ou d'excursionniste,
- Développer une stratégie concertée du développement de la destination sur l'axe du label, favorisant les synergies entre acteurs,
- Assurer la promotion et la communication du label : afficher le label dans les outils de communication, assurer la promotion du label et des partenaires du territoire porteur du label à travers notamment les outils de communication conformément à la charte graphique mise à disposition par Atout France, organiser la distribution des outils de communication portant sur le label aux partenaires et veiller à leur bonne utilisation,
- Développer et mettre en œuvre des outils d'analyse de la satisfaction clients grâce à un dispositif d'évaluation interne au réseau, au moins annuel, permettant d'identifier les actions d'amélioration à apporter,
- Informer les différents partenaires et professionnels sur les formations et réunions d'informations réalisés par les acteurs des filières viticoles et touristiques,
- Identifier et valoriser les autres activités complémentaires permettant de répondre aux attentes des groupes et d'une clientèle individuelle excursionniste ou de court séjour : activités sportives et de loisirs, activités de bien-être et de santé.
- Prôner et pratiquer la consommation responsable
- Travailler en concertation avec les instances touristiques (CRT région Sud, ADT Var Tourisme, CIVP, Chambre d'agriculture, ...) au développement d'actions pour la promotion de la destination.
- Être en conformité avec toutes les obligations légales régissant son activité
- Avoir pris connaissance et respecter l'ensemble des dispositions du règlement d'usage de la marque, annexes comprises.

Le Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence s'engage à :

- Mettre en avant les prestataires et les offres liées au label Vignobles & Découvertes : caves ou caveaux ouverts au public, renvoi sur les circuits visant à valoriser le patrimoine naturel et viti-vinicole, partenaires sélectionnés qui s'engagent à prôner et à pratiquer la consommation responsable,
- Participer au comité de pilotage et de suivi du label,
- Répondre aux valeurs et exigences portées par le label et communiquer sur le label,
- Promouvoir la destination dans la promotion des destinations oenotouristiques de l'appellation,
- Développer ou encourager le développement d'une démarche globale de pédagogie autour du vin,
- Encourager les actions soucieuses de la préservation du paysage culturel et de l'environnement,
- Transmettre toutes les informations pouvant être utiles dans l'animation et le suivi du réseau,
- Encourager ou développer une politique de développement durable,
- A prôner et à pratiquer la consommation responsable,
- A être en conformité avec toutes les obligations légales régissant son activité,
- Avoir pris connaissance et à respecter l'ensemble des dispositions du règlement d'usage de la marque.



Le Comité Régional de Tourisme de la Région Sud et Var Tourisme s'engagent à :

- Mettre en avant les prestataires et les offres liées au label *Vignobles & Découvertes* :
 - Caves ou caveaux ouverts au public,
 - Hébergements,
 - Restaurants,
 - Découvertes de sites patrimoniaux qu'ils soient naturels (randonnées, découvertes de sites naturels, ...), culturels (musées, monuments, châteaux...) ou relatifs à la découverte de savoir-faire de l'artisanat et de la production locale, à l'agritourisme,
 - Produits touristiques proposés à la vente par les offices de tourisme et les professionnels proposant des activités, visites guidées, journées ou séjours de découverte autour du vin, privilégiant notamment le référencement dans leur programmation des prestataires touristiques engagés dans la démarche,
 - Information et renvoi sur les circuits visant à valoriser le patrimoine naturel et vitivinicole,
 - Partenaires sélectionnés qui s'engagent à prôner et à pratiquer la consommation responsable,
 - Activités sportives, de loisirs, de santé et de bien-être,
 - Partenaires sélectionnés qui s'engagent à prôner et à pratiquer une consommation responsable,
- Participer au comité de pilotage et de suivi du label,
- Valoriser en priorité la destination labellisée sur ses outils de communication et ses opérations ciblées notamment dans le cadre de la filière œnotourisme et agritourisme,
- Répondre aux valeurs et exigences portées par le label et communiquer sur le label,
- Favoriser le développement de l'événementiel au niveau de la destination et en assurer la promotion,
- Encourager ou développer les actions soucieuses de la préservation du paysage culturel et de l'environnement,
- Encourager ou développer une politique de développement durable,
- Avoir pris connaissance et à respecter l'ensemble des dispositions du règlement d'usage de la marque.

La Chambre d'Agriculture du Var s'engage à :

- Mettre en avant les prestataires et les offres liées au label *Vignobles & Découvertes* en s'appuyant sur l'outil Route des Vins de Provence :
 - Caves ou caveaux ouverts au public,
 - Information et renvoi sur les circuits visant à valoriser le patrimoine naturel et vitivinicole,
 - Partenaires sélectionnés qui s'engagent à prôner et à pratiquer la consommation responsable,
- Participer au comité de pilotage et de suivi du label,
- Répondre aux valeurs et exigences portées par le label et communiquer sur le label,
- Développer ou encourager le développement d'une démarche globale de pédagogie autour du vin,
- Réaliser le suivi des domaines et caves viticoles du label (contrôle tous les 3 ans, vérification des informations par entretien téléphonique annuel, autoévaluation), par l'intermédiaire de la Route des Vins de Provence,
- Transmettre toutes les informations pouvant être utiles dans l'animation et le suivi du réseau,



- Encourager ou développer une politique de développement durable,
- A prôner et à pratiquer la consommation responsable,
- A être en conformité avec toutes les obligations légales régissant son activité,
- Avoir pris connaissance et à respecter l'ensemble des dispositions du règlement d'usage de la marque, annexes comprises.

La Fédération Départementale de l'Hôtellerie de Plein Air du Var s'engage à :

- Informer et promouvoir le réseau des partenaires,
- Etre acteur de la promotion via tous les réseaux de communications,
- Participer au comité de pilotage et de suivi.

L'Union des Métiers et de l'Industrie de l'Hôtellerie du Var s'engage à :

- Informer et promouvoir le réseau des partenaires,
- Etre acteur de la promotion via tous les réseaux de communications,
- Participer au comité de pilotage et de suivi.

Les partenaires professionnels viticoles s'engagent à :

- Informer et promouvoir le réseau des partenaires,
- Etre acteur de la promotion via tous les réseaux de communications,
- Participer au comité de pilotage et de suivi.

Les partenaires professionnels du tourisme s'engagent à :

- A être en conformité avec toutes les obligations légales régissant son activité,
- Avoir pris connaissance et à respecter l'ensemble des dispositions du règlement d'usage de la marque, annexes comprises,
- Prendre connaissance et faire respecter l'ensemble des critères imposés par le label en fonction de son secteur d'activité,
- Informer et promouvoir le réseau des partenaires,
- Etre acteur de la promotion via tous les réseaux de communications.

Les offices de tourisme s'engagent à :

- Informer et promouvoir le réseau des partenaires,
- Etre acteur de la promotion via tous les réseaux de communications,
- Participer au comité de pilotage et de suivi.

L'ensemble des parties prenantes s'engage également à respecter la réglementation légale et communautaire en vigueur relative aux appellations d'origine et indications géographiques protégées.

Article 5 : Durée de la convention

La présente convention engage les partenaires pour une durée de 3 ans (à partir de la date d'obtention du label).

Elle est renouvelable sous condition de respects des engagements.

Les parties conviennent de se rencontrer 6 mois avant le terme de la convention pour déterminer les conditions de son renouvellement.

Article 6 : Clause exécutoire

La convention devient exécutoire à la date de notification de l'obtention du label Vignobles & Découvertes à la destination oenotouristique Vignobles de Provence et de Méditerranée, Un balcon sur les îles d'Or, par Atout France.

Fait à Hyères, le 20 décembre 2024

Office de tourisme intercommunal La Lopé des Maures, Cuers, Collobrières, Pierrefeu du Var

Représenté par son président François de CANSON

Signature :



Office de tourisme métropolitain Provence Méditerranée

Représenté par son président Laurent JEROME

Signature :



Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence

Représenté par son Président Eric PASTORINO

Signature :



Chambre d'Agriculture du Var

Représentée par son Président Sylvain AUDEMARD

Signature :



Comité Régional de Tourisme Région Sud
Représenté par son Président François de CANSOY
Signature :



Agence de Développement Touristique Var Tourisme
Représenté par son Président Guillaume DECARD
Signature :



Fédération Départementale de l'Hôtellerie de plein Air du Var
Représentée par Michel NORE
Signature :

Fédération H.P.A du VAR
www.provence-camping.com
Domaine du Célestun
11 rue des Saratiens
83400 HYERES



Union des métiers et de l'industrie de l'hôtellerie du Var
Représenté par son président Jean-Pierre GHIRIBELLI
Signature :





4. La stratégie de développement de l'œnotourisme vue par la destination

Une stratégie partagée pour un développement durable de l'œnotourisme

L'œnotourisme constitue un axe prioritaire pour Vignobles de Provence & de Méditerranée, tout comme pour le Var et la Région Sud. Il est au cœur du plan stratégique du CIVP, qui le considère comme l'une des principales vitrines des Vins de Provence, où l'expérience de la vigne trouve toute sa résonance. La stratégie définie résulte d'une réflexion collective menée lors d'ateliers organisés avec les acteurs du vignoble et du tourisme.

C'est en partenariat avec ces institutions que la destination co-construit sa vision, mutualisant moyens et savoir-faire pour atteindre des objectifs communs. Cette

stratégie repose sur des engagements réciproques: offrir une offre œnotouristique qualifiée et cohérente, garantir la qualité des prestations, promouvoir le label Vignobles & Découvertes sur les canaux de communication, et fournir des données précises sur la fréquentation.

En s'inscrivant pleinement dans cette dynamique collaborative, la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée aspire à renforcer son attractivité, tout en assurant un développement pérenne et harmonieux de l'œnotourisme.

RETOUR AU
SOMMAIRE

4.a L'animation du réseau

| L'animation d'un réseau dynamique et innovant

Depuis plusieurs années, les territoires de Méditerranée Porte des Maures et Provence Méditerranée mènent un travail de fond pour structurer et valoriser leur offre œnotouristique. La labellisation Vignobles & Découvertes constitue un levier supplémentaire, attendu par les acteurs du territoire, pour stimuler l'innovation, favoriser les échanges et renforcer la communication.

Les offices de tourisme jouent un rôle central dans cette dynamique. Ils conseillent et accompagnent les prestataires dans l'obtention du label, tout en animant un réseau de professionnels labellisés. Leur mission inclut

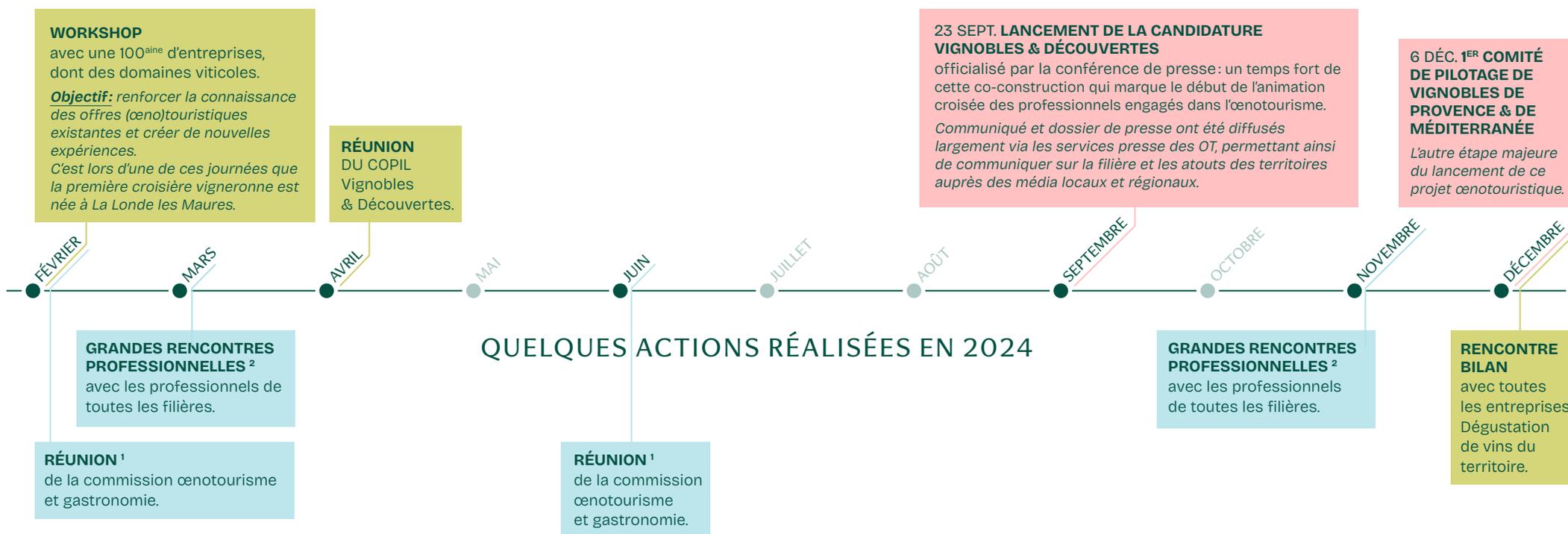
également l'élaboration d'un plan d'action concerté, visant à développer et promouvoir les offres œnotouristiques à l'échelle locale, régionale, nationale et internationale.

Ce réseau, issu d'une collaboration étroite entre les professionnels du tourisme et ceux du monde viticole, s'est enrichi au fil des années. L'œnotourisme y a progressivement trouvé une place essentielle, et contribuera à faire de Vignobles de Provence & de Méditerranée une destination de référence en matière d'expériences viticoles et touristiques.



[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

Des actions déjà structurées



- Actions menées par Méditerranée Porte des Maures
- Actions menées par Provence Méditerranée

¹ L'objectif de ces réunions est de valider avec les acteurs de la filière un plan d'actions concrètes, pertinentes et réalistes.

² Lors de ces réunions, les vigneronns présents proposent une dégustation des vins du territoire.

En 2024, les 2 offices de tourisme intercommunaux se sont réunis 15 fois en réunion technique pour co-construire la candidature, associant les institutions et professionnels du territoire en fonction des sujets.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

4.b Les actions* déjà menées en 2024

Communiquer toute l'année pour séduire à chaque saison

Des supports dédiés

Outre les informations de proximité véhiculées par les offices de tourisme de chaque territoire, les produits œnotouristiques font l'objet de supports dédiés comme :



Des produits d'édition

- Une carte œnotouristique (15 000 ex.)
- Une brochure spéciale "expériences œnotouristiques" (5 000 ex.)
- Une brochure de vente "Amusez-vous" (40 000 ex.) avec une rubrique de 11 pages consacrée à l'offre œnotourisme
- De nombreuses éditions spéciales en été consacrées aux événements œnotouristiques et réalisées en interne (à partir d'Apidae avec Edityourself)



Des supports numériques

- Le site Internet du territoire MPM fait la part belle à l'offre labellisée et les événements rattachés
- Les réseaux sociaux du territoire relaient de nombreuses publications sponsorisées mettant en avant la filière œnotouristique
- Une rubrique "Autour du Vin" dans une API** dédiée aux événements du territoire (www.sortir.mpmtourisme.com)
- La diffusion sur écrans dans les offices de tourisme de tous les événements et produits où l'œnotourisme occupe une place de choix

Des produits d'édition

- Une brochure spéciale "carnet de voyages œnologiques" (10 000 ex.)



Des supports numériques

- Campagne sponsorisée sur META (facebook et instagram) du 17 juin au 31 août
- Nombreuses publications sponsorisées sur les réseaux sociaux du territoire qui mettent en avant la filière œnotourisme et ses offres
- Publications instantanées avec des réels
- Un site internet percutant, avec la croisière vigneronne restée dans les temps forts depuis la date de mise en ligne du site, le 2 mai, jusqu'à la dernière date de la croisière le 26 septembre, soit 22 semaines en tout
- Une rubrique "Autour du Vin" sur le site



RETOUR AU SOMMAIRE

* Les actions citées sont données à titre d'exemples et ne sont pas exhaustives

**Application Programming Interface



**BORMES-LES-MIMOSAS • LE LAVANDOU • LA LONDE-LES-MAURES
CUERS • COLLOMBIÈRES • PIERREFU-DU-VAR**

Ici, face aux vignes, il y a la mer !

Le Var est une terre de vins où l'art de vivre culmine. Parmi les territoires distingués par le label exigeant, Vignobles et Découvertes, celui de Méditerranée Porte des Maures était une évidence.



Descendant direct des premières vignes implantées en Europe par les Phocéens de la Grèce Antique, il y a 2500 ans, ce territoire viticole baigné de soleil et d'embruns compte deux dénominations de terroir livrées entre terre et mer, PAC, Côtes de Provence-La Londe et PAC, Côtes de Provence-Pierrefeu. Plus de quatre-vingt dix vignobles, châteaux prestigieux, domaines familiaux et Crus Classés parent le paysage d'un océan de vignes et constituent la renommée des vins de Provence.



LE FASCINANT WEEK-END

Du 17 au 20 octobre, le Fascinant Week-end s'installe sur la Route des Vins de Provence et fait la part belle à la diversité de l'offre œnologique de Méditerranée Porte des Maures. C'est l'occasion de découvrir notre vignoble autour d'un programme d'événements et d'animations mêlant activités sportives, culturelles et gastronomiques, et bien sûr, ateliers autour du vin.



LIÉDÉ sans festif et digne d'Epicure ou ne sera pas !

Pour rythmer vos soirées estivales, les domaines et châteaux vous invitent pour des moments festifs à partager : apéros vigneron, apéros jazz au Château de Bregagnon, soirée saxo au Domaine de la Sanglière, concerts classiques avec le Festival des Musicales dans les vignes... cinéma en plein air au Château Leoubou... sans oublier les instants magiques des apéritifs en mer, croisières vigneronnes et escapades gourmandes, qui vous invitent à larguer les

amers le temps d'un coucher de soleil. Des expériences gastronomiques exceptionnelles vous attendent également avec les vignobles de Pierrefeu en juin pour leurs « Balades gourmandes » qui allient balade dans le vignoble et dégustations de plats et mûsses « Côtes de Provence - Pierrefeu » en plusieurs étapes ou encore le nouveau rendez-vous donné par les vignobles londaux sous la pinède de l'Argenteuse en juillet - Vignobles sous les étoiles -, un dîner gastronomique en accord avec les vins - Côtes de Provence - La Londe -.

En septembre, la crème des Chefs se retrouve à Bormes-les-Mimosas pour une vaste « Escapade Gourmande » qui porte bien son nom avec ses démonstrations, battles, dégustations et producteurs. Quant au mois d'octobre, il clôture la saison en apothéose avec le Fascinant Week-end.

Tout l'année, le vignoble s'ouvre à vous : les « dégust'entre potes » n'attendent que vous au château Tour Saint Honoré et en famille, la visite audio guidée au château Pas du vent vous immerge dans l'histoire d'un domaine situé au cœur de la forêt des Maures. Pour vous immerger d'art de vivre, rendez-vous pour un magnifique pique-nique au Château de l'Auramide sous les platanes plus centenaires. Quant au dîner, choisissez le cadre en hauteur et intime du restaurant l'Alcôve du Domaine Equine.

INFORMATIONS PRATIQUES
OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL LA LONDE - LES MAURES
Tel : +33 (0)494013310
www.londelesmaures.com
OFFICE DE TOURISME DE BORMES-LES-MIMOSAS
Tel : +33 (0)494013838
www.londelesmaures.com
OFFICE DE TOURISME DU LAVANDOU
Tel : +33 (0)494014050
www.04-lavandou.fr

LA VIGNE FACE À LA MER / the vineyard facing the sea
5 EXPÉRIENCES CENOTOURISTIQUES
Méditerranée Porte des Maures, territoire labellisé « Vignobles et Découvertes » est la promesse d'une expérience sensorielle originale dans des vignobles entre terre et mer.
Méditerranée Porte des Maures « Vignobles et Découvertes » is the promise of an original sensory experience in the vineyards between the land and the sea.

BALADES GOURMANDES
Balade guidée dans un terroir DOP
Découverte et dégustation
de vignobles et de produits
communaux des vins, accompagnés
d'un repas local traditionnel.

Discover the vineyard with its unique
terroir and discover the local food
paired to its exceptional wines.

soit d'une dégustation de vins.
Guided walk between the moque
and the vineyard with guide to talk
about the vineyard and traditional
products, the vineyard followed by a wine
tasting.

**Au Domaine de l'Anglade
(St Leger)**

Du 19 au 22 octobre, le Fascinant
Week-end s'installe sur la Route
des Vins de Provence et fait la
part belle à la diversité de l'offre
œnologique de Méditerranée
Porte des Maures. Ce programme
d'événements et d'animations mêlant
activités sportives, culturelles et
gastro-nomiques, occultera toutes
les étapes du vin.

From October the 19 to 22 the
Fascinant weekend arrives on
the Provence Wine Route and
highlights the great diversity of wine
offerings in Méditerranée
Porte des Maures. Our program
events are an interesting mix of
sports, cultural and gastronomic
activities and of course,
wine-tasting around wine.

Plus de renseignements sur
www.04terroirsmaures.com

RETOUR AU SOMMAIRE

Une présence médiatique

Des parutions dans des magazines grand public à forte audience et dans la presse spécialisée pour un public plus ciblé :

- **Figaro Magazine:** région parisienne
Parution en avril
- **Cahier du tourisme varois:** Var / Bouches du Rhône / Alpes Maritimes - *Parution en juin*
- **Guide des Vins de Var Matin:** Var / Alpes Maritimes - *Parution en juin*
- **Marius:** Bouches du Rhône / Var - *Parution en septembre*



- **Elle Rhône-Alpes - Parution juin**
- **Marie-Claire Ile de France + Rhône-Alpes:** "Spécial gastronomie, œnotourisme, vignoble du sud" - *Parution mai*
- **Femina La Provence:** Bouches du Rhône + Alpes-de-Haute-Provence + Vaucluse - *Parution mai + juin*
- **Rosé en Provence:** Var + région parisienne - *Parution en juin*
- **Guide des Vins de Var Matin:** Var / Alpes Maritimes - *Parution en juin*
- **2439 000 lecteurs cumulés sur l'ensemble des supports**



Une présence affichée

Manifestations événementielles et professionnelles, campagne d'affichage: toute l'importance d'être vu!

Des opérations de promotion

- **En B to C**
Mars: Salon de l'Agriculture / Salon du randonneur.
Avril: ID Week-ends à Nice
Festival envie d'ailleurs à Mouans Sartoux
- **En B to B**
Octobre: Destination Vignobles à Angers
Workshop Allemagne à Marseille
Travel meet à Avignon



Des affichages mobiles urbains

- **Déclinaison de 3 visuels dans**
Les centres-villes de Marseille - Lyon -Montpellier
Le centre commercial de Lyon Part-Dieu
Les gares de Lyon Part-Dieu - Lyon Perrache
Les métros de Marseille Vieux port et gare St-Charles
- **143 écrans, près de 305400 spots** diffusés
échelonnés du 29/04 au 09/05
- **25 affiches 40X60** sur le territoire PM





CA 2024

réalisé par la filière œnotourisme en :

→ Méditerranée Porte des Maures

8 000 €

+12 % par rapport à 2023

→ Provence Méditerranée

40 000 €

+18 % par rapport à 2023

→ Soit une manne de **50 000 €** pour Vignobles de Provence & de Méditerranée



FRÉQUENTATION 2024

enregistrée par la filière œnotourisme en :

→ Méditerranée Porte des Maures

350 clients

+3 % par rapport à 2023

→ Provence Méditerranée

1 000 clients

+10 % par rapport à 2023

→ Soit un total de **1 350 clients** pour Vignobles de Provence & de Méditerranée

4.c Les actions de commercialisation

Dynamiser l'œnotourisme grâce à des actions de commercialisation

La stratégie de commercialisation déjà existante au cœur des deux territoires, permet de faire rayonner l'offre œnotouristique de la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée. Elle repose sur trois axes complémentaires : la vente directe par les prestataires, la commercialisation via les offices de tourisme, et les collaborations avec des agences réceptives spécialisées.

Chez les prestataires, de nombreux domaines viticoles et acteurs locaux ont déjà adopté la vente en ligne. Grâce à des plateformes comme Regiondo ou Weezevent, ils proposent leurs activités directement via leurs sites internet ou leurs réseaux sociaux. Les offices de tourisme soutiennent activement cette démarche en relayant les possibilités de réservation, permettant aux visiteurs de planifier leurs expériences œnotouristiques en toute simplicité.

Du côté des offices de tourisme, le rôle d'animateur économique a été renforcé par la mise en place d'une politique de revente d'activités touristiques depuis 2010. Cette approche stratégique répond à une forte demande des familles, qui représentent 90 % de la clientèle. En proposant des offres directement accessibles dans leurs points d'accueil, les offices encouragent la consommation touristique tout en valorisant les professionnels locaux. Ce modèle génère des retombées économiques mesurables et conforte les offices de tourisme dans leur mission de dynamisation du territoire, en offrant aux visiteurs des avantages concrets comme des tarifs préférentiels ou des bons plans exclusifs.

Enfin, en collaboration avec trois agences réceptives associées à la candidature, la destination développe des offres sur mesure. Ces agences conçoivent déjà des séjours et journées à thème pour des groupes de toutes tailles, intégrant la richesse des vignobles locaux. À court terme, l'objectif est de fédérer les acteurs labellisés pour compléter et affiner ces offres. À plus long terme, il s'agit de structurer de véritables séjours thématiques œnotouristiques, renforçant ainsi l'attractivité de la destination.

RETOUR AU
SOMMAIRE



4.d La consommation responsable

| L'affaire de tous !

La consommation responsable est un enjeu majeur auquel tous les acteurs de la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée sont appelés à contribuer. Sensibiliser le grand public à adopter des pratiques responsables est une mission partagée par l'ensemble des partenaires. Qu'il s'agisse de viticulteurs, de restaurateurs, d'hébergeurs ou d'offices de tourisme, tous s'engagent à devenir des ambassadeurs de ces valeurs fondamentales.

Les caveaux membres de la Route des Vins de Provence, intégrés au projet, incarnent déjà cet engagement. En adhérant à une charte rigoureuse, ces viticulteurs rappellent systématiquement les règles de consommation d'alcool, mettent à disposition des crachoirs, et utilisent des outils d'évaluation de la consommation. Cet effort s'étend aux restaurateurs et hébergeurs, qui encouragent des pratiques telles que la dégustation de vin au verre, la vente de demi-bouteilles, ou encore la possibilité pour les clients d'emporter leur bouteille entamée. Tous les prestataires œnotouristiques sont également incités à inclure dans leurs supports de communication des

mentions telles que « L'abus d'alcool est dangereux pour la santé » ou « À consommer avec modération ».

Une communication spécifique

Parallèlement, une communication spécifique, soutenue par des associations spécialisées comme "Vin & Société" et "Prévention et Modération", vient renforcer cette démarche. Ces organismes, en partenariat avec le CIVP, mettent à disposition des outils de sensibilisation largement diffusés lors d'événements grand public et auprès des professionnels du vin. Les offices de tourisme s'appuient également sur ces ressources pour intégrer des messages de prévention dans leurs publications et choisir des visuels en cohérence avec les valeurs de la consommation responsable.

Ainsi, cette initiative collective témoigne d'une volonté forte: conjuguer plaisir et modération pour faire de l'œnotourisme un modèle de développement durable et respectueux de la santé des individus comme de l'environnement.



4.e La satisfaction clients et la démarche de progrès

4.e.1 Le client, au cœur de nos préoccupations

| La satisfaction clients : une priorité constante

Au cœur de la stratégie de la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée, la satisfaction client incarne une valeur centrale. En tant qu'offices de tourisme labellisés Qualité Tourisme, et bientôt reconnus comme Destination d'Excellence, nous plaçons nos visiteurs au centre de nos préoccupations. Cet engagement se traduit par des efforts continus pour recueillir, analyser et répondre aux attentes des clients, tout en renforçant les relations avec les professionnels du territoire.

Pour garantir une expérience irréprochable, des procédures internes rigoureuses sont mises en place dans chaque office de tourisme. Les clients peuvent formuler leurs remarques, suggestions ou réclamations via des fiches disponibles en français, anglais, allemand et italien dans les espaces d'accueil, ou directement sur les sites internet des offices. Ces retours sont ensuite pris en charge par les services qualité, qui s'appuient également sur des questionnaires de satisfaction concernant les services touristiques ou les produits œnotouristiques, tels que les croisières vigneronnes. Les avis partagés sur des plateformes comme TripAdvisor, Google ou les réseaux sociaux sont minutieusement suivis, tout comme les retours spécifiques des groupes, afin de répondre au mieux aux attentes exprimées.

Les professionnels du tourisme et du vignoble bénéficient eux aussi d'une démarche de suivi et d'amélioration continue. Des questionnaires annuels, envoyés via Google Drive, permettent d'évaluer leur satisfaction à l'égard de la destination et des services des offices de tourisme. Après chaque événement professionnel, qu'il s'agisse d'éductours, d'ateliers ou de grandes rencontres, un

questionnaire spécifique est diffusé pour recueillir des retours détaillés. Ce dialogue constant favorise un partenariat solide et des actions conjointes adaptées aux besoins des socio-professionnels.

Enfin, les équipes des offices de tourisme réalisent un bilan approfondi à la fin de chaque saison. Sur le territoire de Provence Méditerranée, cela passe par une enquête interne, tandis qu'en Méditerranée Porte des Maures, une réunion bilan permet de compiler les observations et de les intégrer au plan d'actions de l'année suivante. Cette démarche participative illustre la volonté de co-construire une offre touristique toujours plus performante et en phase avec les attentes des visiteurs et des partenaires.



4.e.2 Du côté des professionnels

Les professionnels engagés dans la satisfaction client : un socle de qualité



RETOUR AU
SOMMAIRE

La satisfaction client repose en grande partie sur l'engagement des prestataires œnotouristiques, qui participent activement à des démarches volontaires de qualité. Les vigneron, membres de la Route des Vins de Provence, ainsi que les hébergeurs, restaurateurs et prestataires d'activités labellisés, tels que Qualité Tourisme, Maître Restaurateur ou Tourisme & Handicap, incarnent une offre diversifiée et respectueuse des standards d'excellence.

Cet engagement se traduit par des actions concrètes menées sur le terrain. Les professionnels collectent régulièrement les retours de leurs clients, au travers d'outils variés tels que les livres d'or, les questionnaires de satisfaction ou encore le suivi des avis en ligne sur des plateformes comme Google, TripAdvisor ou Facebook. Ces remontées d'expériences alimentent une réflexion continue, abordée lors des rendez-vous annuels entre les offices de tourisme et les prestataires, où des axes d'amélioration et de nouvelles opportunités sont discutés.

Pour structurer ces efforts, le Comité de pilotage du label se réunira chaque année afin d'évaluer la dynamique du réseau. Les indicateurs qualitatifs et quantitatifs recueillis, complétés par des outils d'analyse comme FairGuest* ou des enquêtes spécifiques, permettront d'ajuster les actions œnotouristiques aux attentes des visiteurs. Ces rencontres seront aussi l'occasion de proposer de nouvelles initiatives, animations ou outils de communication en phase avec les besoins identifiés. Des ateliers thématiques pourront également être organisés pour renforcer les compétences des professionnels et affiner leur offre.

La destination Vignobles de Provence & de Méditerranée s'inscrit dans une logique de progrès continu, offrant une expérience client toujours plus enrichissante et adaptée.

** L'outil FairGuest analyse les différents commentaires déposés sur une vingtaine de plateformes d'avis dans le monde, tant d'un point de vue quantitatif (suivi des avis et des notations déposées) que qualitatif (analyse sémantique des avis), outil utilisé grâce au CRT et à l'ADT.*

4.f Le plan d'actions prévisionnel

Un 1^{er} trimestre 2025 actif et ambitieux!

Un plan d'actions complet sera proposé sur le 1^{er} trimestre 2025 au comité de pilotage et en comité de direction des deux offices de tourisme intercommunaux.

Faire connaître notre nouveau territoire Vignobles de Provence & de Méditerranée à l'échelle nationale et internationale

Renforcer la dynamique collective autour de notre nouveau territoire œnotouristique

Mutualiser les moyens et les prises de paroles au bénéfice d'une seule destination

Construire des courts séjours et de nouvelles expériences œnotouristiques

Les objectifs 2025-2026

Développer l'accès commercial au produit afin d'augmenter le retour économique sur le territoire: réflexion sur la commercialisation dans les offices de tourisme et la vente en ligne

Développer la fréquentation toute l'année sur les offres œnotouristiques

Développer les offres labellisées Vignobles & Découvertes afin d'aider les domaines et caves à attirer un nouveau public, un public plus jeune

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



4.f.1 Animation du label

Une dynamique d'animation au service du label œnotouristique

2024

L'année 2024 a marqué une étape décisive dans la structuration de l'offre œnotouristique et la préparation de la candidature au label Vignobles & Découvertes. De nombreuses actions ont été déployées pour mobiliser les acteurs locaux, affirmer une identité commune et valoriser le potentiel du territoire. Le projet a été présenté au cours des 15 réunions techniques, et appuyé par une collaboration avec une agence spécialisée, aboutissant à la création d'une identité graphique forte et d'un dossier synthétique, outil clé pour communiquer avec les élus et professionnels.

À cela se sont conjuguées des participations à des webinaires dédiés à l'œnotourisme, et des présentations lors des grands rendez-vous professionnels, tels que les Rencontres d'automne de TPM et les Rencontres du tourisme de MPM. La structuration d'une nouvelle gouvernance a également été officialisée, marquée par la tenue du premier comité de pilotage en décembre, validant à la fois la candidature et un plan d'actions préliminaire.

2025

Le plan d'actions 2025-2026, qui sera finalisé au premier trimestre, viendra concrétiser cette dynamique. Il constituera un socle pour déployer le label sur l'ensemble du territoire, en s'appuyant sur l'officialisation attendue de la labellisation. Cette première année de mise en œuvre d'une stratégie totalement mutualisée sera cruciale pour positionner la marque Vignobles & Découvertes comme un levier essentiel auprès des acteurs œnotouristiques, renforçant leur engagement dans la valorisation du patrimoine viticole et touristique.

Avec une mobilisation forte et une vision commune, la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée, un balcon sur les îles d'Or affirme son ambition de devenir une référence incontournable dans l'œnotourisme.

Panorama des actions majeures d'animation des professionnels autour du label

FAIRE CONNAÎTRE NOS ACTIVITÉS À TOUS LES PROFESSIONNELLS DE L'ŒNOTOURISME

- Organiser un premier **workshop spécial œnotourisme** pour déployer le label et partager des expériences.
- Réaliser un **kit de communication pour les labellisés** afin de promouvoir le label et la nouvelle destination œnotouristique.



RENFORCER LE BOUCHE-À-OREILLE LOCAL

- Organiser des **éducateurs spécifiques** permettant aux acteurs de mieux connaître les offres du réseau et de partager leurs expériences.
- Animer des **ateliers thématiques** (e-réputation, bonnes pratiques) pour valoriser les échanges et les initiatives.



CRÉER UN RÉSEAU PROFESSIONNEL DE QUALITÉ

- Faciliter la **rencontre des acteurs** institutionnels et professionnels lors du workshop spécial œnotourisme.
- Encourager les **échanges entre labellisés et non-labellisés** au cours des éducateurs et des ateliers.



DÉVELOPPER DE NOUVEAUX PARTENARIATS

- Proposer des **formations aux labellisés** en collaboration avec le Conseil Interprofessionnel, la Chambre d'Agriculture et la Chambre de Commerce.
- **Accompagner les prestataires non-labellisés** pour intégrer progressivement la démarche œnotouristique.



FAVORISER L'AUGMENTATION DE MON POTENTIEL CLIENT

- Améliorer **qualitativement et quantitativement l'offre œnotouristique** grâce à des formations ciblées et des accompagnements spécifiques.
- Sensibiliser les **acteurs aux besoins des clients** (familles, visiteurs internationaux) via des ateliers et éducateurs.



RETOUR AU SOMMAIRE

4.f.2 Qualification de l'offre œnotouristique

L'enrichissement constant de l'offre œnotouristique constitue un pilier essentiel pour répondre aux attentes des visiteurs et renforcer l'attractivité de la destination. La création et le développement de propositions innovantes, originales, voire insolites, permettent de surprendre et de fidéliser les clients tout en valorisant la richesse du territoire.

Une attention particulière est portée à l'élaboration d'une offre adaptée aux familles. Livret d'activités, espaces spécialement conçus pour les enfants et animations dédiées viennent répondre à leurs besoins spécifiques, garantissant une expérience conviviale et accessible à tous.

Enfin, les démarches Qualité sont déployées de manière transversale pour renforcer les standards d'excellence. Les labels tels que Qualité Tourisme, Accueil Vélo, Tourisme & Handicap ou encore France Station Nautique participent à structurer et valoriser les prestations, offrant aux visiteurs des garanties supplémentaires sur la qualité et la diversité de l'offre œnotouristique.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)





[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

4.f.3 Communication et promotion

Une communication dédiée et fédératrice

Pour valoriser pleinement la filière œnotouristique, une identité spécifique à la nouvelle destination Vignobles de Provence & de Méditerranée a été créée, pensée pour compléter harmonieusement les communications des deux territoires. Cette identité vise à refléter l'unicité de la destination tout en s'intégrant dans une stratégie cohérente et partagée.

Le travail de réflexion, nourri par de nombreux échanges avec les acteurs locaux au cours des derniers mois, a été confié à une agence de communication pour en maximiser l'impact. L'identité graphique, volontairement marquante, jeune et dynamique, s'aligne avec les codes visuels du Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence (CIVP) et offre une adaptabilité optimale grâce à un bloc marque conçu pour une déclinaison facile sur tous les supports.

L'ambition est claire : permettre aux professionnels de s'approprier cette identité et de la porter, renforçant ainsi le sentiment d'appartenance à une destination œnotouristique d'excellence.



Communication: plan et actions

Un plan de communication annuel sera dédié à la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée, un balcon sur les îles d'Or, en complémentarité de ceux des offices de tourisme. Pour 2025, voici les actions envisagées:

Print

- Valorisation du label dans toutes les communications, les démarches Qualité et les éditions
- Édition d'une nouvelle carte œnotouristique
- Édition d'un document spécial Vignobles & Découvertes
- Édition spéciale pour l'évènement national *Vignobles en Scène!*

Web

- Réflexion sur une communication web spécifique œnotourisme
- Valorisation de notre nouveau territoire labellisé dans le nouveau site internet du CVP
- Plus de collaborations et actions concertées avec les acteurs du monde viticole et les autres destinations labellisées
- Relai communication voire commercialisation des évènements organisés sur le territoire, quel que soit l'organisateur

Opérations B to B

- Workshops
- Communiqués de presse dédiés
- Accueil presse spécialisée et influenceurs ciblés

Opérations B to C

- Présence marquée de l'offre œnotouristique lors des évènements autour du vin et sur les salons spécialisés
- Un projet de stand clé en main est également à l'étude.
- Eductours et formations spécifiques pour les équipes d'accueil des offices de tourisme et les professionnels du tourisme
- Campagne média ciblée multicanale
- Insertions publicitaires dans presse spécialisée.

En complément de la communication, la valorisation du label et des offres œnotouristiques sur les 2 territoires s'opérera:

- Dans les éditions généralistes des offices de tourisme avec des pages dédiées: guide de destination, guide terroir & art de vivre, magazine, etc.
- Sur les sites internet des offices de tourisme
- Sur les réseaux sociaux des offices de tourisme.





[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

4.f.4 Commercialisation

| Projets d'actions pour dynamiser la commercialisation

Pour maximiser l'accès aux offres œnotouristiques et répondre aux attentes d'une clientèle toujours plus exigeante, les initiatives de commercialisation doivent évoluer en s'appuyant sur les atouts du réseau. En partenariat avec les professionnels locaux et les agences réceptives, un plan d'actions ambitieux est en cours d'élaboration pour structurer et diversifier les opportunités commerciales.

Des ventes en direct soutenues par les offices de tourisme

Les offices de tourisme jouent un rôle clé en tant que relais des offres des domaines et prestataires d'activités, notamment celles vendues directement en ligne via leurs sites ou leurs réseaux sociaux. Cette collaboration garantit une visibilité accrue pour les professionnels et une accessibilité simplifiée pour les visiteurs, tout en valorisant les initiatives locales.

Vers une commercialisation croisée dès 2025

L'année 2025 marquera une étape importante avec le déploiement d'une stratégie de commercialisation croisée entre les offices de tourisme. Un état des lieux des produits et des outils existants, comme le logiciel commun *Welogin*, permettra de structurer cette approche. Les produits sélectionnés viseront à compléter l'offre sans concurrence directe, favorisant des expériences enrichies telles que les croisières vigneronnes. L'idée est de fidéliser à la fois les habitants, les résidents secondaires et les visiteurs en offrant des prestations uniques et adaptées à leurs attentes. Les équipes seront formées à la vente de ces produits, notamment lors des renforts saisonniers, pour garantir un service de qualité et des conseils pertinents.

Une collaboration renforcée avec les agences réceptives

L'intégration de trois agences réceptives dans l'animation du réseau est un levier essentiel pour diversifier l'offre commerciale. Grâce à leur expertise, ces agences travailleront à développer des partenariats et à proposer des produits variés, adaptés à leurs spécialités. Cette collaboration ouvre la voie à de nouvelles expériences œnotouristiques attractives, consolidant ainsi la position de la destination sur le marché national et international.

Avec ces actions concertées, la commercialisation œnotouristique entrera dans une nouvelle dynamique, renforçant l'attractivité du territoire et la satisfaction des visiteurs.



RETOUR AU
SOMMAIRE

4.f.5 D'autres actions encore...

D'autres actions majeures pour renforcer l'œnotourisme

Pour compléter les initiatives déjà mises en œuvre, des actions spécifiques viendront enrichir la stratégie de valorisation de l'œnotourisme. Celles-ci visent à renforcer la visibilité des offres, à impliquer les professionnels locaux dans des projets d'envergure et à développer des événements porteurs pour la destination.

Mettre l'œnotourisme au cœur des espaces d'accueil

Dès 2025, une réunion rassemblera les responsables des équipes d'accueil pour étudier comment intégrer davantage l'œnotourisme dans la présentation des offres des offices de tourisme. Une attention particulière sera portée à la consommation responsable, afin de promouvoir les valeurs du territoire tout en sensibilisant les visiteurs à des pratiques respectueuses et responsables.

S'inscrire dans la dynamique nationale avec "Vignobles en Scène!"

Après trois années de participation au Fascinant Week-end, le territoire se prépare à rejoindre l'événement national "Vignobles en Scène!" dès octobre 2025. Un travail d'animation des professionnels sera mené autour du nouveau cahier des charges pour assurer une mobilisation forte et garantir une participation de qualité à cet événement fédérateur.

Imaginer un événement signature pour le territoire

Une réflexion sera lancée en collaboration avec le Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence (CIVP) et les Directions Générales des Communautés (DGC) pour créer un événement unique, à l'image du territoire. Cette initiative ambitieuse vise à proposer une manifestation singulière qui valorisera l'identité œnotouristique et renforcera l'attractivité locale auprès des visiteurs.



60 000 € environ,
c'est le budget alloué aux
actions de 2025 (en dehors
des ressources humaines
des deux offices de tourisme
intercommunaux).



PARTIE 2

Présentation des partenaires engagés

[RETOUR AU
SOMMAIRE](#)

Les partenaires engagés dans la démarche

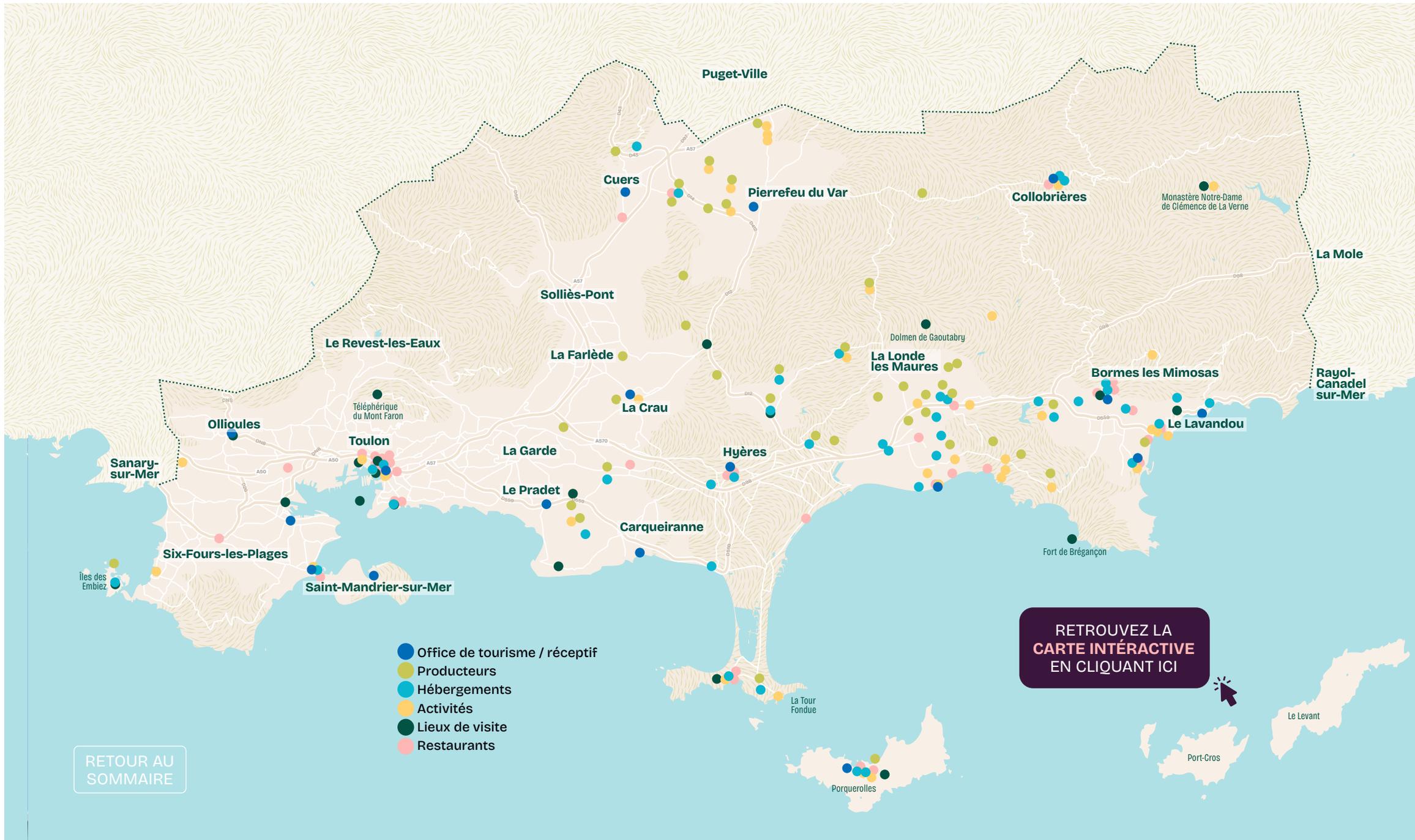
La présente candidature est composée de **273 prestations** réparties comme suit :

	Provence Méditerranée	Méditerranée Porte des Maures	Vignobles de Provence & de Méditerranée
Caves	17	24	41
Restaurants	24	15	39
Hébergements	20	22	42
Activités	22	24	46
Sites patrimoniaux	11	4	15
Evénements	29	12	41
Evénements dans les domaines	13	15	28
Agences réceptives	3		3
Offices de tourisme	12	6	18
Total	151	122	273

En complément du tableau de destination, ci-après, les fiches détaillées de chaque prestation proposée à la labellisation.

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

Carte des partenaires engagés de la destination



Les fiches caves



1. Château de Brégançon
2. Château Léoube
3. Château Angueiroun
4. Domaine de la Sanglière
5. Domaine de la Portanière
6. Domaine de Peirecèdes
7. Domaine Les Fouques
8. Domaine des 3 Chênes
9. Domaine de La Presqu'île
10. Château de Mauvanne
11. Domaine de la Courtade
12. Domaine de la Clapière
13. Château Des Anglades
14. Château Les Mesclances
15. Château La Tulipe Noire
16. Château La Castille
17. Domaine Le Songe de Don Bosco
18. Domaine de La Marseillaise
19. Domaine de Sigalous
20. Le Cellier de La Crau
21. Cave des Vignerons Lonnais
22. Château La Tour Saint Honoré
23. Château la Valetanne
24. Château les Valentines
25. Château Maravenne
26. Château Pas du Cerf
27. Château Sainte Marguerite
28. Château Vert
29. Domaine des Myrtes
30. Figuière
31. Château des Bormettes
32. Domaine de l'Anglade
33. Domaine de La Navicelle
34. Clos Cibonne
35. Château de l'Aumérade
36. Château de la Gordonne
37. Vignoble Kennel
38. Château la Tour de l'Evêque
39. Château Farambert
40. Domaine Lolicé
41. Domaine des Embiez



[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



Les fiches hébergement



1. Eden Rose Hôtel****
2. Hôtel de la Plage ***
3. Hôtel Le Mirage ****
4. Hôtel Les Jardins de Bormes ***
5. Hôtel Bellevue **
6. Hôtel Paradis **
7. Villa Angueiroun **** /
Château Angueiroun
8. Hôtel Restaurant des Maures ***
9. Une Histoire de Famille -
chambres d'hôtes
10. Le Mas du Lingousto ****
11. Résidence Lou Bastidou
12. Les Fouques
13. Domaine de la presqu'île
14. Château les Anglades
15. Le Provençal****
16. L'Almanarre Plage**
17. Lilou Hôtel****
18. Best Western**** Plus Hyères
19. La Clapière
20. 3 chênes
21. Les Medes***
22. L'Oustaou des Pêcheurs***
23. Tulipe Noire
24. Domaine de Sigalous
25. Village vacances Azureva ***
26. Camping Le Pansard ****
27. Gîtes et villa Sous les Pins
28. La Bastide Sous les Pins -
chambres d'hôtes
29. Camping Les Jardins de
la Pascalinette ****
30. Château Maravenne - gîtes
31. Château Maravenne - chambres d'hôtes
32. Château La Pascalette
33. Les Rives d'or****
34. Villa Thalassa - chambres d'hôtes
35. Hôtel** Le California
36. Hôtel Club du Domaine d'Aiguebelle ***
37. Gîtes La Navicelle
38. Hôtel Hélios les Embiez****
39. Les appartements de l'Hélios
40. Grand Hôtel Dauphiné***
41. L'Eautel****
42. Best Western Plus La Corniche****

Les fiches restaurant



1. Café Léoube
2. Eden Flow
3. Le Jardin
4. Mimosa
5. Bellevue
6. Le Mirage
7. Restaurant des Maures
8. Le Mas du Lingousto
9. Bouchon
10. Villa Barret
11. Bar du Soleil
12. Guillaume Tell
13. Lilou Hyères
14. La Reine Jane
15. La Cigale (Best Western Hyères)
16. Oustaou des pêcheurs
17. Le Poisson ivre
18. Les Halles Milona
19. Le Panoramic
20. L'Hemingway
21. L'Assiette
22. La Cigale
23. Le Cannier
24. Planches et Gamelles
25. La Farigoulette
26. Le Bouchon
27. Les Jardins d'Helios (Embiez)
28. Origin
29. Saucé
30. Le Bistrok
31. Le Milady
32. Le Lido de Toulon
33. Le Pastel
34. Têtes d'ail
35. Café Liberté
36. Halles Biltoki
37. Les Aludes
38. L'Equerre
39. Racines



[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



Les fiches activités

Au regard de notre offre de produits œnotouristiques existants et commercialisés, nous avons privilégié ces produits dans l'offre présentée, tout en étant conscients du potentiel à valoriser encore sur notre territoire.

1. Balade œnologique en Côte de Provence
2. Visite et dégustation au Château de Brégançon
3. Vignoble Tour au Domaine de la Sanglière
4. Château Léoube - Cinéma sur la plage.
5. Château Léoube - Location de kayaks et de Paddles
6. Mona Spa - Eden rose Grand Hôtel
7. Visite de cave à l'Angueiroun
8. Parcours de GOLF de VALCROS
9. Croisière / Dégustation en bateau hybride à propulsion 100% électrique
10. Musée de la fabrique du marron glacé - Confiserie Azuréenne
11. Journée savoir faire - découverte du domaine + randonnée ou sortie palmée (selon la saison)
12. Coucher de soleil Catamaran
13. Brigantin - Le coucher de soleil
14. Meroe - Le Sunset
15. Visite guidée à vélo d'un vignoble
16. Visite classique - visite du domaine + dégustation
17. Balade oeno-sensorielle
18. Parcours éducatifs nature au Château Pas du Cerf
19. Croisières vigneronnes au crépuscule – Bateliers de la Côte d'Azur / Vignerons Londais
20. La vie en rosé au Château les Valentines (Visite Guidée)
21. Petit Train de La Londe les Maures
22. De la vigne à la dégustation au Château des Bormettes (Visite guidée)
23. De la vigne au verre à Château Vert (Visite guidée)
24. Visite guidée du domaine Château Sainte Marguerite
25. Visite du jardin zoologique tropical
26. Les fermes de Tamaris
27. Escapades gourmandes avec les Vedettes Îles d'Or & Le Corsaire
28. Circuit découverte du Lavandou en petit train – Les Petits Trains du Golf
29. Visite guidée au Domaine de L'ANGLADE
30. Location terrain de Padel 7j7
31. Visite œnologique
32. L'expérience viticole
33. Les instants gourmands
34. Les athlètes du vin
35. Petit train des vignes
36. Visite guidée au Château Farambert
37. Balade accompagnée en quad avec visite et dégustation au Château de l'Aumérade
38. Balade accompagnée en VTTAE avec visite et dégustation au Château de l'Aumérade
39. Dégustation sensorielle avec la vigneronne au Domaine Kennel
40. Pique-Nique dans les jardins du Château de l'Aumérade
41. Apéritif et coucher de soleil sur l'archipel des Embiez
42. Coucher de soleil Catamaran - Six-Fours-les-Plages
43. La croisière vigneronne
44. Côte de Provence Wine Tour avec France Wine Trip
45. Balade gourmande Toulon
46. Apéro / Pétaque O'Boulodrome



[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

Les fiches sites patrimoniaux



1. Musée d'Histoire et d'Arts
2. Fort de Brégançon
3. La Butinerie
4. V'Art Olives - Domaine Solignac
5. Musée du Santon
6. Musée du Niel
7. Savonnerie Plaisant
8. Centre d'art – La Villa Théo
9. Moulin de l'Esquirol
10. Musée de la Mine Cap Garonne
11. Maison Jonquier
12. Musée de la Marine
13. Musée d'Art de Toulon
14. Musée des Arts Asiatiques
15. Cafés Maurice



[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

Les fiches événements



1. Mimosalia
2. Me' Gusto Rosé
3. Escapade gourmande
4. Fête des fontaines
5. Sardinade - Hyères
6. Natif Festival
7. Marché de Noël - Hyères
8. La Crau Corico
9. Foire à l'ail et boudin
10. Marché de Noël - La Garde
11. La Fête des Vendanges
12. Fête des Vins du terroir AOC Côtes de Provence La Londe
13. Nature en fête
14. La Londe Jazz Festival
15. Vignerons sous les étoiles avec l'association des vignerons de La Londe
16. Salon Esprit du Vin
17. Les journées Provençales
18. Bière en Seyne
19. Marché Méditerranéo
20. Cuisines et Vins du Sud
21. Fête de la bière
22. Mondial de la Moule
23. Fête de la soupe - centre
24. Fête de L'olivier - centre
25. Foulée gourmande des Côtes de Provence Pierrefeu
26. Festival des Côtes de Provence Pierrefeu
27. Nuitée du Rosé
28. Fête de la tomate
29. Le Brusco en Bouche
30. Grande Sardinade du Brusco
31. Fête de la St Pierre (fête des pêcheurs) - St Mandrier
32. Fête de la mer - St Mandrier
33. La bouillabaisse
34. L'Alsace sur Mer
35. Parfums d'Italie et de Procida
36. Bacchus -La Fête des vins et de la gastronomie
37. Nuit des pêcheurs
38. Printemps de la Mer - Fort St Louis
39. Marché de Noël - Place Liberté
40. Jazz à Toulon
41. Pic Nic Day Mourillon

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)

Les fiches événements dans les caves

Les domaines et caves sont de plus en plus nombreux à proposer des événements ponctuels ou hebdomadaires, toute l'année, c'est pourquoi nous avons fait le choix de distinguer ces événements de ceux organisés par les communes, associations...

42. ApéRosé Jazz
43. Théâtre dans la vigne
44. Harvest Festival
45. Summer Party au Café Léoube
46. Apéro Angueiroun
47. Soirée Pétanque
48. Jazz dans les vignes - Château Carqueiranne
49. soirée vigneronne en musique
50. Théâtre dans les vignes La Crau'k en scène
51. Dégustation de Noël
52. Théâtre dans la vigne (spectacle + repas)
53. «Théâtre dans la vigne (spectacle + repas) 13 spectacles»
54. Fête des vendanges
55. «Marché des créatrices f'âmes inspirantes - dégustation nouveau Millésime»
56. «Les soirées privées : Concert + repas dans les jardins»
57. Estiv'ening au Château TSH
58. Vétathlon du Château MARAVENNE
59. Courir pour elle - Pas du Cerf
60. Concerts d'été au milieu des vignes
61. Soirées vigneronnes
62. Marché de Noël

63. Les Apéros du caveau
64. Journée embouteillage - visite + dégustation
65. Soirée DJ SET
66. 15ème fête du terroir
67. Le Marché de Noël du Château La Tour de L'Evêque
68. Art et Vin : Domaine Château Pas du Cerf / Domaine des Peirecèdes / Domaine de l'Anglade / Château La Tour de l'Evêque / Domaine Lolicé / Château de Mauvanne
69. Festival Les musicales dans les vignes au Domaine de l'Anglade, Château La Gordonne, Château de l'Aumérade, Château Tour St Honoré, Domaine Sainte Marie, Domaine La Navicelle, Château Mauvanne, Château La Castille



Les fiches offices de tourisme



1. Office de Tourisme Intercommunal
La Londe Les Maures, Cuers, Collobrieres,
Pierrefeu Du Var
2. OTI - Bit Cuers
3. OTI - Bit Collobrieres
4. OTI - Bit Pierrefeu Du Var
5. Office de Tourisme et des Loisirs de Bormes
Les Mimosas
6. Office De Tourisme Du Lavandou
7. OTMPM - BIT Toulon
 - OTMPM - BIT Six-Fours-Les-Plages
 - OTMPM - BIT La Seyne-Sur-Mer
 - OTMPM - BIT Saint-Mandrier
 - OTMPM - BIT Les Sablettes
 - OTMPM - BIT Ollioules
 - OTMPM - BIT Hyères
 - OTMPM - BIT Porquerolles
 - OTMPM - BIT Le Pradet
 - OTMPM - BIT Carqueiranne
 - OTMPM - BIT La Crau



[RETOUR AU
SOMMAIRE](#)



Les fiches structures réceptives

Dans notre territoire, les offices de tourisme disposent de l'immatriculation et à ce titre sont intégrés dans les « structures réceptives ». Avec pour objectif de mieux animer économiquement le territoire, ils sont essentiellement positionnés sur la commercialisation des activités de loisirs et les billetteries notamment dans le cadre de l'opération « Amusez-vous ».

En complément, nous travaillons en collaboration avec des agences réceptives afin de réaliser des séjours à thème et sur mesure à destination des groupes, entreprises...

1. Échappée Bleue
2. Odel Events
3. Tag N Event

[RETOUR AU SOMMAIRE](#)



Crédits photo : Hervé Fabre, Laurent Parienti, Damien Bonfils, OTI La Londe, OTI MPM, OT Provence Méditerranée, CIVP, iStock
Rédaction : Christine Manganaro, les équipes de Provence Méditerranée et Méditerranée Porte des Maures, Agence Declik
Création graphique et maquette : Agence 