

LE TOURISME EN 2025

En Méditerranée Porte des Maures

La Londe les Maures • Bormes les Mimosas • Le Lavandou
Collobrières • Pierrefeu du Var • Cuers

Mot de bienvenue

Laurence MORGUE

Adjointe au Maire délégation Tourisme & Jeunesse
Mairie de La Londe les Maures

Ordre du jour

1. Fréquentation touristique et tendances
2. Actions filières touristiques
3. Actions mutualisées
4. Des offices de tourisme et des services à votre disposition
5. Présentation de chaque participant
& Workshop entre professionnels

- 1 -

FREQUENTATION & TENDANCES

Flux Vision Tourisme est une solution innovante développée par Orange, coconstruite avec Tourisme & Territoire (Réseau National des ADT), aujourd'hui utilisée par plus de 40 ADT. Depuis 2013, **Var Tourisme** fait partie du groupe de travail national avec 7 autres ADT et travaille sur le développement et l'amélioration de la solution. Cet outil permet de convertir des millions d'informations techniques du réseau mobile Orange, en indicateurs statistiques afin d'analyser la fréquentation de territoires et le déplacement des populations. Développée en accord avec la CNIL grâce à une anonymisation des données, elle fait l'objet de nombreux travaux de recherches et développements. Une segmentation (qualification d'un mobile en «touristes», «résidents»...) est effectuée en tenant compte de l'adresse de facturation et des durées et fréquences de séjours.

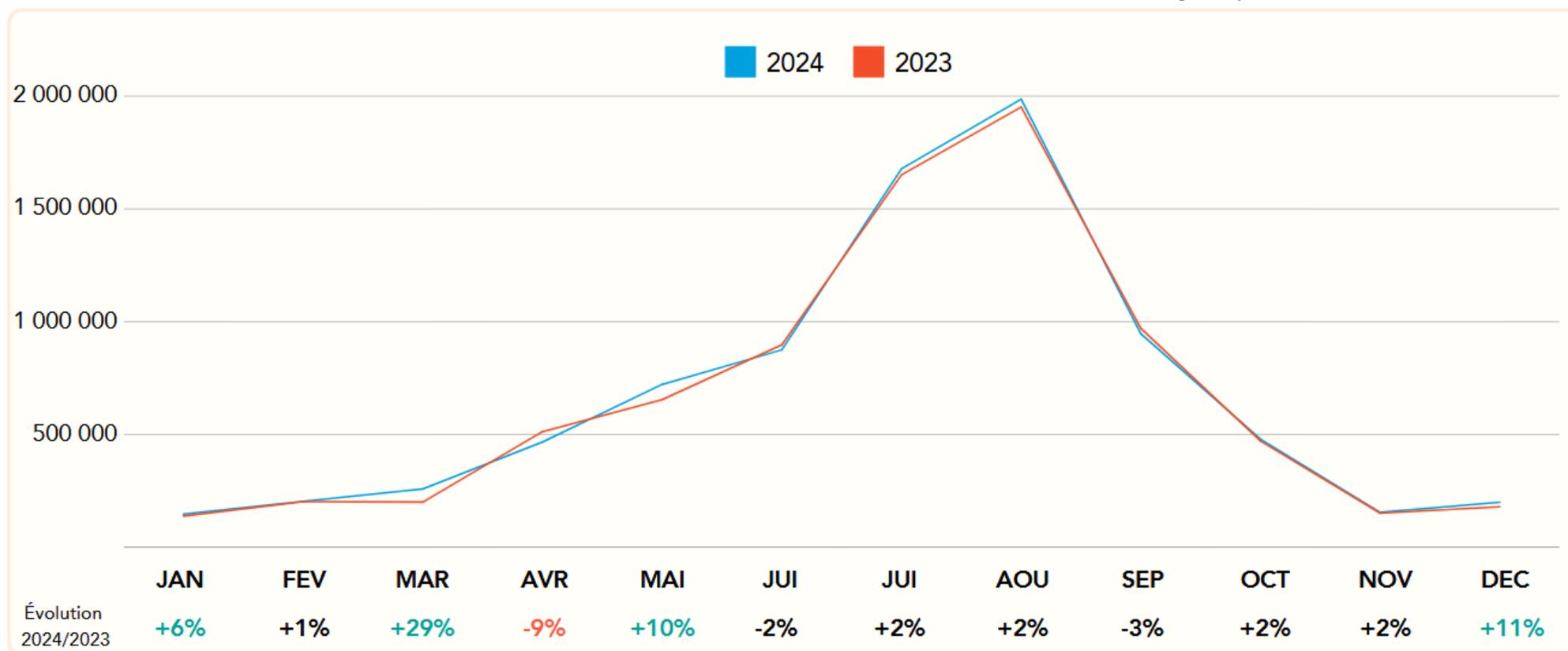
LES CHIFFRES CLÉS

NUITÉES QUOTIDIENNES FLUX VISION

Évolution des nuitées touristiques
totales 2024 vs 2023 :

+2%

+1% de nuitées françaises | +3% de nuitées internationales

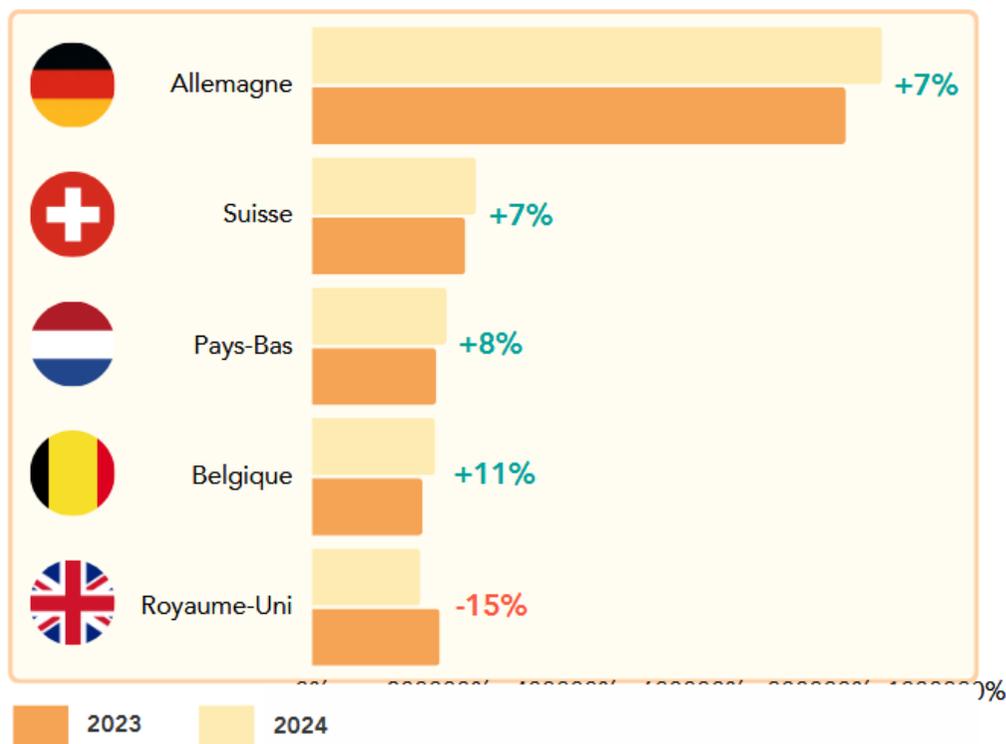


Proportions en nuitées

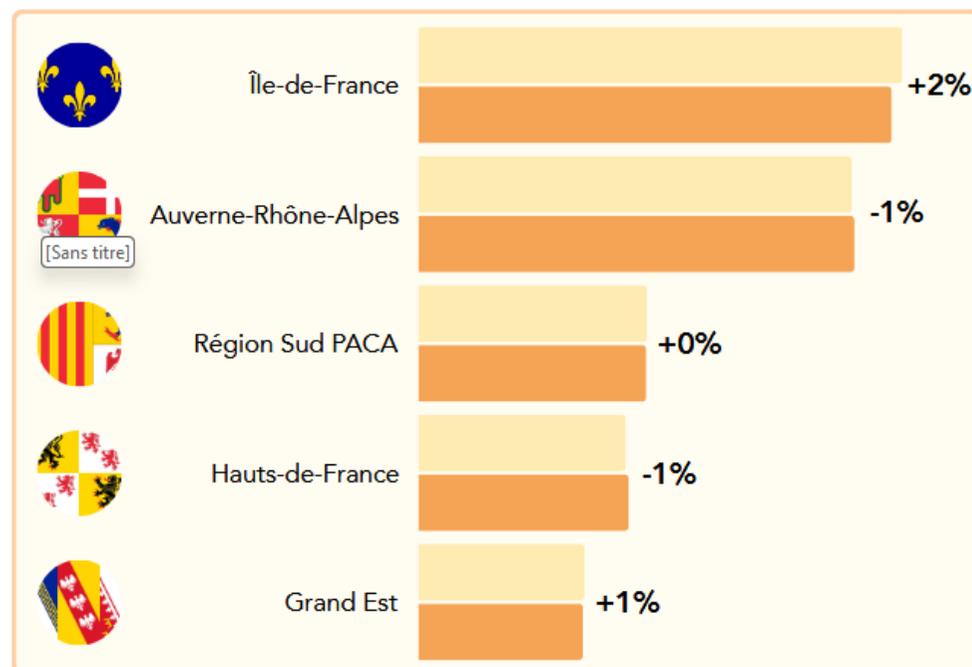
LE VAR

LES CHIFFRES CLÉS

TOP 5 DES PRINCIPAUX PAYS DE PROVENANCE DES NUITÉES TOURISTIQUES ÉTRANGÈRES



TOP 5 DES PRINCIPALES RÉGIONS DE PROVENANCE DES NUITÉES TOURISTIQUES FRANÇAISES



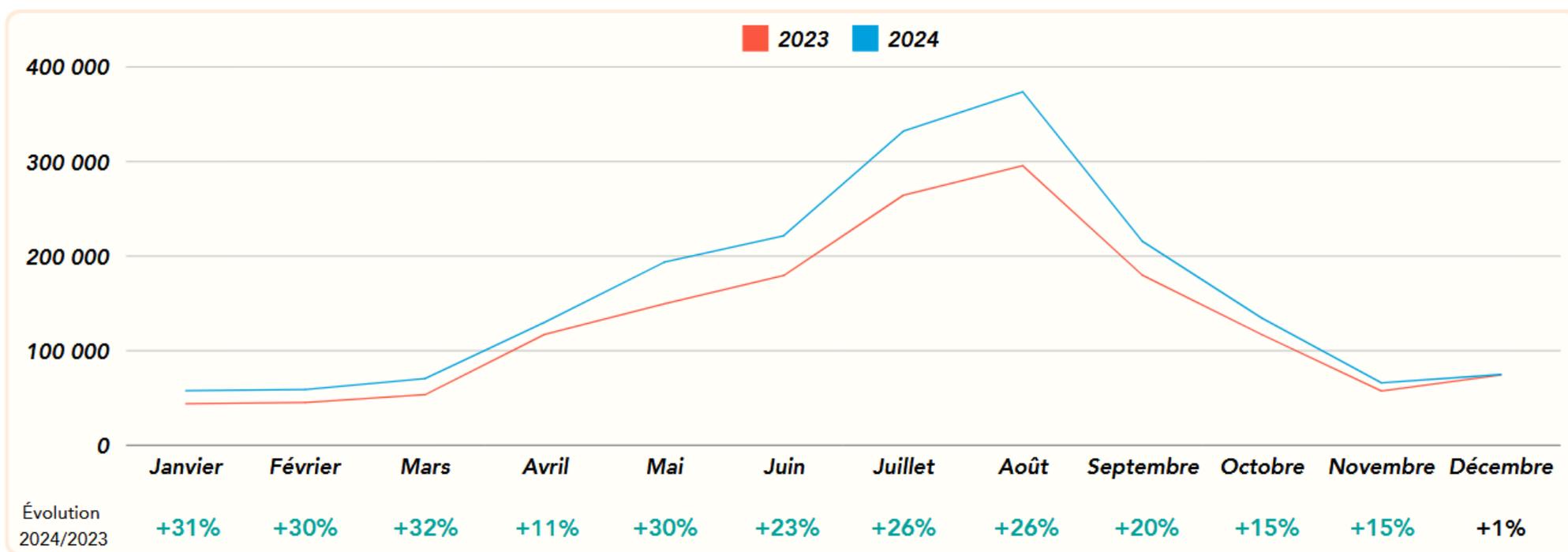
Proportions en nuitées

LES CHIFFRES CLÉS

NUITÉES MENSUELLES AIRDNA

Évolution des nuitées dans les meublés
2024 vs 2023 :

+22%



[Sans titre]

Proportions en nuitées

LE VAR

LES CHIFFRES CLÉS

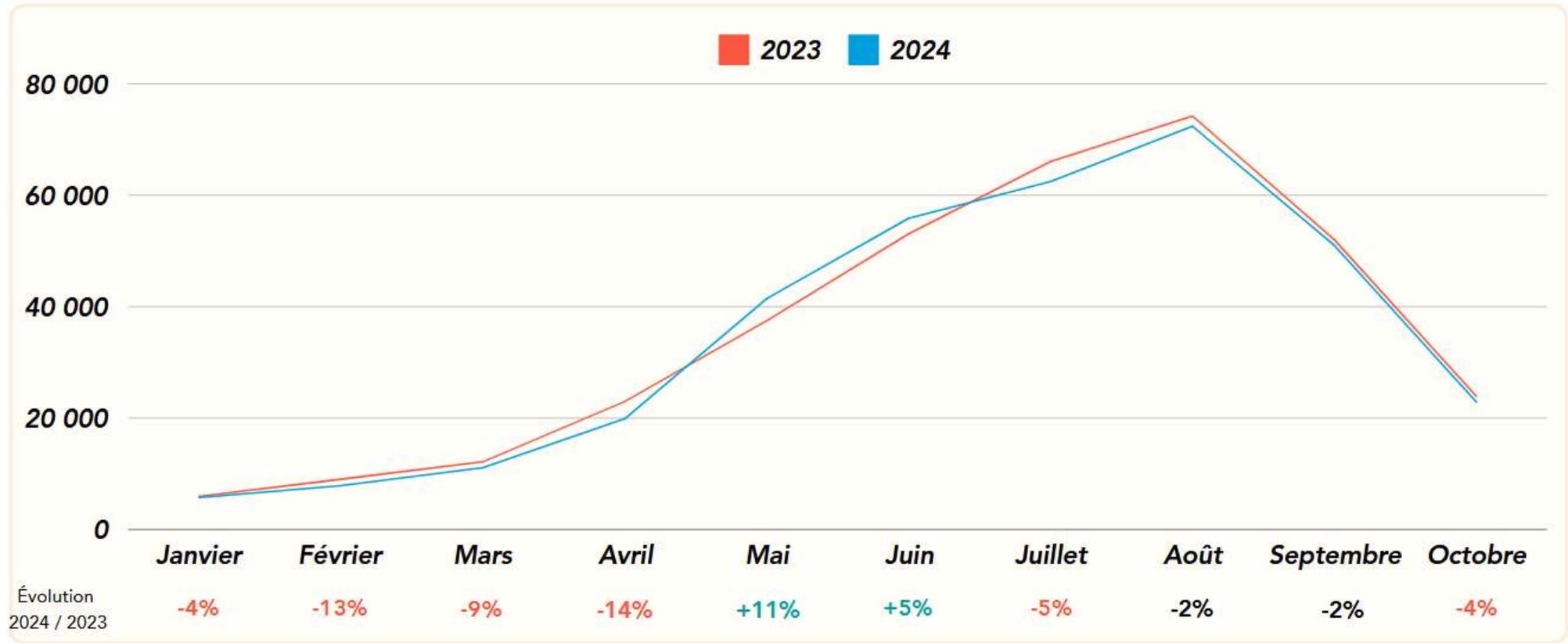
LA FRÉQUENTATION HÔTELIÈRE

Méditerranée Porte des Maures, Cœur du Var et Vallée du Gapeau

Évolution des nuitées totales
de janvier à octobre 2024 vs
de janvier à octobre 2023 :

-1.7%

-12,0% de nuitées françaises | +20,9% de nuitées étrangères



Proportions en nuitées

LE VAR

LES CHIFFRES CLÉS

LA FRÉQUENTATION EN CAMPINGS

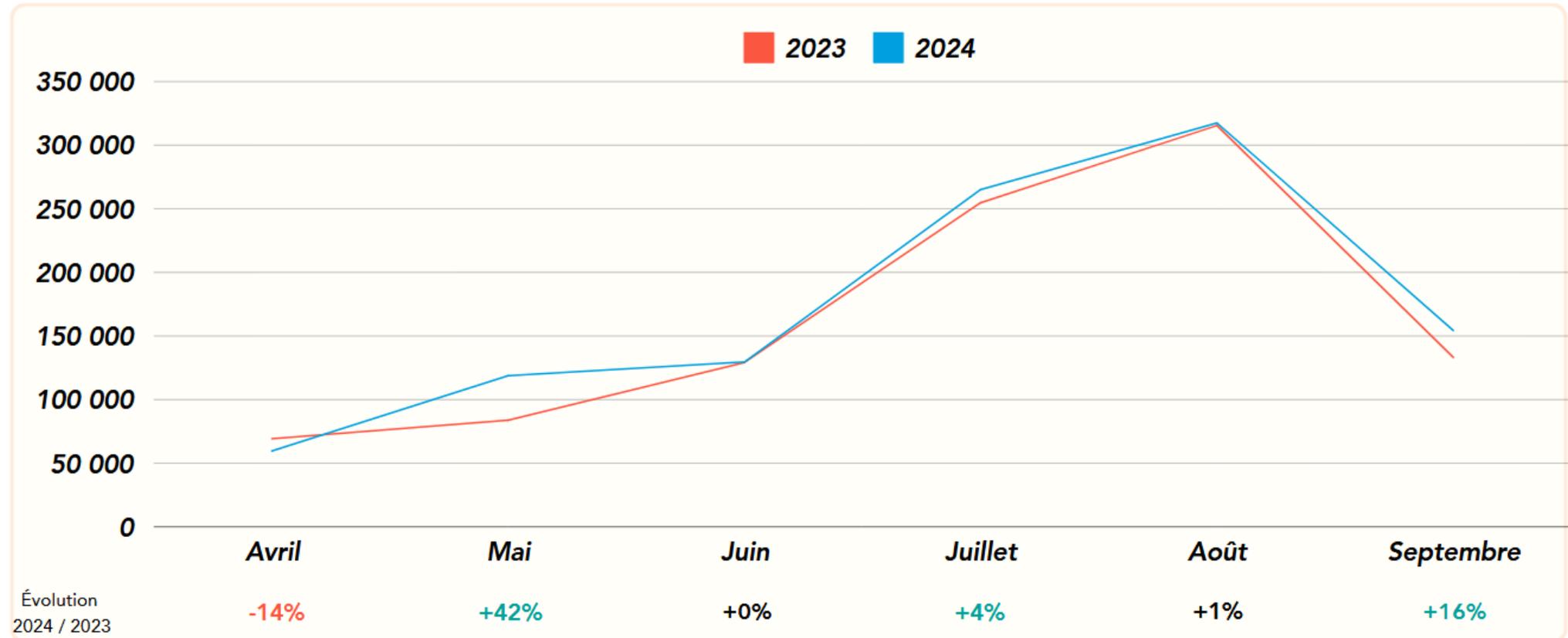
Méditerranée Porte des Maures, Cœur du Var et Vallée du Gapeau

[Sans titre]

Évolution des nuitées totales
saison 2024 vs saison 2023 :

+6,0%

+4,0% de nuitées françaises | +8,3% de nuitées étrangères



Proportions en nuitées

LE VAR

TENDANCES 2025

Une croissance continue

Augmentation des arrivées aériennes **internationales**

Hausse des prix, depuis 2023 les prix des hôtels ont augmenté de 8 à 12%

80% des nuitées sont réservées en ligne

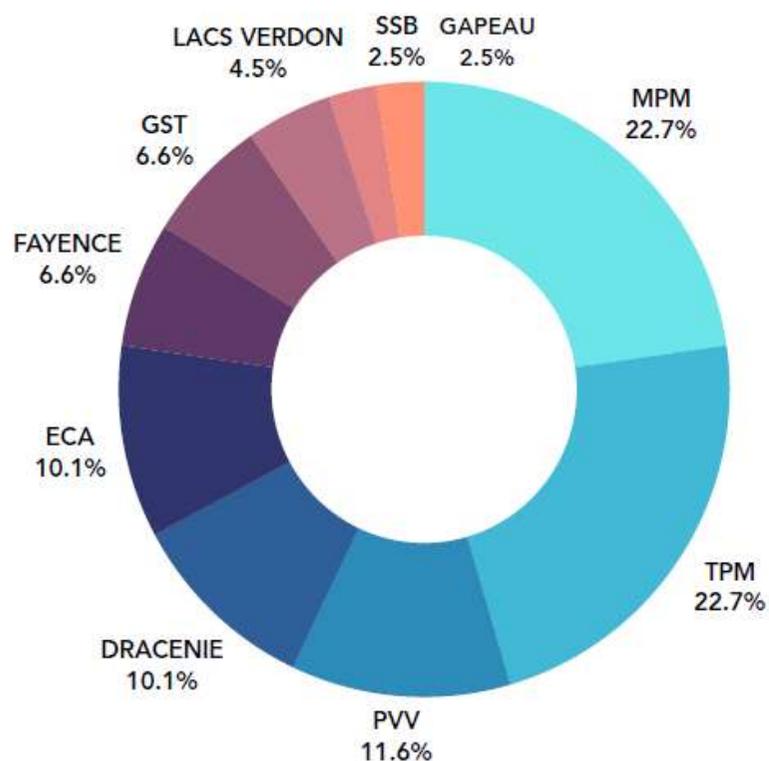
Calendrier favorable des **jours fériés**

Essor du tourisme de **savoir-faire et de valorisation du patrimoine**

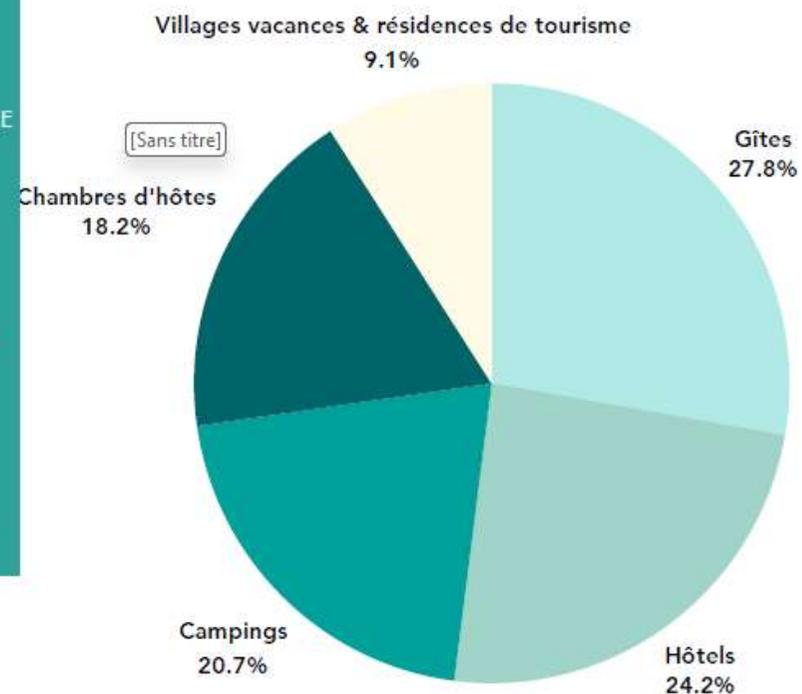
Développement du tourisme **durable et responsable**

Toujours un **engouement certain pour la Région Sud !**

LES NOUVEAUTÉS - INDICATEURS DURABLES



ACCUEIL PAYSAN
 ACCUEIL VELO
 BIENVENUE A LA FERME
 BISTROT DE PAYS
 CAMPING QUALITE
 CERTIFIE PORTS PROPRES
 CERTITIE ACTIFS EN BIODIVERSITE
 ECOLABEL
 ECOTABLE
 ESPRIT PARC NATIONAL
 ETOILE VERTE
 GÎTE PANDA
 HIGH QUALITY WHALE-WATCHING
 JARDIN REMARQUABLE
 LA CLEF VERTE
 PAVILLON BLEU
 TOURISME ET HANDICAP
 VALEUR PARC NATUREL REGIONAL
 VILLES ET VILLAGES FLEURIS

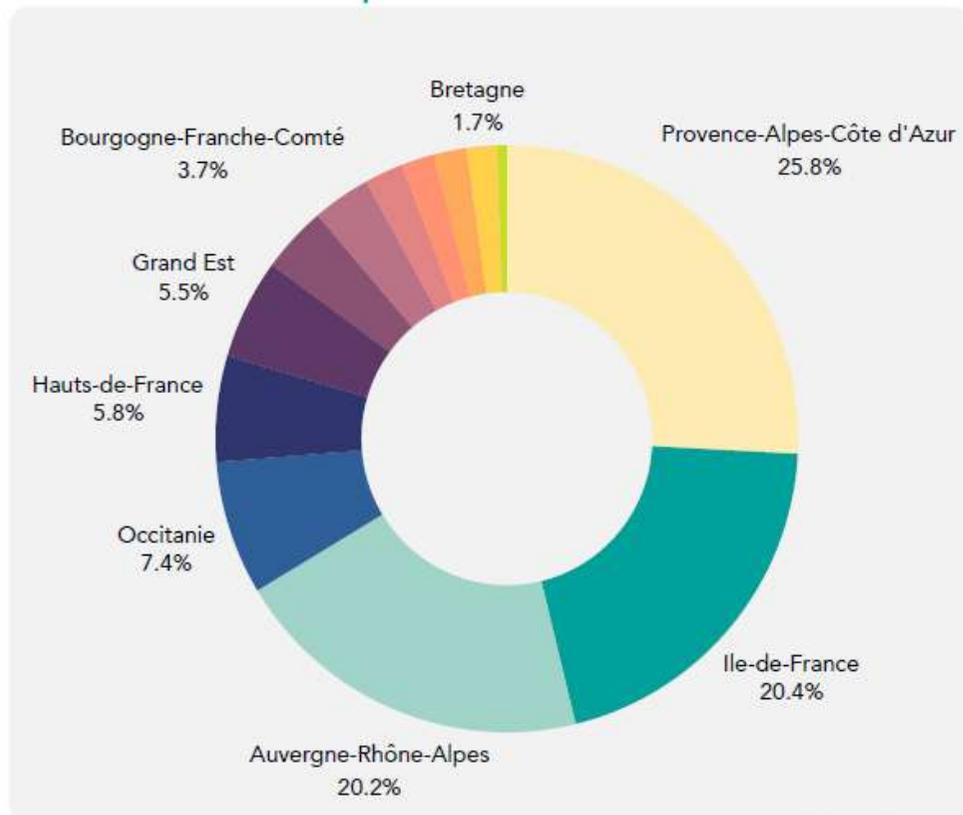


LE VAR

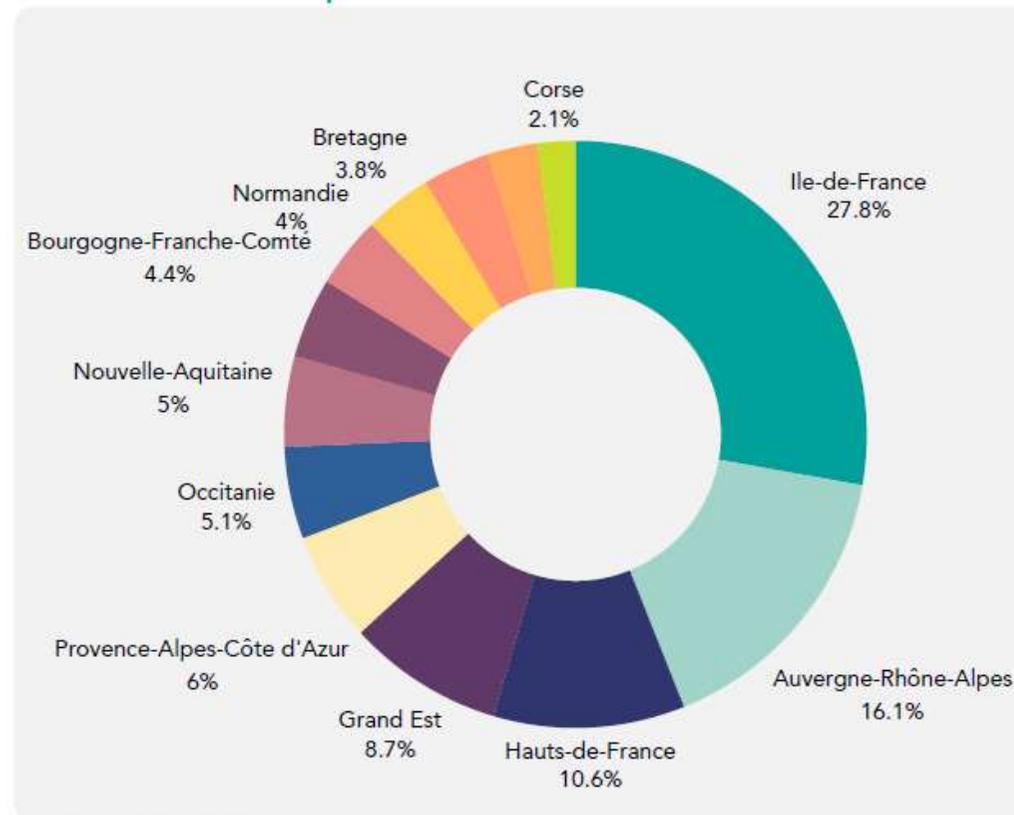
LES NOUVEAUTÉS - INDICATEURS DURABLES

RÉPARTITION DES TOURISTES ET ÉMISSIONS PAR RÉGIONS

Répartition des touristes



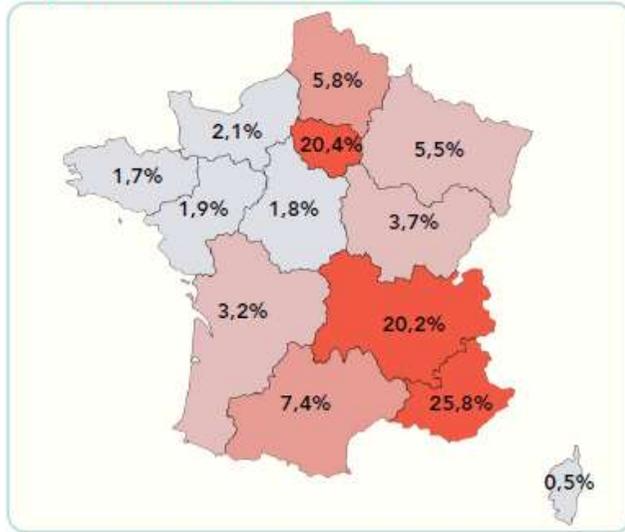
Répartition des émissions CO2



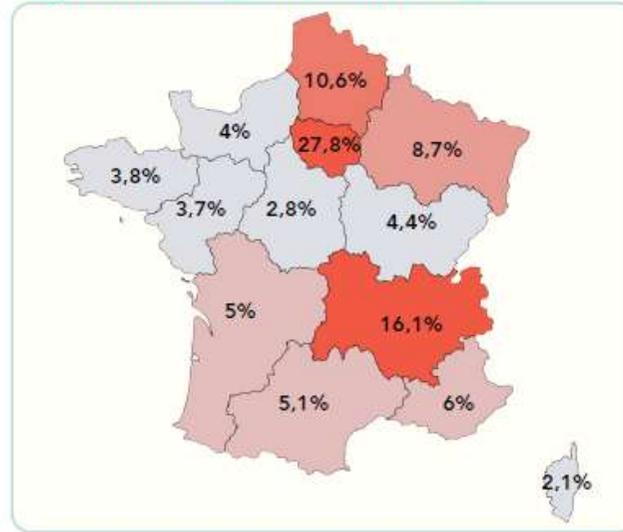
LE VAR

LES NOUVEAUTÉS - INDICATEURS DURABLES

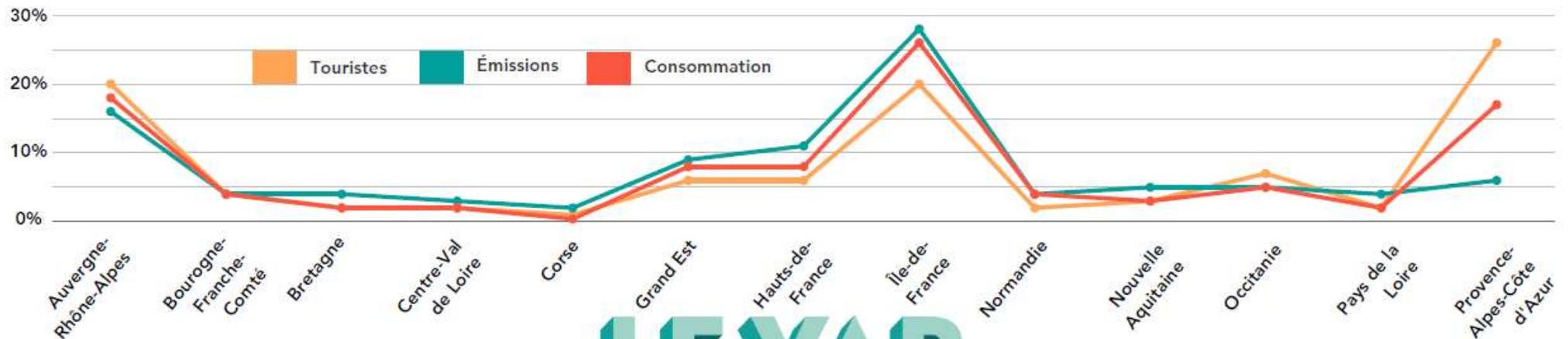
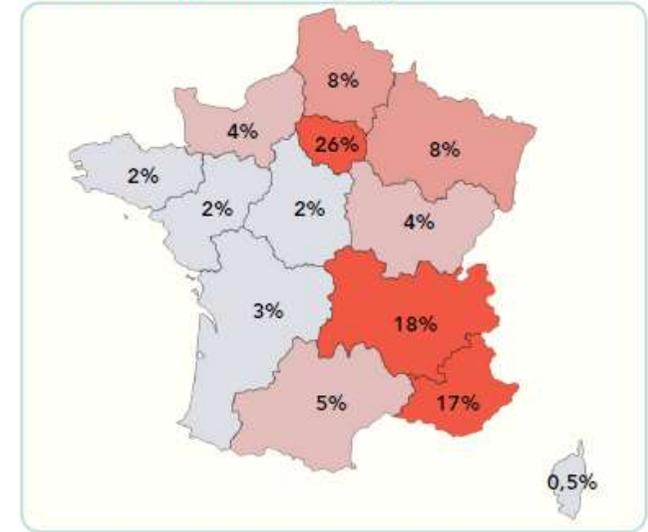
Répartition des touristes



Répartition des émissions CO2



Consommation touristique



LE VAR

- 2 -

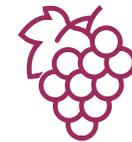
AXES STRATEGIQUES & FILIERES TOURISTIQUES



Axes stratégiques du plan d'actions

- AXE 1 : Renforcer notre positionnement marketing sur les points forts de l'ADN de la destination
- AXE 2 : Consolider l'attractivité - Enrichir et améliorer le parcours client en mixant l'offre intercommunale
- AXE 3 : Rééquilibrer l'activité touristique sur les 4 saisons
- AXE 4 : Bénéficier de la synergie et de la mutualisation d'une coopération intercommunale

Structuration de l'offre par filière touristique



- Activités de pleine nature / randonnée
- Vélo
- Oenotourisme
- Nautisme

Dynamique d'animation du territoire et des professionnels par l'obtention de labels nationaux reconnus





Filière touristique - Activités de pleine nature / randonnée

Aménagement suivi par la CCMPM et les 6 communes :

400 km de sentiers validés soit 37 itinéraires

900 conventions de passage envoyées

84 km balisés en 2024

180 km prévus en 2025-2026

Promotion touristique 2025 :

- Salon du Randonneur à Lyon 21-23/03
- Edition intercommunale
- Insertion publicitaire ciblée
- Diffusion sur site / appli / communautés
- Topoguide FFRP



Filière touristique - Vélo



Aménagement :

Schéma cyclable routier approuvé

Animation des professionnels par la marque Accueil Vélo :

- 48 professionnels et sites marqués Accueil Vélo
- Gratuité de la visite
- Démarchage et accompagnement pour enrichir cette offre

Promotion touristique :

Edition *Pédaler en Méditerranée Porte des Maures* (Fr et GB)

Salon *Velofollies* à Courtrai 17-19/01

Salon *Roc d'Azur* à Fréjus 09-12/10

Communication des circuits vélo, notamment sur le numérique



Filière touristique - Oenotourisme



Animation des professionnels par le label *Vignobles & Découvertes* :

- Démarchage et accompagnement pour enrichir cette offre
- 110 professionnels engagés depuis 2022

> Nouvelle candidature en 2025 sur un territoire élargi à la métropole
Toulon Provence Méditerranée

- **273 partenaires engagés**

- 41 caves et domaines
- 39 restaurants
- 42 hébergements
- 46 activités
- 15 sites patrimoniaux
- 28 événements
- 41 événements domaines
- 3 agences réceptives
- 18 offices de tourisme

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





Filière touristique - Oenotourisme



Promotion touristique et animation :

- Brochure de communication et de valorisation de notre démarche commune
- Conférence de presse de labellisation de la destination 24/04
- Workshop et remise de plaques à tous les labellisés
- Animation terrain mutualisée & déploiement du label sur de nouveaux domaines et professionnels
- Editions : carte oenotouristique, guide des labellisés, agenda dédié
- Insertions publicitaires ciblées en soutien aux initiatives oenotouristiques
- Événement / activité autour du vin : petit train des vignes, ...
- Actualisation événement national 3^{ème} week-end octobre, son animation et sa promotion



> ***Vignobles en Scène ! Les journées Vignobles & Découvertes***





Filière touristique - Nautisme



Promotion touristique et animation :

- Salon de la plongée
- Conseil de station 05/03
- Déploiement de l'appartenance au label des acteurs nautiques
- Organisation de l'événement national *Faites du nautisme 24 & 25/05*
- Edition : *Plonger en Méditerranée Porte des Maures*
- Insertion publicitaire ciblée
- Nouvelle candidature au Prix de l'Innovation



- 3 -

ACTIONS MUTUALISEES DES 3 OFFICES DE TOURISME

Des actions mutualisées
pour une promotion commune
de la destination **Méditerranée Porte des Maures**

Collaboration 3 offices de tourisme



⇒ Promotion

+ visibilité

⇒ Qualité

+ satisfaction client

⇒ Commercialisation

+ retombées éco

Promotion - Salons en France et étranger (autres que filières touristiques)

- F.RE.E à Munich 19-23/02
- Salon international de l'agriculture à Paris 27/02-02/03
- Salon ID week-end à Nice 28-30/03
- Festival Envie d'ailleurs à Fréjus 19-21/04

Promotion - Relations presse en 2024

- **24 communiqués presse** envoyés
 - **12 accueils presse** : France 3, GEO, Beaux Arts mag, Moto Journal, ...
 - **138 articles** générés : Le Figaro, Ouest-France, GEO, Beaux Arts mag, ...
 - **13 émissions radio** : RTL2, Radio Vinci autoroute, France Bleu, ...
 - **15 TV** : France 3, France 2, TF1, BFM, RTBF, ...
- > Contre Valeur Publicitaire totale : **1 733 477 euros**

En 2025 :

- **4 conférences de presse**
- **5 accueils** déjà réalisés / programmés

- 4 -

DES PROFESSIONNELS A VOTRE SERVICE

*« Seul on va plus vite,
ensemble on va plus loin ! »*



Office de tourisme intercommunal
La Londe les Maures, Collobrières,
Pierrefeu du Var, Cuers

Véronique Nérand
Directrice



Office de tourisme
et des loisirs
Bormes les Mimosas

David Goncalves
Directeur



Office de tourisme
Le Lavandou

Sybille Rouquié
Directrice



Office de tourisme intercommunal La Londe les Maures, Cuers, Pierrefeu du Var, Collobrières

Un plan d'actions pour un tourisme plus durable

- Une offre qualifiée : des labels et classements
- Une offre thématisée : rando / vélo / oeno / nautisme
- Une communication repensée

Un office de tourisme engagé / nouveaux défis

- Adaptation des structures d'accueil et professionnalisation de l'équipe et des services (plan d'actions RSO, intégration de l'IA, ...)
- Maintien de l'équilibre entre économie et écoresponsabilité : projets et animation des professionnels autour de la qualité, du durable, de la commercialisation, ...



L'OT au sein de sa destination





Office de tourisme et des loisirs de Bormes les Mimosas

Des reconnaissances internationales

- Plus Belle Baie du Monde
- Plus Beau Village de France



Nouvelle convention triennale d'objectifs 2025-2027 en 6 axes

- Axe 1 : un tourisme durable
- Axe 2 : un tourisme 4 saisons
- Axe 3 : l'image de la destination
- Axe 4 : la commercialisation
- Axe 5 : l'accueil
- Axe 6 : le tourisme de demain



Des démarches de progrès

- Station classée de Tourisme
- De Qualité tourisme à Destination d'Excellence
- Tourisme et Handicap

Office de tourisme du Lavandou



Nouvelle convention triennale d'objectifs 2024-2026 en 5 axes

- Axe 1 : Développement de l'image et de la notoriété du territoire
- Axe 2 : Renforcement du positionnement de territoire
- Axe 3 : Structuration des réseaux professionnels du tourisme
- Axe 4 : Amélioration du potentiel économique lié aux activités touristiques
- Axe 5 : Développement de la fréquentation touristique toute l'année

Des démarches de progrès

- De Qualité tourisme à Destination d'Excellence
- Tourisme et Handicap

Page dédiée « Espace Pro »

**OTI La Londe les Maures, Cuers, Pierrefeu du Var,
Collobrières**

<https://www.mpmtourisme.com/bienvenue-espace-pro>

OT Bormes les Mimosas

<https://www.bormeslesmimosas.com/espace-pro/>

OT Le Lavandou

<https://www.ot-lelavandou.fr/espace-pro/>

Dispositif de logements à destination des travailleurs saisonniers

Vous être à la recherche d'un logement pour vos employés saisonniers ?

La Communauté de Communes Méditerranée Porte des Maures reconduit son dispositif d'accompagnement de mise en relation entre les entreprises et les hébergeurs.

Pour faire connaître vos besoins, n'hésitez pas à contacter
le secrétariat de la Direction de l'Habitat :

04 22 18 21 02

04 22 18 21 03

vmichel@ccmpm.fr

Le Réseau Destination Le Var par Var tourisme

Le Club Pro du Comité Régional de Tourisme

Fonds Tourisme Durable de l'ADEME pour les restaurateurs & hébergeurs

Programme '**Développer le vélotourisme**' de l'ADEME Sites touristiques, hébergements classés et restaurants, ainsi qu'aux établissements labellisés.

Aides régionales <https://www.maregionsud.fr/vos-aides>

Intelligence Artificielle

L'émergence des IA génératives (ChatGPT, Gemini, Le chat de Mistral, Midjourney...) transforme radicalement le paysage numérique et les pratiques professionnelles, particulièrement dans le secteur touristique où tous les métiers sont concernés

1 – La conférence

Comment l'IA redéfinit les pratiques touristiques des voyageurs et des professionnels

1h30 + Questions-réponses

- Paysages des solutions d'IA générative
- L'IA générative : comment ça marche
- Les comportements côté client
- L'intérêt d'intégrer l'IA dans le tourisme
- Apports dans l'activité professionnelle
- Cas d'application de l'IA dans le tourisme
- Comment formaliser une demande à l'IA
- Risques, limites & éthique
- Discussion sur les enjeux et la prospective

2 – Formation Asynchrone

Initiation à l'Intelligence Artificielle

3h30

- Présentation des principales solutions d'Intelligence Artificielle
- Les outils de l'espace conversationnel
- Les moteurs de réponse
- Découverte détaillée de ChatGPT
- Les prompts simples et structurés
- Styles ton et format
- Travailler ses prompts
- Véracité et biais de résultats

3 – Ateliers en présentiel

Jour 1

4 ateliers perfectionnement (7h)

- Contenu marketing
- Avis client
- Réseaux sociaux
- Visibilité

Jour 2

2 ateliers approfondissement (7h)

- Développer la créativité de son produit et de sa communication avec un personae (client fictif)
- Transformer et enrichir son offre dans la dimension expérientielle avec l'aide de l'IA



A VOS AGENDAS

Mardi 4 mars : Var AmbiCClons – Tourisme Day Pro
à partir de 8h30 au Domaine du Rayol

Mardi 11 mars : Forum de l'Emploi
9h00-13h00 à Pierrefeu du Var

Jeudi 13 mars : Club Accueil Vélo
à partir de 9h00

Jeudi 20 mars : Job Dating
11h00-16h30 au Lavandou – Front de mer

Mercredi 2 avril : Forum recrutement « Shop ton job »
13h30-17h00 à l'Union Patronale du Var à Toulon

Jeudi 3 avril : Forum de l'emploi
9h00-13h00 au Pôle culturel à Cuers

Mercredi 14 et jeudi 15 mai : CM on the Beach
Palais Neptune à Toulon

L'événement qui réunit les destinations, les entreprises du tourisme et tous ceux qui sont intéressés par le **marketing de contenu appliqué au tourisme**.
Plus de 40 ateliers et conférences : Intelligence Artificielle au service de vos avis clients, Top des outils IA, Performez sur LinkedIn, ...

- 5 -

PRESENTATION & ECHANGES entre participants



*Votre activité ?
Vos attentes ?
Vos nouveautés ?*

Votre avis compte

Merci de nous donner votre avis sur
les Rencontres du Tourisme 2025 :

[cliquez-ici](#)