

Lundi 02/02/2026



# RENCONTRES DU TOURISME

Méditerranée Porte des Maures

La Londe les Maures • Bormes les Mimosas • Le Lavandou

Collobrières • Pierrefeu du Var • Cuers



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



Office de tourisme et des loisirs  
Bormes les Mimosas



Office de tourisme  
Le Lavandou

# BIENVENUE



Méditerranée Porte des Maures, c'est :

- 6 communes
- 428 km<sup>2</sup>
- 46 540 habitants
- 4<sup>ème</sup> destination du Var avec 10% des nuitées
- 155 000 lits touristiques dont 106 000 en résidences secondaires
- 7,8 millions de nuitées
- + de 860 000 séjours
- 425 millions d'€ de consommation touristique, 8% du Var

Monsieur le Président

Communauté de communes Méditerranée Porte des Maures

Maire de La Londe les Maures

Président de l'office de tourisme intercommunal La Londe les Maures, Collobrières, Pierrefeu du Var, Cuers

Vice-Président Région Sud

Président Comité Régional de Tourisme

Madame l'Adjointe au Maire

Le Lavandou

déléguée au tourisme, commerce, artisanat

Présidente de l'office de tourisme du Lavandou



Quelques résultats :

Sur la période 2021-2025, pour la cinquième année consécutive, tous les secteurs de l'hébergement marchand progressent en Région Sud :

- +3 % pour l'hôtellerie, portée par une clientèle internationale toujours plus présente, notamment nord-américaine ;
- 17,8 millions de nuitées en hôtellerie de plein air, un niveau record, en hausse de +2 % ;
- +4 % pour les locations saisonnières, avec un excellent premier semestre et une stabilisation maîtrisée sur l'été.

Et l'année 2026 démarre sur cette même trajectoire.

Les vacances de Noël 2025-2026 confirment cette solidité. À l'échelle régionale, la fréquentation est globalement stable, dans un contexte pourtant exigeant. La clientèle internationale progresse, notamment américaine, canadienne, suisse et belge.

Les pics du réveillon ont été particulièrement marqués :

- à Nice, le 31 décembre, on a frôlé les 95 % de taux d'occupation hôtelière.
- côté locations saisonnières, les nuitées progressent de +2 %, avec un point culminant très net autour du Nouvel An.

Je veux également saluer la performance très solide de la montagne, et en particulier des Alpes du Sud.

Sur ces vacances de Noël, le taux d'occupation moyen avoisine les 80 %, avec plusieurs stations au-delà de ce seuil sur les semaines de fin d'année, et une clientèle à la fois fidèle, plus internationale, et de mieux en mieux répartie dans la saison.

La montagne confirme ainsi son rôle essentiel dans l'équilibre touristique régional, y compris en dehors des pics exceptionnels.

Ces chiffres disent une chose essentielle : la désaisonnalisation n'est plus un slogan, c'est une réalité chiffrée.

En dix ans :

- +10 % de fréquentation au printemps et à l'automne,
- +13 % en hiver,
- un été stable et maîtrisé.

Le chiffre d'affaires touristique régional est passé de 18 à près de 22 milliards d'euros.

Et je le dis avec fierté : sur les cinq dernières années, plus de 60 % de la progression des nuitées hôtelières en France a été créée ici, en Provence-Alpes-Côte d'Azur.

C'est ce qui fait dire aujourd'hui à l'Observatoire de l'industrie du tourisme que « la Région Sud est la locomotive du tourisme français, et que le haut de gamme en est le moteur ».

## Rencontres Pro' interco du tourisme

---

# Discours du président

---

Ces résultats reposent sur la montée en gamme, sur l'engagement des professionnels, et sur le choix constant de la qualité. Cette réussite, cette attractivité, cette capacité à recevoir, rappellent aussi une chose essentielle. Accueillir beaucoup, c'est aussi porter une responsabilité particulière.

Et le drame survenu récemment à Crans-Montana résonne avec une gravité toute particulière. Il nous rappelle que rien n'est jamais acquis. Que la fête n'est jamais l'abandon de la vigilance. Et que pour rester ce qu'elle doit être — un moment de partage — elle exige rigueur, lucidité et sens du collectif.

Tous ces résultats ne seraient pas possibles sans les femmes et les hommes qui font vivre ce tourisme au quotidien.

Je pense bien sûr aux professionnels, mais aussi aux saisonnières et saisonniers, dont l'engagement, la compétence et la fidélité sont aujourd'hui un enjeu central — notamment ici, où la question du logement et des conditions d'accueil des salariés reste un défi majeur.

Sur ces sujets, la Région est pleinement aux côtés des communes et des intercommunalités, pour accompagner des solutions concrètes, durables et adaptées aux réalités locales.

Chers amis,  
Le tourisme n'est jamais acquis.  
Il se construit mois après mois, par le travail, la rigueur et la fidélité à une identité.

Je veux vous dire ici ma reconnaissance pour ce travail collectif, et vous adresser pour 2026 :  
une année solide,  
une année équilibrée,

Je vous remercie.



Monsieur le Président  
Communauté de communes Méditerranée Porte des Maures  
Maire de La Londe les Maures  
Président de l'office de tourisme intercommunal La Londe les Maures, Collobrières, Pierrefeu du Var, Cuers  
Vice-Président Région Sud  
Président Comité Régional de Tourisme





**01**

Plan d'actions 2026  
Remise label Accueil vélo

**02**

A votre service :

- Logement des saisonniers
- Destination d'Excellence CCI du Var
- France Travail

**03**

Fédérer et favoriser les échanges

- Associations de commerçants
- Produits locaux dans vos établissements

**04**

Actualités & Nouveautés 2026

- Chacun se présente en 2 min

**05**

Workshop entre professionnels  
Cocktail déjeunatoire

# 01. **Plan d'actions 2026**



## Communauté de communes

Méditerranée Porte des Maures

### 6 communes

La Londe les Maures

Collobrières

Bormes les Mimosas

Pierrefeu du Var

Cuers

Le Lavandou

### 3 offices de tourisme

1 intercommunal - 2 communaux



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

Véronique Nérand



Office de tourisme et  
des loisirs de Bormes  
les Mimosas

David Goncalves



Office de tourisme  
du Lavandou

Sybille Rouquié

liés par une convention de mutualisation définissant les  
orientations stratégiques et le périmètre d'intervention :

### **> Filières touristiques & actions mutualisées**

pilotées et animées par l'Office de tourisme intercommunal La  
Londe les Maures, Collobrières, Pierrefeu du Var, Cuers

Lucie Aléonard

Organisation.



# ACTIONS 2026

## FILIERES TOURISTIQUES



Budget :  
370 K€



27,3 K€  
25% du budget 4 filières

### Rando Vélo

Valoriser les pratiques outdoor (randonnée, vélo...), harmoniser et promouvoir à l'échelle intercommunale.  
Renforcer une offre lisible et cohérente, adaptée aux attentes d'itinérance et de nature.

### Nautisme

Renforcer la coordination des stations et acteurs nautiques pour partager davantage, mutualiser les outils voire les événements et gagner en lisibilité.

### Durable

Intégrer durablement les enjeux de transition et d'accessibilité dans toutes les filières et actions mutualisées

### Agritourisme

Structurer une offre agritouristique, en lien avec les producteurs et les acteurs locaux.  
Développer des expériences et des outils de valorisation favorisant la découverte des savoir-faire et des terroirs.

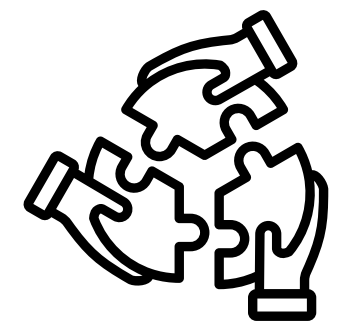
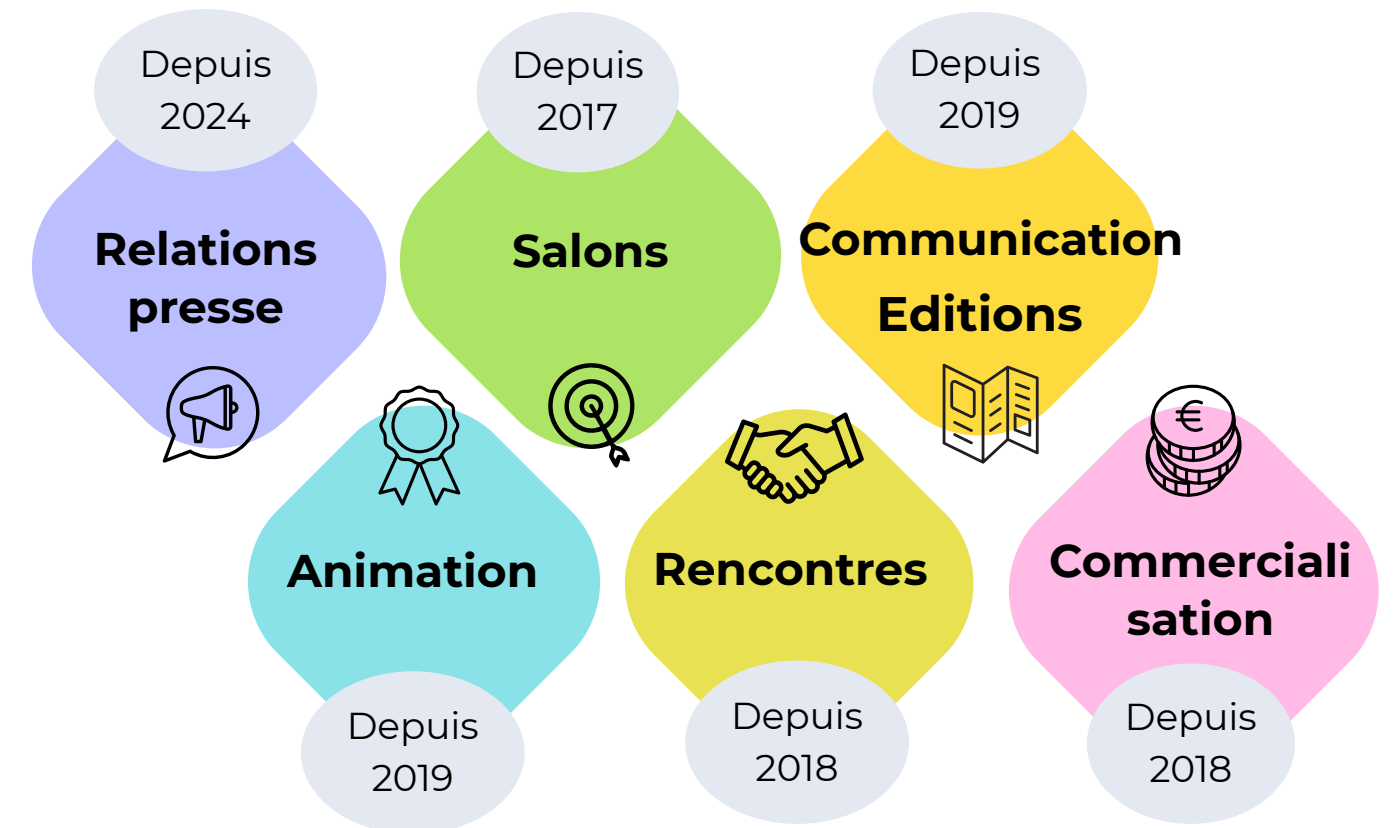


34,7 K€  
+ participation OTM PM : 24 K€  
31% du budget 4 filières



20 K€  
18% du budget 4 filières

## et autres actions mutualisées



Unir nos forces pour aller plus loin, porter plus haut notre destination.





Filières  
touristiques.

Oenotourisme > Agritourisme Nouveau

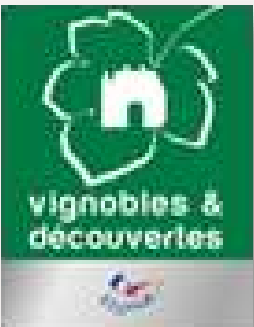
- Agritourisme pour fédérer producteurs du terroir, gastronomie locale et circuits courts, au-delà de l'œnotourisme
- Partie prenante des projets Castour et Via Patrimonia, porté par le Département, inscrits dans un programme européen, visant la valorisation des patrimoines, des savoir-faire et des itinéraires culturels

ANIMATION DES PRO 2025 & 2026

- Nouvelle destination, union de deux territoires complémentaires, Méditerranée Porte des Maures et métropole Toulon Provence Méditerranée > Vignobles de Provence & de Méditerranée labellisée Vignobles & Découvertes
- Avec **273 partenaires engagés à la candidature > 288 fin 2025**

288

- 45 caves et domaines
- 39 hébergements
- 41 restaurants et bars à vin
- 15 sites patrimoniaux
- 17 offices de tourisme
- 7 structures réceptives
- 55 activités
- 69 événements





## Oenotourisme > Agritourisme

### ANIMATION DES PRO 2025 & 2026

- Participation à l'événement national Vignobles en Scène :
  - webinaire
  - 29 offres proposées par les labellisés
  - accueil influence
- Rencontre des labellisés et remise de plaques
- Eductours & Oenoformation
- 4 newsletters + 12 emails spécifiques
- Habillage accueil OT

### PROMOTION TOURISTIQUE 2025 & 2026

- Identité visuelle - Charte graphique pour les labellisés,
- Carte œnotouristique (25 000 ex) et son présentoir
- Brochure BtoB sur la démarche commune pour les labellisés et futurs,
- Stand et supports PLV et présence sur événements oeno
- Objets de promotion (sacs)
- Landing page dédiée, **nouveau design**
- Insertions presse ciblées
- Oenoformation équipes OT
- Salon Destination Vignobles
- Salon International de l'Agriculture

Nouveau







### Rando Vélo

Valoriser les pratiques outdoor (randonnée, vélo...), harmoniser et promouvoir à l'échelle intercommunale.  
Renforcer une offre lisible et cohérente, adaptée aux attentes d'itinérance et de nature.

Nautisme

Durable

Agritourisme

## Activités outdoor nature

**AMÉNAGEMENT** - Point d'avancement **PIAPN** piloté par la CCMPM :

- 400 km de sentiers validés par les communes répartis sur 37 itinéraires (dt 7 dans la RBI)
  - 264 km sentiers balisés par la FFRP
  - 6 itinéraires repérés pour la pose de signalétique directionnelle sur les sentiers et BAT des lames
- 2026 :
- 10 itinéraires supplémentaires repérés posés

Traité par les communes pour rappel : stationnement et conditions d'accès routiers aux points de départ.

**AMÉNAGEMENT** - Point d'avancement **Schéma cyclable routier** piloté par la CCMPM :

- approuvé en conseil communautaire du 21/06/24

### SALONS

- Salon du Randonneur à Lyon
- Paris Randos Nature au Parc Floral de Paris - 1ère édition en 2026
- Roc d'Azur à Fréjus

### EDITIONS

- Randonner en Méditerranée Porte des Maures
  - Pédaler en Méditerranée Porte des Maures
- + parcours spécial mimosa
- Courir en Méditerranée Porte des Maures

Centralisation de l'ensemble des itinéraires outdoor du territoire sur une plateforme de référence OutdoorActive en France et à l'international

Diffusion sur sites OT, institutionnels et réseau



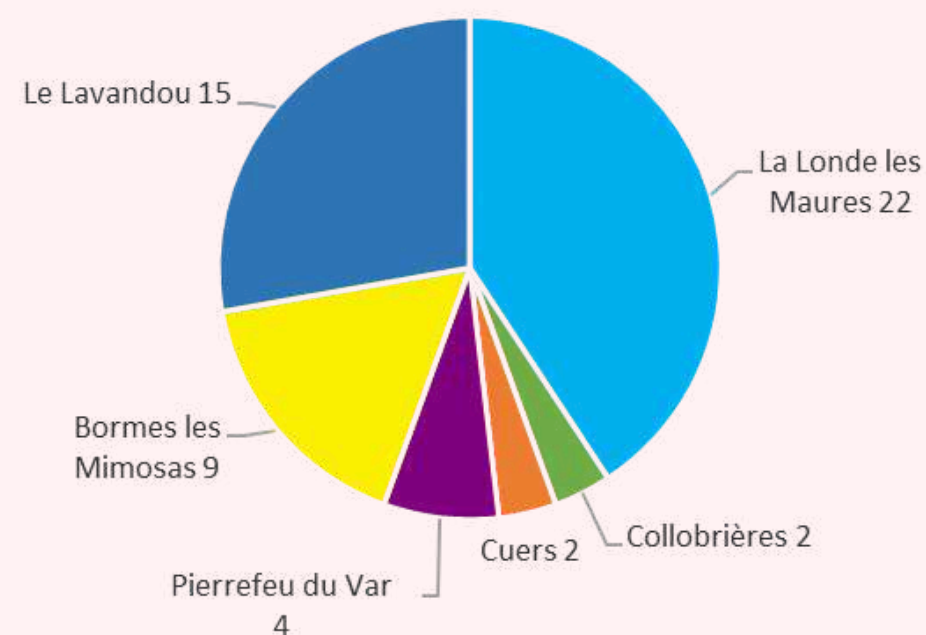


## Activités outdoor nature

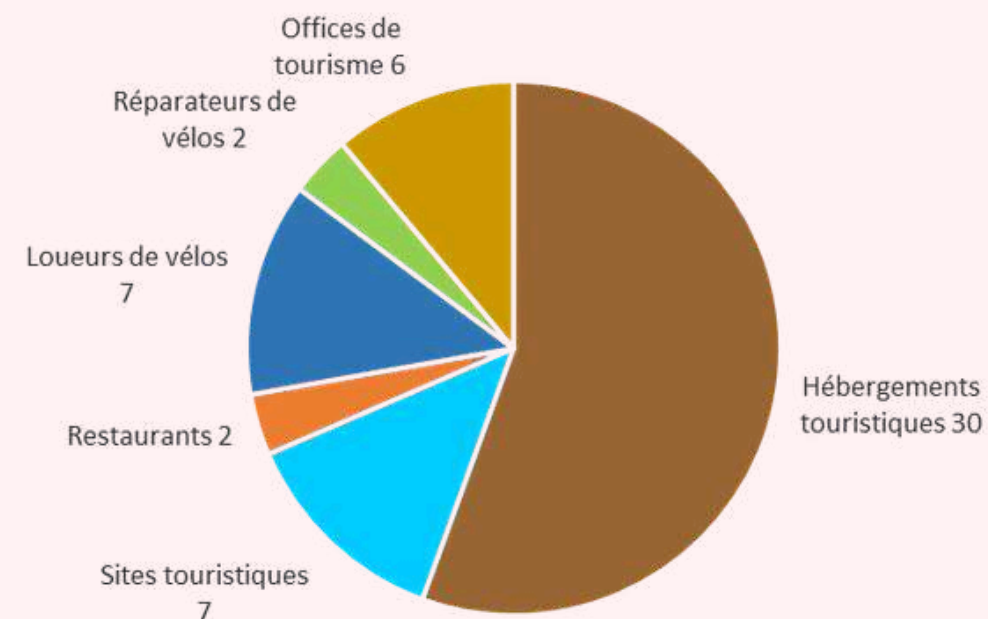
### ANIMATION DES PRO 2025 & 2026

- **54 professionnels** marqués Accueil Vélo - maintien de la gratuité de l'audit
  - dont 8 nouveaux
  - 18 renouvellements
  - soit 13 audits sur site
- Remise officielle de plaques
- Stand info lors des Rencontres Pro du tourisme
- Réunion Club Accueil Vélo le 13/03/2025, à venir **30/03/2026**
- Newsletter Pro Vélo à tous les professionnels du territoire

Nombre de professionnels marqués Accueil Vélo



Répartition par catégorie



Nouveau



Filières touristiques.

Remise officielle aux nouveaux Accueil Vélo :

## Maison BAO

Emmanuel DUVAL

## Mes nuits au Château

Michel MAZZIOTTA

## La Grande Bastide - Vacances Pour Tous

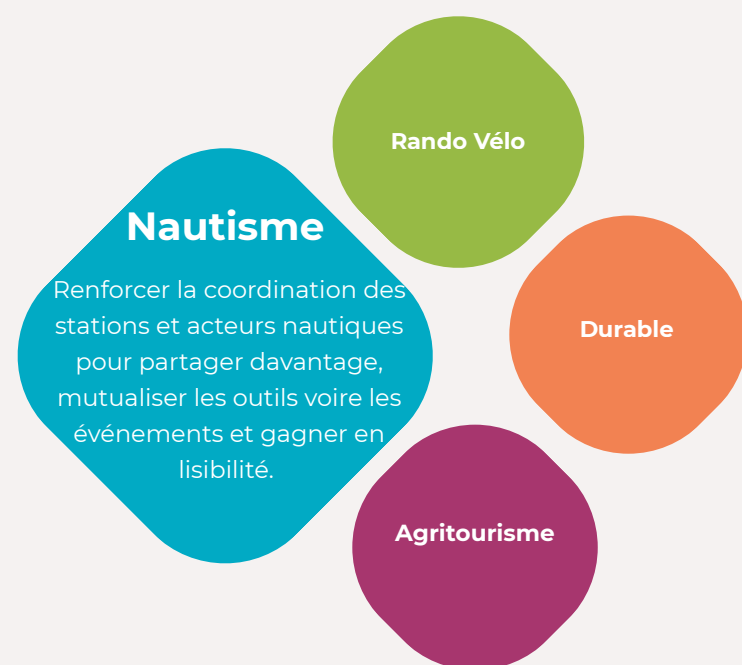
Marie-Cécile PELLON



Storm Bicycle	Jardin Zoologique Tropical	ODALYS	Villa Naïs
Dropbikes Rental	Château Maravenne	AZUREVA	Le Parc de Bormes - Vacances André Trigano
Mistral Bike	Château Vert	ODEL Les Voiles d'Azur	Domaine d'Aiguebelle - USSIM
Nova-Loc	Cave des Vignerons Londaïs	L'Agachoun de Cacalou	Le Panoramic/Les Floralties
Moto Start	Château la Gordonne	Sous les Pins	La Petite Bohème
Vélo 2 Max	Château Pas du Cerf	La Bastide Neuve des Oliviers	L'Escapade
Avelonde	Figuière	Villa Carroubier	Parc Camping de Pramousquier
Loc Rétro	Restaurant des Maures	Château Pascalette	La Maison Rose
Clear Kayak	Les Jardins de Bormes	Hôtel de la Plage - HDLP	Le California
Blue Bikes	Camp du Domaine	La Voile	Villa Thalassa
	Lou Bastidou	Hôtel des Maures	
	Au temps des cerises	Les Mimosas - Vacances André Trigano	





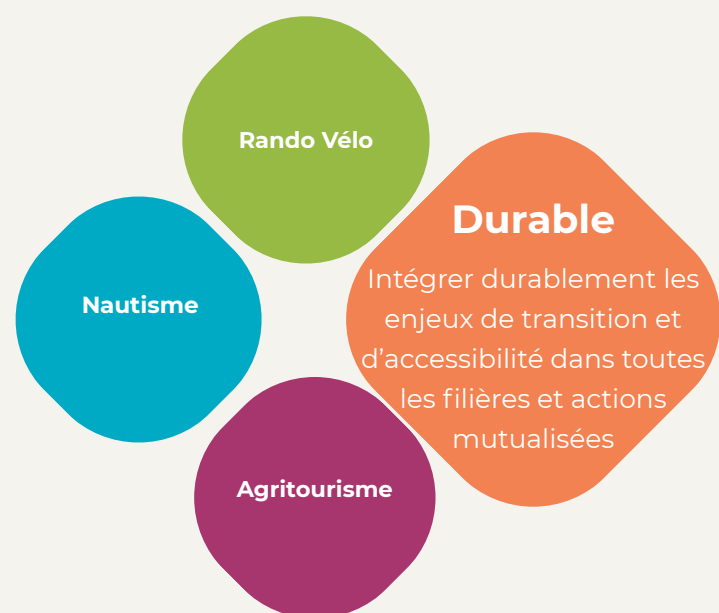


## Nautisme

### ANIMATION & PROMOTION TOURISTIQUE 2025 & 2026

- Réunions du Conseil de station x2 (Élus, CCMPM, OTI/Ots, ports, acteurs nautiques)
- Prix de l'innovation 2025 Oxygénation au port de La Londe les Maures, [2026 Le Lavandou à l'honneur](#)
- Salon international de la plongée en mutualisation avec des OTs et clubs de plongée
- Participation à l'événement national Faites du nautisme avec réalisation et distribution affiches, édition programme, publication sur les RS et achat d'articles SNSM - FN offerts aux participants, [6 et 7 juin 2026 - date nationale](#)
- Insertion publicitaire magazine Marius
- Flyer Plonger en Méditerranée Porte des Maures
- Mise en avant des activités nautiques dans la brochure Amusez-vous
- Réalisation d'un film plongée (version longue 2 min + 2 versions formats réseaux sociaux) - Financement Région Sud + [diffusion printemps 2026](#)
- Insertion publicitaire magazine Marius
- Diffusion des webinaires FSN aux acteurs nautiques





Nouveau

## Tourisme durable

### STRATEGIE TOURISME DURABLE 2025, méthode :

#### 1. Etat des lieux :

- Analyse des données existantes, études et documents de cadrage,
- Entretiens avec les parties prenantes (x16),
- Questionnaire à destination des socio-professionnels,
- Atelier thématique pro et atelier stratégique,
- Production d'une synthèse structurée

#### 2. Diagnostic et enjeux :



#### SWOT du territoire

##### Forces

Patrimoine naturel préservé, acteurs déjà engagés, gouvernance déjà en place, offre de mobilité douce existante...

##### Opportunités

Attentes croissantes des visiteurs, financements transition, synergies inter-territoires, innovation...

##### Enjeux structurants

Fédérer et mobiliser, accompagner/outiller, mesurer (indicateurs), s'adapter au climat, faire évoluer l'offre, préserver biodiversité/eau/littoral, désaisonnaliser et répartir les flux, gouvernance intercommunale, transformer l'imaginaire touristique, mobilités durables / dernier km, continuité des transports itinérants et intermodaux.

##### Faiblesses

Faible sensibilisation des socio-pros, manque de coordination/transversalité, peu d'indicateurs de suivi...

##### Menaces

Pics de fréquentation, rejet du tourisme par les habitants, risques climatiques (incendies, sécheresse), tensions d'usages...



Budget filière : 20 K€  
18% du budget 4 filières

Accompagnement :



Sustainable effect by software

Financement :

Territoire touristique exemplaire



Filières touristiques.

Tourisme durable

Vision commune à horizon 2030

En 2030, la destination Méditerranée Porte des Maures reste authentique, naturelle et préservée ; le tourisme est étalé dans le temps et l'espace, accessible, et le tourisme durable irrigue toutes les filières : “une destination durable pour tous”.

Axes stratégiques prioritaires et plan d’actions

Filières touristiques.



## Axe 1 : Structuration et coordination du tourisme durable

Objectif : Créer une dynamique territoriale et avancer autour d'une vision commune

Structurer la gouvernance et le pilotage

Coordonner les actions communes

Mobiliser les acteurs territoriaux autour du tourisme durable

### Enjeux :

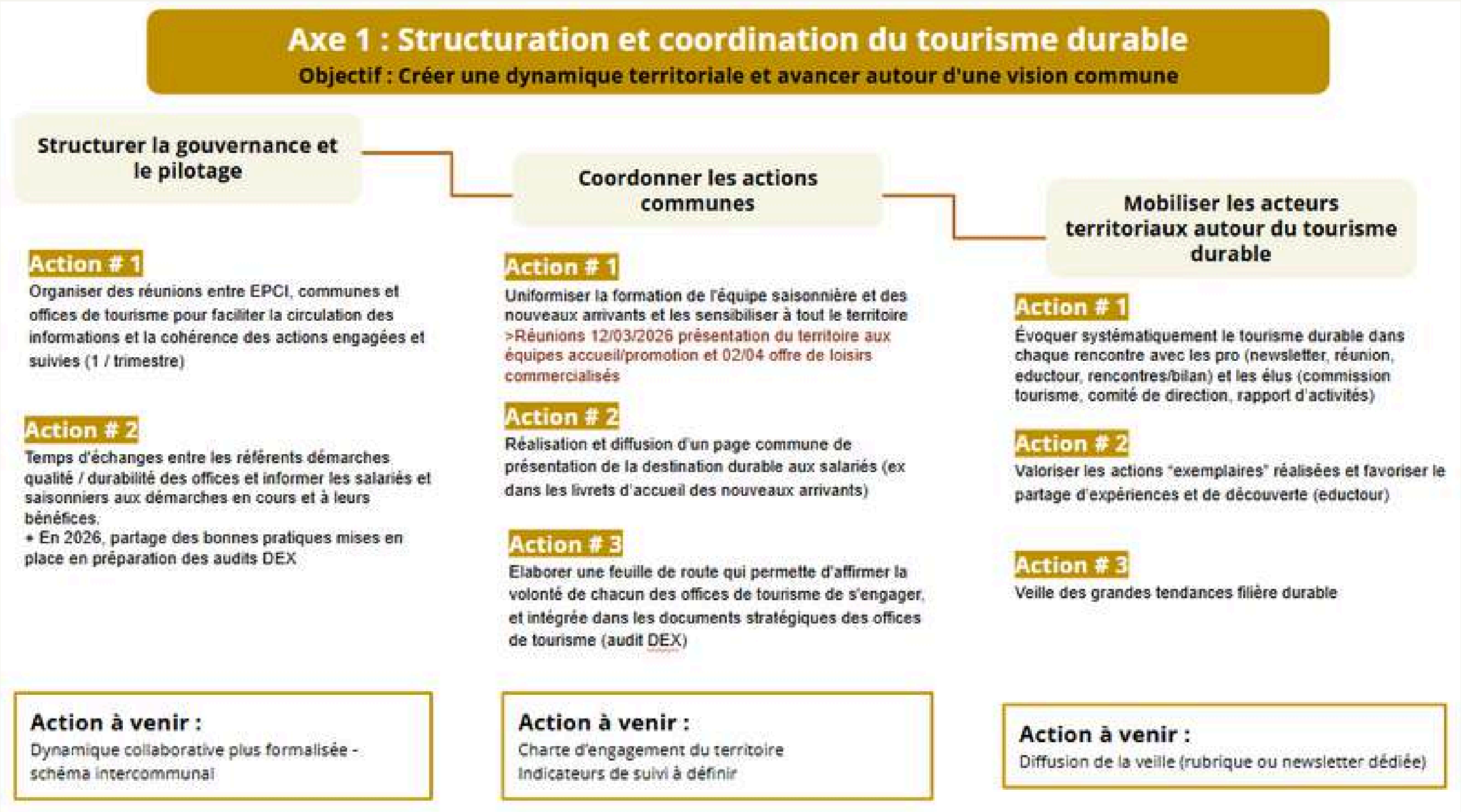
**Défi n°1 :** Fédérer élus, socio-professionnels, habitants et visiteurs pour engager durablement le territoire, **impulser des changements de comportement et maintenir une dynamique collective** de tourisme durable ;

**Défi n°8 :** Créer une gouvernance intercommunale solide pour piloter la stratégie

### Freins :

- Manque de transversalité et relations descendantes entre communes, intercommunalité et offices de tourisme ;
- Contraintes de moyens et effectifs limités pour porter des projets d'ampleur ;
- Contraintes budgétaires et absence de contrôle sur certains sujets (ex : mobilité) ;
- Multiplication des démarches et accompagnements: fragilise l'engagement sur la durée ;
- Coordination difficile des actions inter-territoires (ex : mobilité) ;
- Dépendance à la volonté individuelle et aux élus ;
- Répartition inégale des compétences et démarches entre les trois offices de tourisme ;
- Restructuration et changements dans les équipes (adaptation en cours) ;
- Communes non signataires du Parc National → impossibilité de bénéficier de la marque Esprit Parc ;
- Communication insuffisante entre collectivités, OT et structures d'accompagnement ;
- Manque de connaissance des actions privées, peu de système de collecte d'information ;
- Compétences insuffisantes en interne pour accompagner efficacement les acteurs.







## Axe 2 : Transition et adaptation climatique

**Objectif : Valoriser et protéger la richesse patrimoniale culturelle et naturelle de Méditerranée Porte des Maures. Anticiper les changements climatiques à venir et adapter l'activité touristique**

Connaître, mesurer et  
s'adapter

Préserver et protéger le  
patrimoine naturel et  
culturel de la Destination

Développer la mobilité  
douce sur le territoire

Favoriser les circuits courts

### Enjeux :

**Défi N°3 :** Mesurer pour mieux s'adapter : identifier des indicateurs quantitatifs et qualitatifs ;

**Défi N°4 :** Intégrer et anticiper l'évolution des conditions climatiques pour diversifier l'offre et garantir la sécurité des visiteurs ;

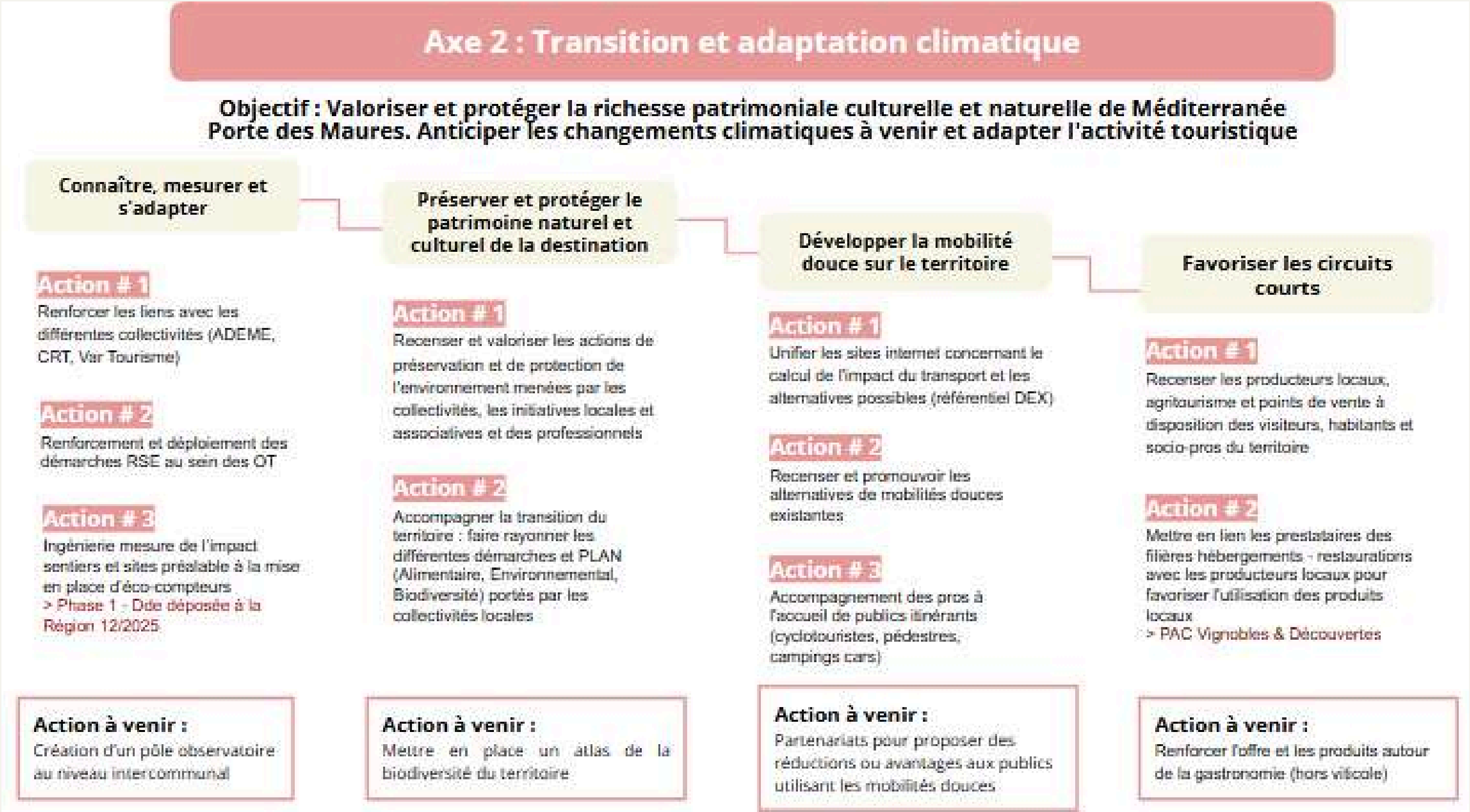
**Défi n°6 :** Faire face à la fragilisation de la biodiversité, à la gestion durable des forêts et massifs (feux, sécheresse), ainsi qu'à la préservation des sols, de la ressource en eau et du littoral ;

**Défi n°10 :** Développer une offre de mobilité durable, sécurisée et adaptée à la structure du territoire valoriser des options pour "le dernier kilomètre" ;

**Défi n°11 :** Assurer la continuité dans les modalités de transports itinérants et intermodaux pour arriver et se déplacer sur le territoire

### Freins :

- Contraintes budgétaires et absence de contrôle sur certains sujets (ex : mobilité) ;
- Coût du foncier freinant l'installation de nouveaux prestataires ;
- Labels éco-responsables inadaptés à certaines structures (coûts, contraintes, critères) ;
- Difficultés de liaisons intermodales et inter territoires (intérieur ↔ littoral ↔ communes) ;
- Territoire enclavé, pas de gare → alternatives limitées (bus, navettes, véhicules électriques) ;
- Réseau cyclable discontinu ou dangereux hors littoral ;
- Peu de propositions de transports alternatifs (vélos électriques, navettes en haute saison) ;
- Nombre limité de prestataires de transports maritimes et nautiques non motorisés ;
- Environnement fragile : espèces endémiques en déclin, zones naturelles vulnérables



### Axe 3 : Vers de nouvelles expériences touristiques

Objectif : Positionner la destination autour d'une stratégie claire et renforcer l'offre responsable avec les acteurs du territoire autour de nouvelles tendances et des filières identifiées et engagées.

Structurer l'offre autour des filières identifiées : *répertorier l'offre, la développer et proposer des outils et ressources communes*

Promouvoir l'éco-responsabilité des hébergements et des activités

Développer le tourisme 4 saisons

Viser une clientèle plus respectueuse et attachée à la qualité de vie locale

#### Enjeux :

**Défi n°5 :** Faire évoluer l'offre vers des pratiques plus responsables ;

**Défi n°7 :** Désaisonnaliser l'activité et répartir les flux (dans le temps et l'espace) ;

**Défi n°9 :** Transformer l'imaginaire touristique de la Destination : vers un tourisme résilient et responsable

#### Freins :

- Concentration des hébergements et loisirs sur le littoral → flux estivaux massifs ;
- Diversification de l'offre hors saison et hors littoral à consolider ;
- Offre durable existante mal identifiée et insuffisamment valorisée ;
- Répartition inégale des prestataires sur le territoire (producteurs locaux à valoriser) ;
- Dépendance alimentaire extérieure (production locale insuffisante pour restaurants) ;
- Profil type des visiteurs et population vieillissante peu sensibles à la transition ;
- Législation complexe freinant l'agritourisme et l'oénotourisme



## Axe 4 : Une destination engagée pour tous : sensibilisation, éducation et participation

Objectif : Créer une dynamique territoriale et avancer autour d'une vision commune

Impliquer habitants, visiteurs et partenaires dans la démarche durable

Développer des actions de sensibilisation à l'environnement et au respect du territoire

Engager l'ensemble des acteurs du tourisme

### Enjeux :

**Défi n°2 :** Accompagner, former et outiller les acteurs dans leur transition

### Freins :

- Difficulté à mobiliser et engager les socio-professionnels ;
- Réticence liée à l'image contraignante des démarches durables ;
- Autonomie excessive des socio-pros et absence de suivi (peu de retours vers OT ou communes) ;
- Manque de clarté sur la valeur ajoutée des labels/démarches éco-responsables ;
- Pas de système d'écoute clients pour identifier clairement les attentes ;
- Rythme de travail saisonnier intense limitant l'engagement dans des démarches longues ;
- Collaborations compliquées entre acteurs touristiques et non touristiques ;
- Manque de connaissance des actions privées, peu de système de collecte d'information ;
- Manque de connaissances des dispositifs et aides existants ;
- Manque de connaissances du sujet par les socio-pros ;
- Manque de mise en réseau et partage de bonnes pratiques ;
- Manque de formations - sensibilisation des acteurs



## Axe 4 : Une destination engagée pour tous : sensibilisation, éducation et participation

Objectif : Créer une dynamique territoriale et avancer autour d'une vision commune

### Impliquer habitants, visiteurs et partenaires dans la démarche durable

#### Action # 1

Créer une offre de loisirs attractive pour inviter les habitants à découvrir le territoire  
➤ Visites guidées  
➤ Présentation des offres lors des réunions des nouveaux habitants

#### Action # 2

Valoriser l'offre durable lors des événements locaux auprès des habitants  
➤ Nature en fête

#### Action # 3

Organiser des opérations participatives pour sensibiliser aux enjeux de préservation et de protection de l'environnement  
➤ Jeu de piste Baludik à dvp

#### Action à venir :

Consultation auprès des visiteurs et des habitants sur les pratiques touristiques

### Développer des actions de sensibilisation à l'environnement et au respect du territoire

#### Action # 1

Renforcer la communication sur les bons gestes à adopter (incendie, sécheresse, déchets, plage...)

#### Action # 2

Informier sur les dispositifs d'aides et d'accompagnements existants pour encourager la transition durable

#### Action à venir :

Créer des kits de communication de prévention spécifiques si non existants

### Engager l'ensemble des acteurs du tourisme

#### Action # 1

Renfort de ces sujets lors des Rencontres pro existantes avec intervenants spécialisés

#### Action # 2

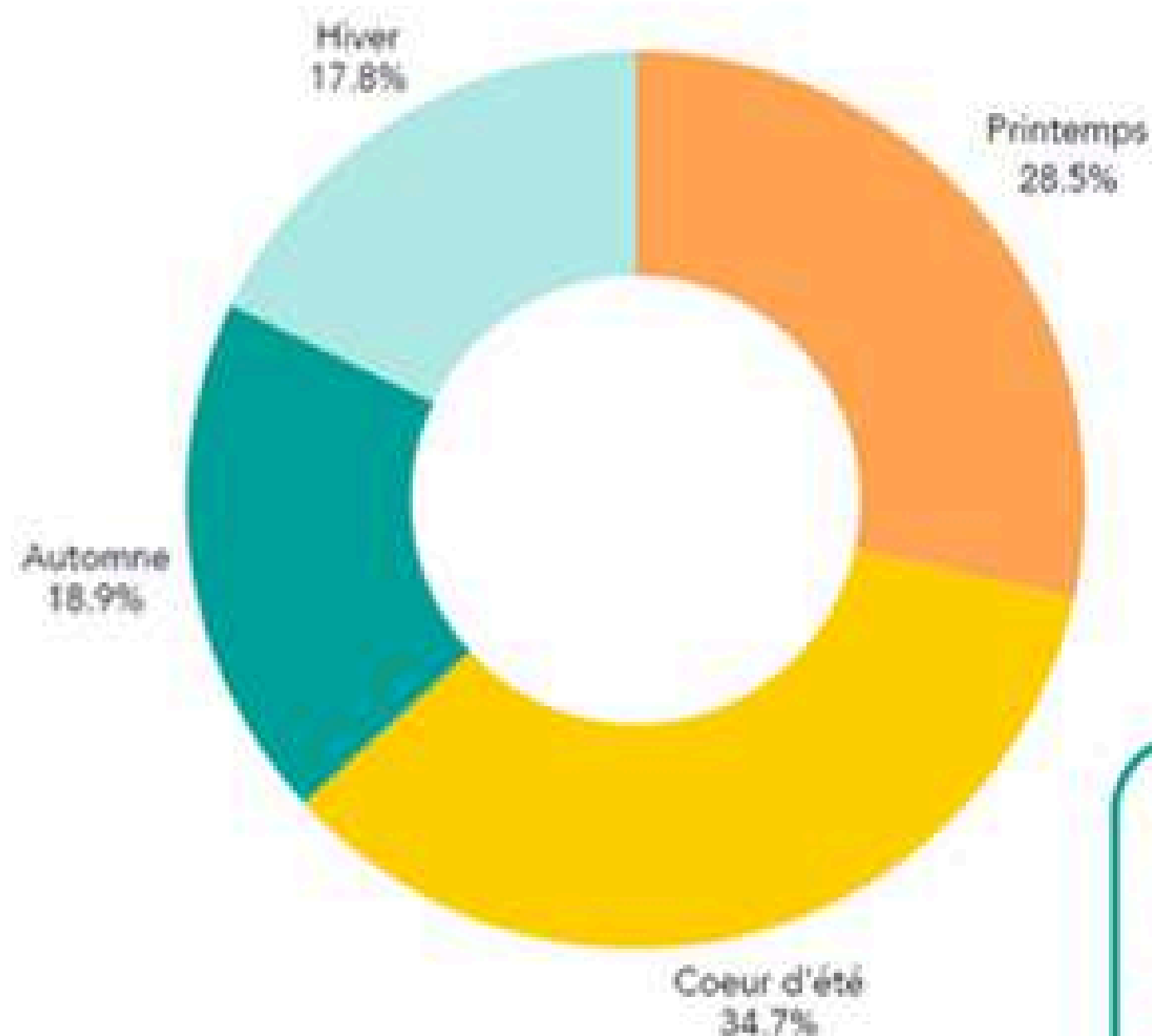
Rencontre annuelle du tourisme durable

#### Action à venir :

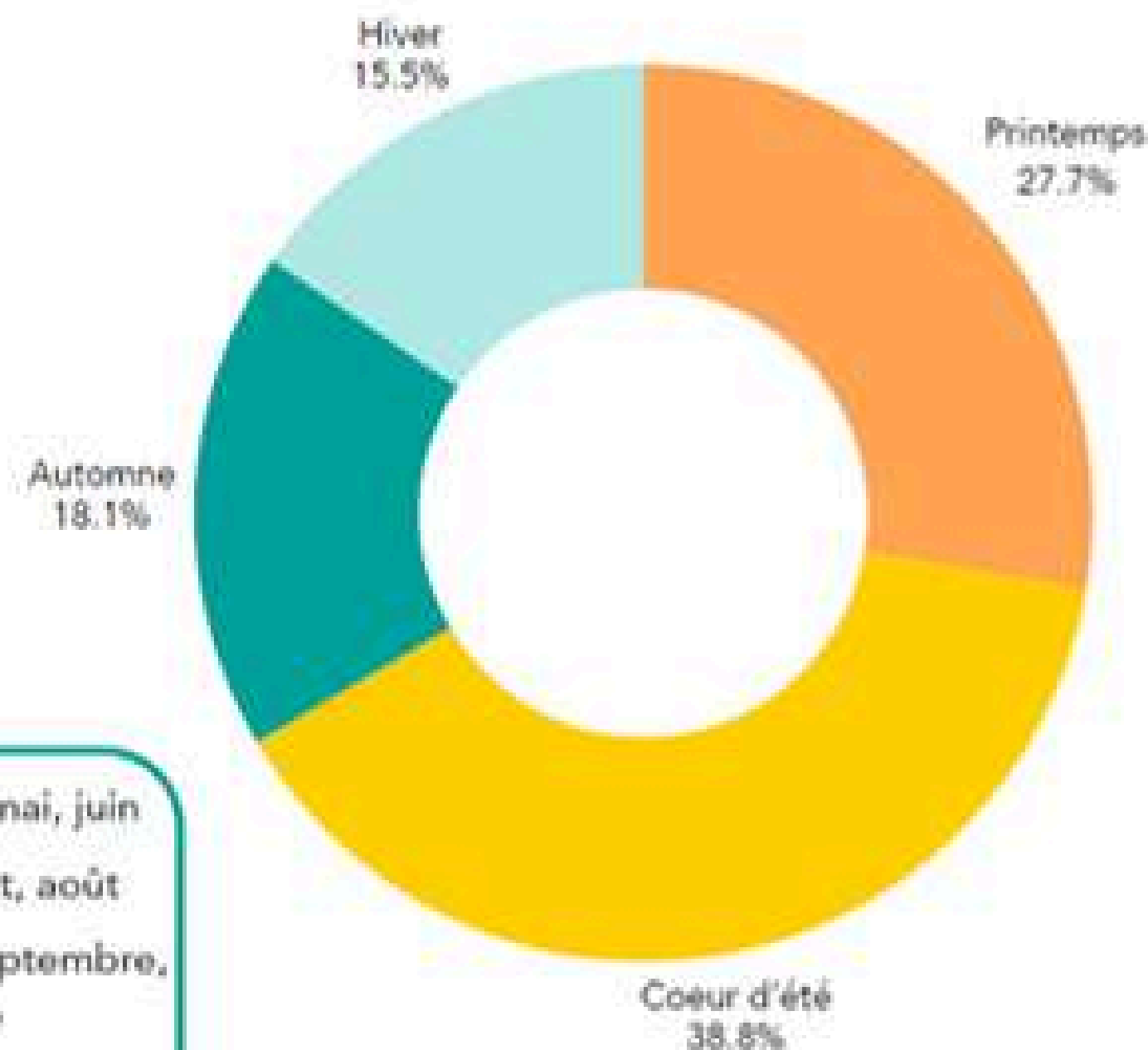
Proposer des temps de formations collectifs sur des sujets spécifiques

# RÉPARTITION DES TOURISTES ET ÉMISSIONS CO2 (T) PAR SAISONS

Répartition des touristes



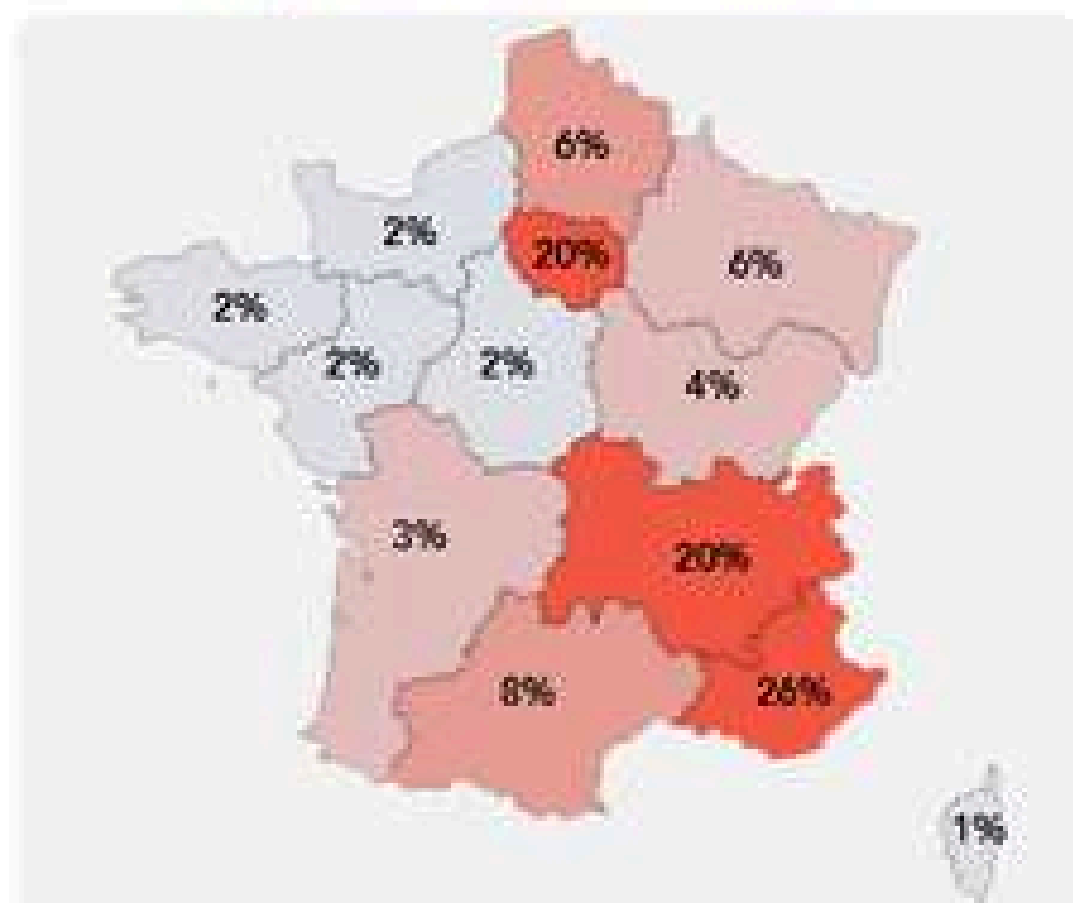
Répartition des émissions



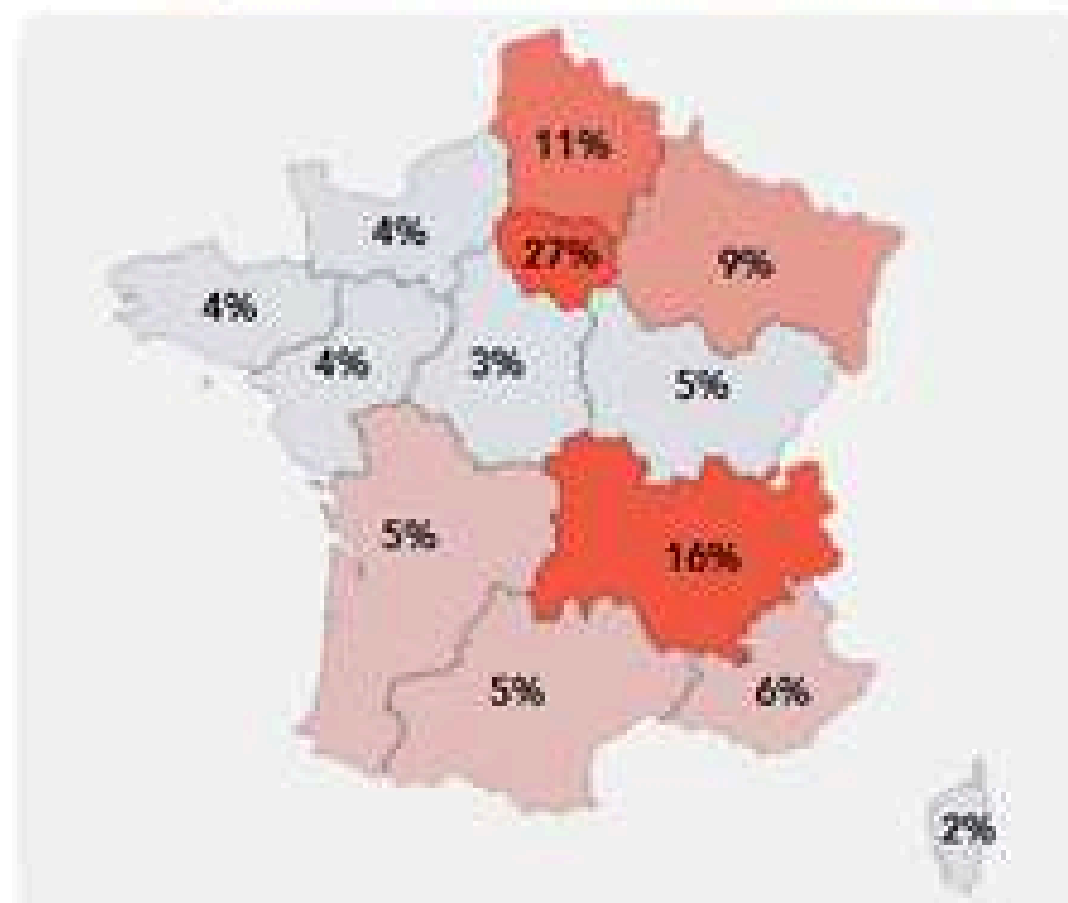
-  Printemps : Avril, mai, juin
-  Cœur d'été : Juillet, août
-  Arrière-saison : Septembre, octobre, novembre
-  Hiver : Décembre, janvier, février, mars

LE VAR

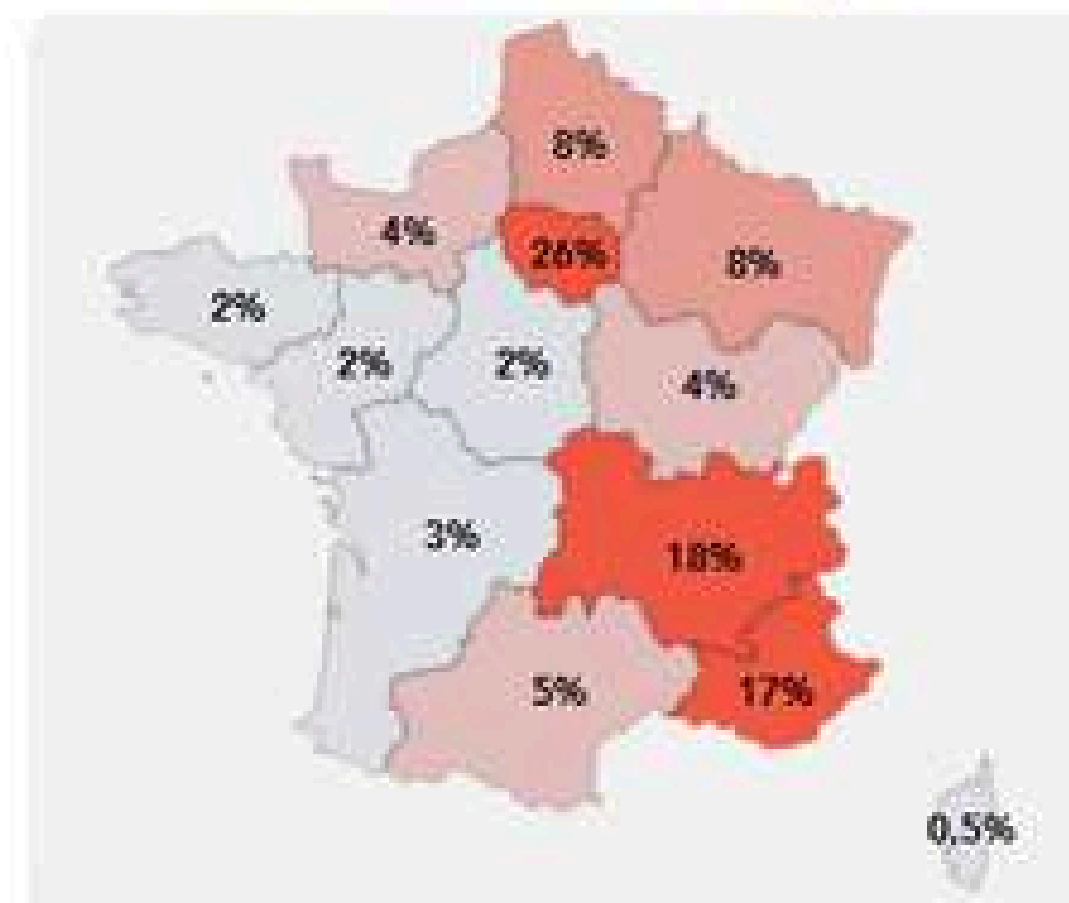
### Répartition des touristes



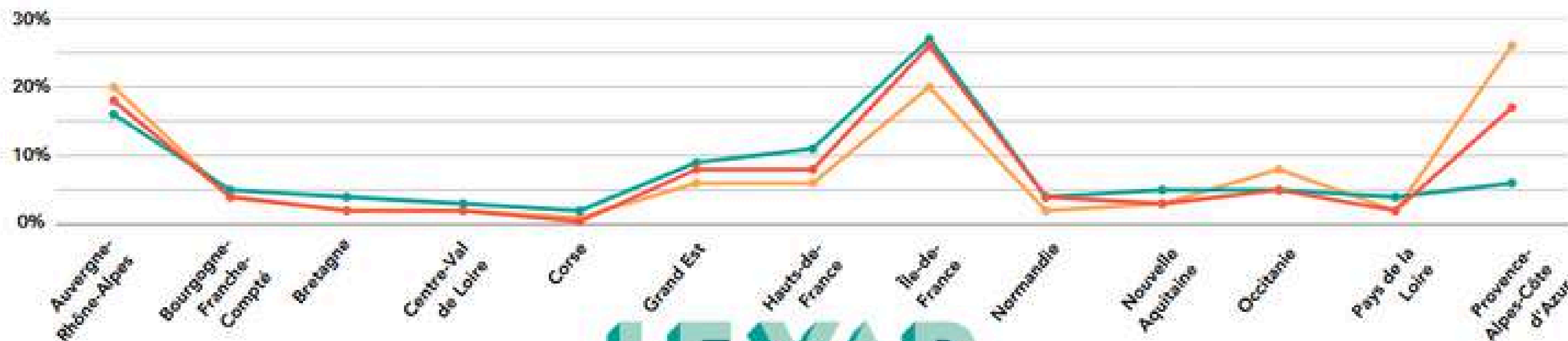
### Répartition des émissions CO2



### Consommation touristique



■ Touristes
 ■ Émissions
 ■ Consommation

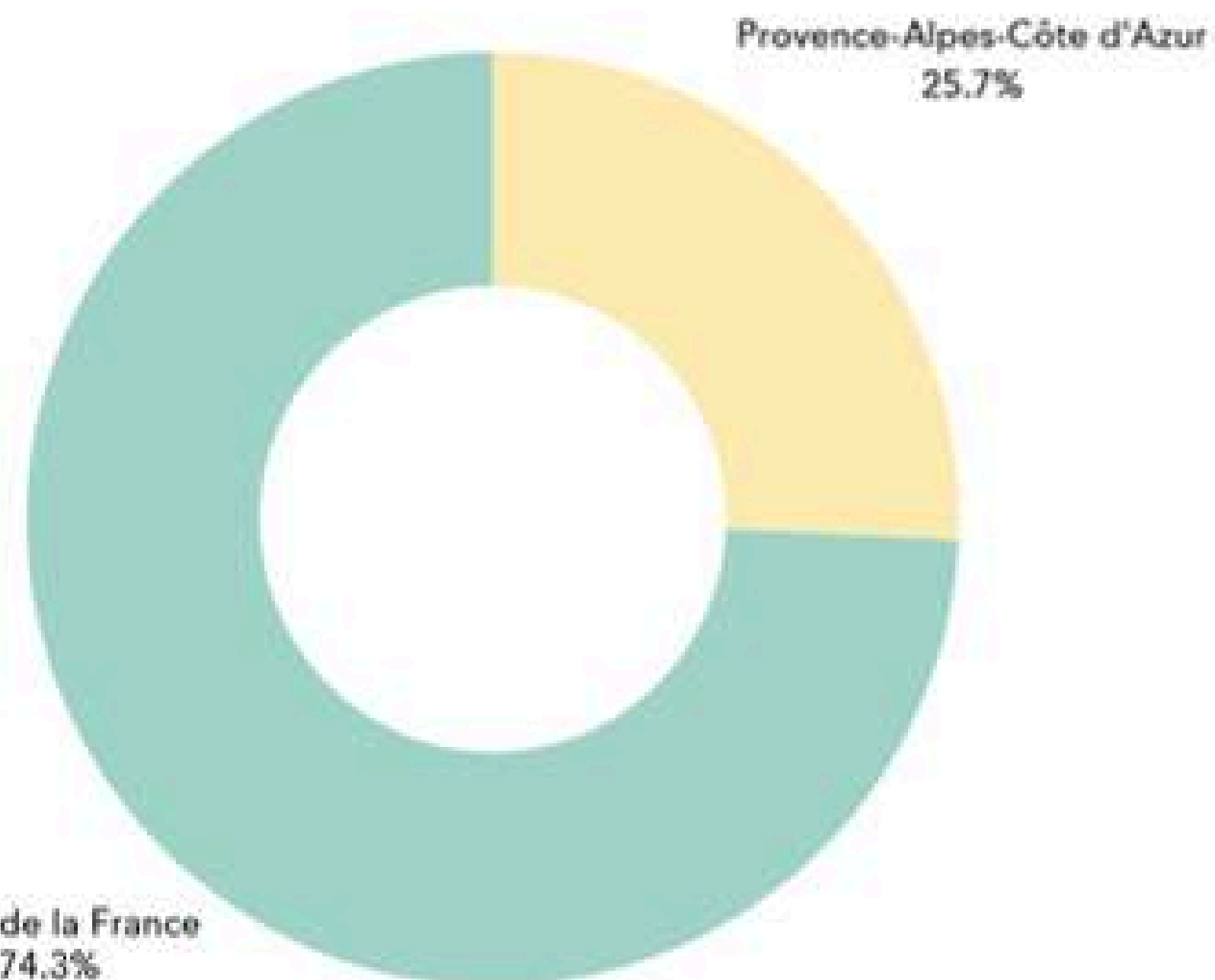


LE VAR

## FOCUS RÉGION : PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

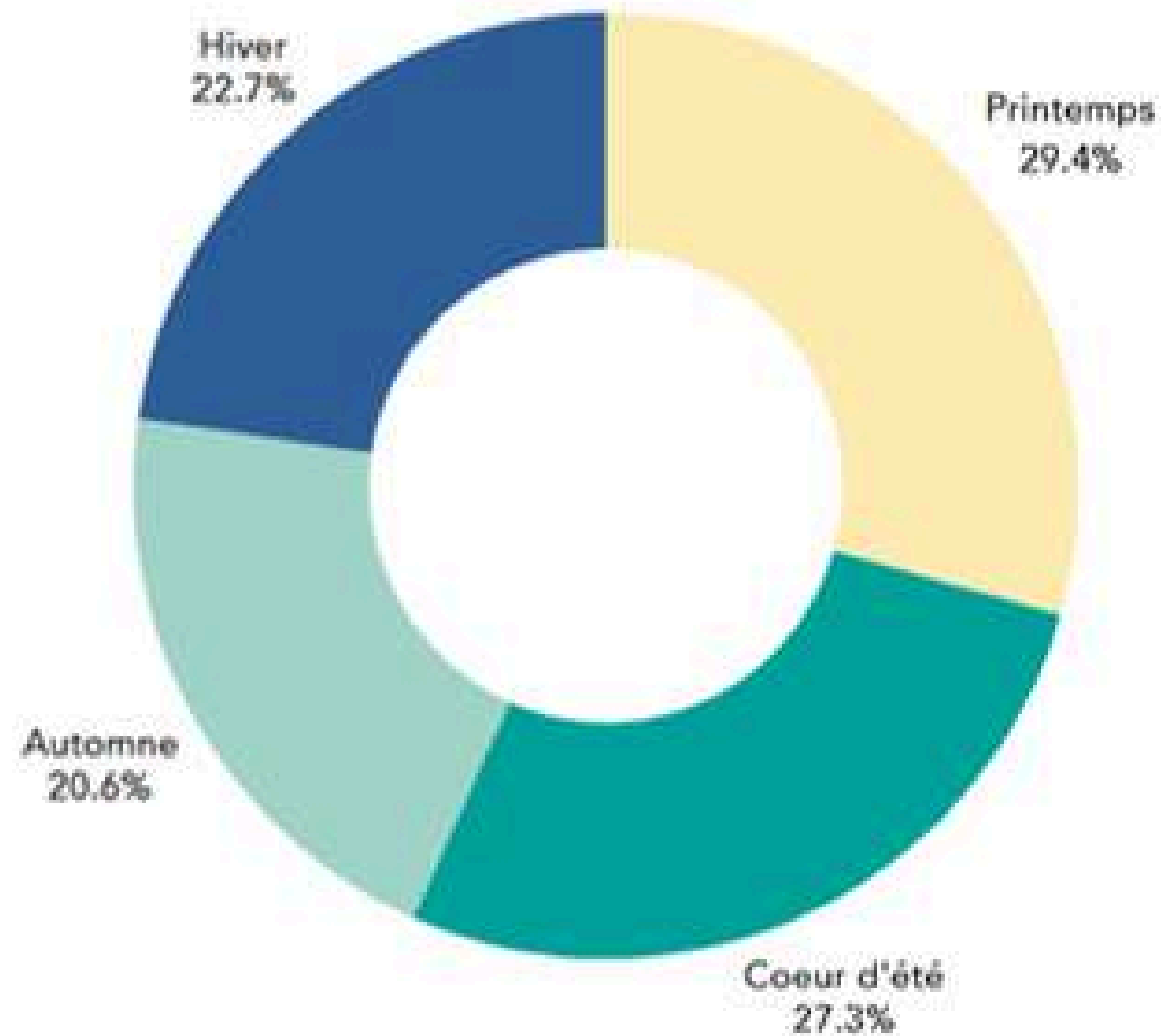


Part de Provence-Alpes-Côte d'Azur dans les origines touristiques

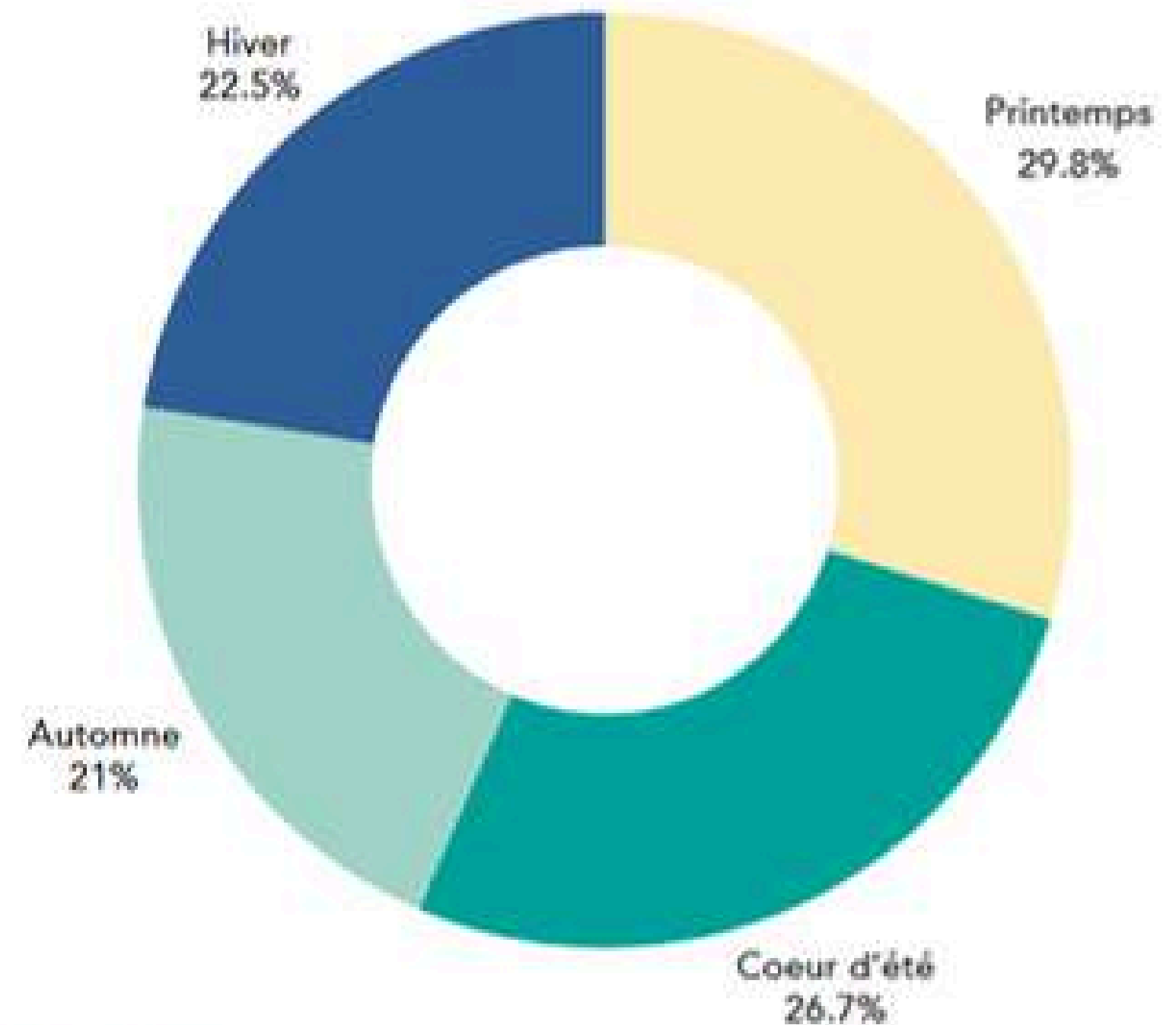


# PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR : SAISONNALITÉS

Répartition des touristes



Répartition des émissions Co2





### Dynamique Tourisme et Habitants

- Retour sur le Forum régional #EnTransition (octobre 2025), coorganisé par le CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur et le Réseau des Parcs naturels régionaux
- Un temps fort dédié au renforcement du lien entre tourisme et habitants, au cœur des enjeux de tourisme responsable
- Partage de bonnes pratiques et pistes d'actions locales autour de :
  - la perception du tourisme par les habitants,
  - les impacts concrets du tourisme dans le quotidien,
  - la régulation des flux et la préservation des territoires,
  - les actions et services proposés aussi aux habitants
- Implication des organismes de tourisme dont Méditerranée Porte des Maures dans une réflexion collective et des groupes de travail régionaux
- Une démarche qui nourrit nos réflexions locales pour mieux concilier attractivité touristique, qualité de vie et appropriation du tourisme par les habitants

### 25,7% des visiteurs issus de la région

- Un enjeu fort pour le territoire : mieux s'adresser aux habitants et excursionnistes, à la fois publics, prescripteurs et ambassadeurs de la destination
- Intégration de cette réflexion dans le plan d'actions tourisme, notamment via :
  - la participation à des salons et événements de proximité,
  - des actions ciblées vers les clientèles régionales,
  - une offre pensée aussi pour les usages locaux.



**Et vous ?**

**Avez-vous des offres ou des communications  
dédiées aux habitants de nos communes, du Var, de la Région Sud ?**

### En 2026, ne plus vendre des nuits... mais des souvenirs

#### Constats

- Les clients ne recherchent plus seulement un hébergement ou une prestation, mais une **expérience mémorable**
- La valeur perçue se déplace de l'équipement vers **l'émotion, le vécu et le récit**
- Le souvenir devient un **facteur de différenciation, de recommandation et de fidélisation**

#### Pistes d'actions

- Transformer l'offre en **expériences vécues** : rencontres, gestes du quotidien, immersion locale
- Raconter une histoire avant, pendant et après le séjour (avant = projection, après = souvenir)
- Travailler des **détails qui marquent** : accueil (un mot personnalisé), attention personnalisée/ locale, surprise, authenticité
- S'appuyer sur le territoire : producteurs locaux, savoir-faire, paysages, saisons
- Donner matière à se souvenir... et à partager (photos, anecdotes, moments forts)

#### Enjeu commun

- Passer d'une logique de prestation à une logique de **souvenir durable**, bénéfique pour l'image du territoire et la valeur de l'offre touristique.

## FRÉQUENTATION À LA JOURNÉE - MPM 2025

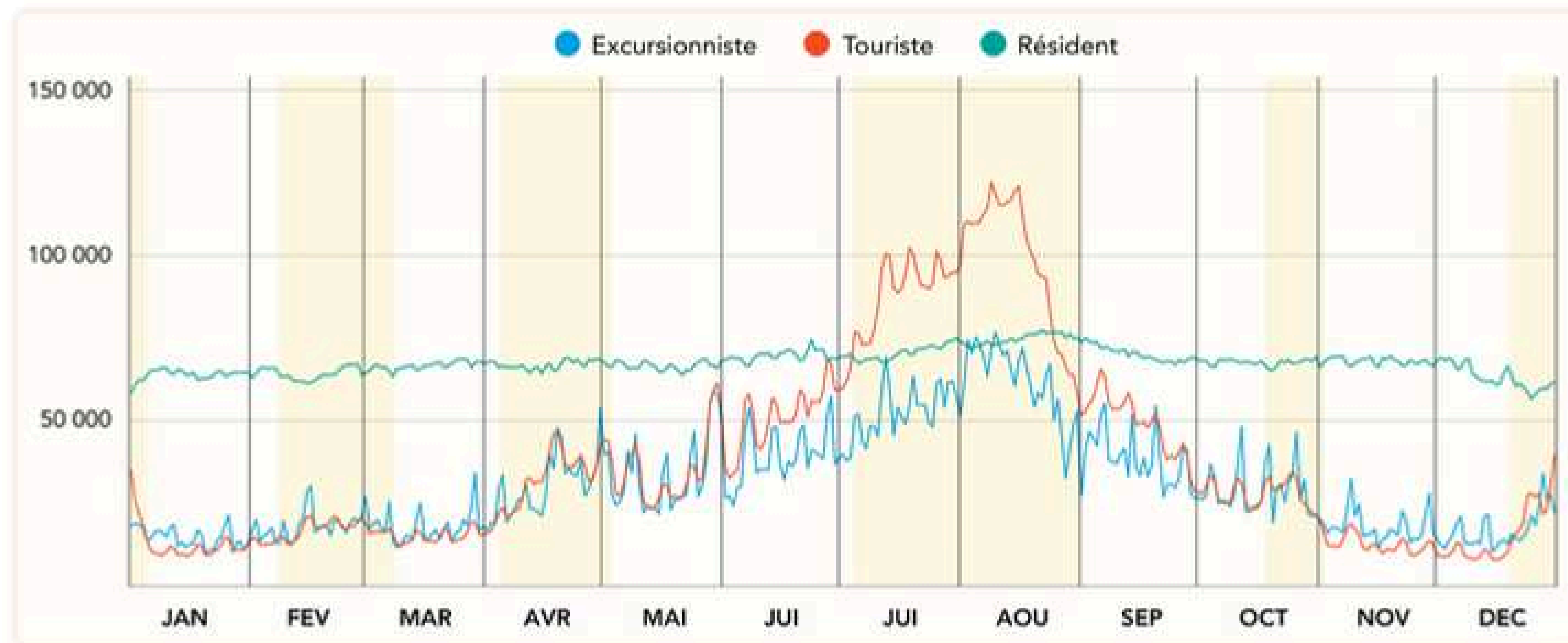
**37%** DES EXCURSIONNISTES  
SONT VAROIS



**POIDS DES EXCURSIONNISTES 45%**

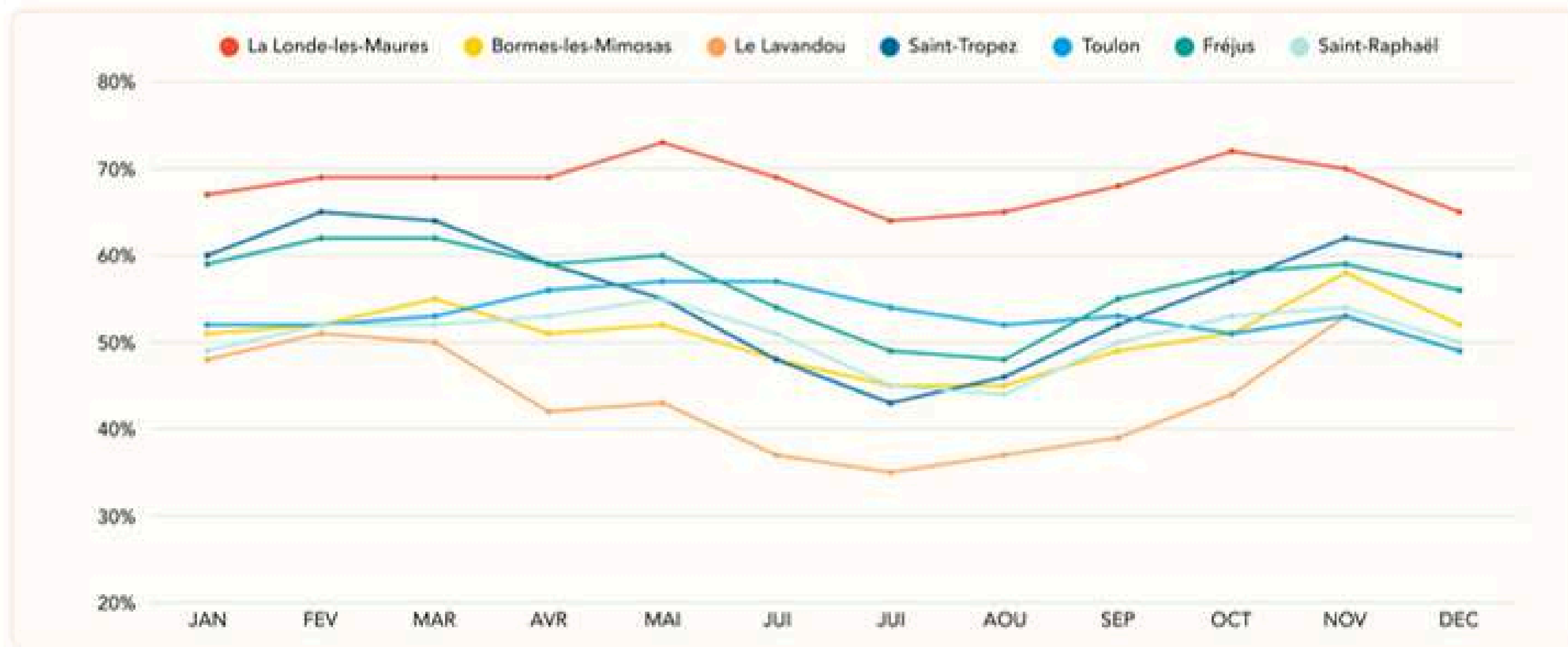
Les excursionnistes représentent les personnes présentes en journée ne dormant pas dans la commune  
Les touristes représentent les personnes présentes en journée dormant dans la commune

## FRÉQUENTATION À LA JOURNÉE - MPM 2025



Les excursionnistes représentent les personnes présentes en journée ne dormant pas dans la commune  
Les touristes représentent les personnes présentes en journée dormant dans la commune

## PART DES EXCURSIONNISTES PAR MOIS (SUR TOTAL EXCURSIONNISTES + TOURISTES)



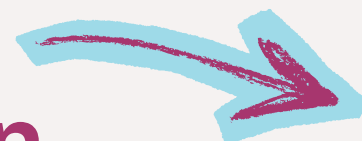
Les excursionnistes représentent les personnes présentes en journée ne dormant pas dans la commune  
 Les touristes représentent les personnes présentes en journée dormant dans la commune



# Actions mutualisées.



## Stratégie de communication



**Projet : Définir et structurer une stratégie de communication touristique intercommunale** partagée pour Méditerranée Porte des Maures, fondée sur l'ADN du territoire et ses grandes filières, tout en respectant la force et la singularité des marques fortes.

## Actions mutualisées



## Stratégie de communication

### Actions mutualisées

#### 1. OBJECTIFS FILIERES

##### **1 GRANDIR EN NOTORIÉTÉ**

Développer la réputation des thématiques et leur dimension durable

##### **2 GRANDIR EN IMAGE**

rajeunir les cibles compte tenu de l'évolution démographique

##### **3 GRANDIR EN FREQUENTATION**

séduire de nouveaux adeptes, diversifier les motifs de séjours et les passerelles entre les activités



## Stratégie de communication

### Actions mutualisées

## 2. STRATÉGIE FILIÈRES

### **1 CONSTRUIRE UNE PROMESSE GLOBALE**

passer d'une logique d'activités à une proposition globale d'expériences

### **2 AFFIRMER UNE PERSONNALITÉ SINGULIERE UNIQUE**

portée par tous et portée par un storytelling puissant

### **3 MOTIVER LES PARTENAIRES LOCAUX**

Création d'offres et prescription des autres activités



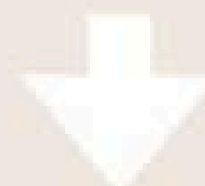
## Stratégie de communication

Actions  
mutualisées

---

### CONCLUSION

POSITIONNER LES FILIERES DE FAÇON EXCITANTE  
POUR LE CORPS ET L'ESPRIT  
DANS UNE APPROCHE **ASPIRATIONNELLE**  
& **PERSONNALISÉE**



EN VALORISANT UNE **DIMENSION EXPÉRIENTIELLE, SYNCHRONISÉE**  
AVEC LES ASPIRATIONS & PRÉOCCUPATIONS CONTEMPORAINES,  
DANS UN MONDE DE PLUS EN PLUS ANXIOGENE  
*bien-être, immersion nature, changement climatique, goût de l'exploration,  
prévention santé, liens intergénérationnels,  
consommer local, demande de sens...*



# RECAPITULATIF

## ACTIONS 2026

SALON

Plongée  
CMT Stuttgart  
Rando Nature  
S.I.Agriculture  
Envie d’ailleurs  
Randonneur  
ID Week End  
Roc d’Azur  
Destination Vignobles

PRESSE

> Nouveau prestataire en 2026  
CP #1  
Dossier de presse  
Conférence Paris VAR  
Influence Wheeled World  
Conférence Milan VAR



ANIMATION

Rencontres Pro  
Ateliers IA  
Rencontres Oeno  
Club Accueil Vélo  
Conseil de station  
Bilan Pro

EVENT

Fête de la nature  
Fêtes du Nautisme  
Fêtes des vins  
JEP  
Journées du Patrimoine de Pays  
Fête des vendanges  
Vignobles en Scène



## 02. Des services à votre disposition

## Dispositif de logements pour les travailleurs saisonniers



Mise en relation entre employeurs du tourisme et propriétaires de logements privés pour loger les salariés saisonniers.

> Dispositif reconduit par la Communauté de communes en 2026

### Qui est concerné ?

Propriétaires de logements meublés // Employeurs du tourisme

### Comment ça fonctionne ?

- Mise en relation orchestrée par la Communauté de communes
- Convention signée directement entre le propriétaire et l'employeur
- Logement occupé d'avril à septembre / octobre



**+ de 70**  
conventions  
signées entre  
2023 et 2025

**Services.**

---

Contact / information :

Communauté de communes - Direction de l'Habitat :

04 22 18 21 02

04 22 18 21 03

vmichel@ccmpm.fr



## Vers l'obtention du label Destination d'Excellence

structurant vos démarches de qualité, de durabilité et d'amélioration continue

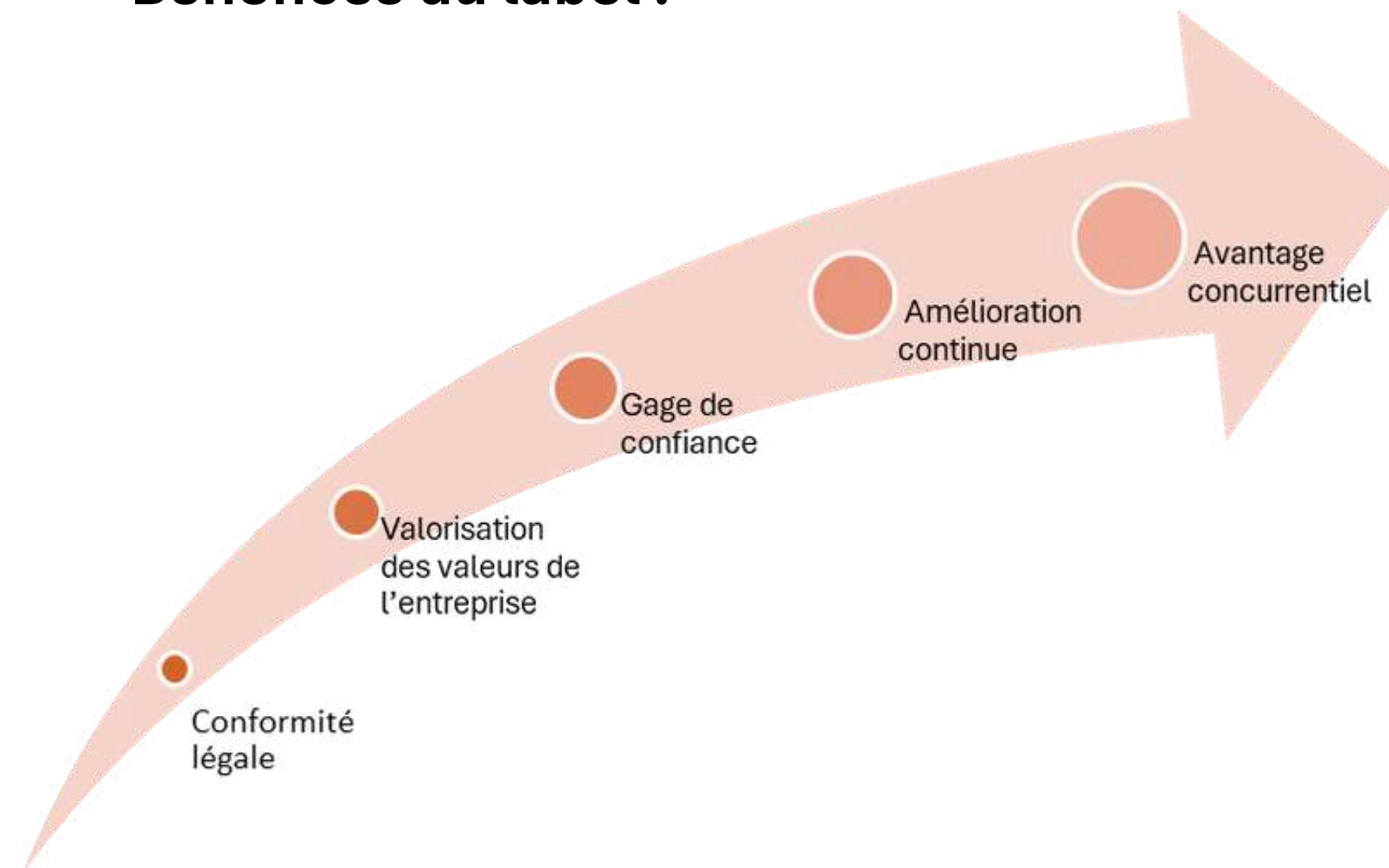


### Bénéfices du label :

### Référentiels :

- Hôtellerie – Hôtellerie restauration
- Hôtellerie de plein air
- Résidence de tourisme – Village vacances
- Chambres d'hôtes
- Visite guidée
- Caveaux et points de vente
- Activités sportives et de loisirs
- Lieu de visite
- Office de tourisme
- Restauration
- Port de plaisance
- Voiture de transport avec chauffeur

Services.





## Notre solution en Adhésion Destination d'Excellence :

Accompagnement personnalisé, par un conseiller expert dédié,  
pour vous préparer à l'audit d'obtention du label Destination d'excellence

- Réalisation d'un pré-audit sur l'ensemble des points du référentiel
- Préconisation d'un plan d'actions
- Remise du KIT Destination D'excellence pour faciliter la gestion des justificatifs à fournir
- Suivi de la mise en place des actions avant la validation finale réalisée par l'évaluateur externe accrédité
- 1 Visite Client Mystère
- Aide aux correctifs à apporter avant le passage en Comité de gestion de la Marque
- Présentation de votre dossier au Comité de Gestion de la Marque
- Remise de Plaque et Communication
- Entretien de suivi à mi parcours de la labélisation

### Liens utiles :

CCI du Var : <https://www.var.cci.fr/produit/destination-dexcellence-le-nouveau-label-detat-pour-le-tourisme>

Référentiel selon votre secteur d'activités : <https://www.atout-france.fr/fr/referentiels>

Auto-évaluation : <https://eval.labels.atout-france.fr/>

## Votre contact :



**Inès GUWY**

Consultante en  
développement  
touristique et d'affaires

[ines.guwy@var.cci.fr](mailto:ines.guwy@var.cci.fr)

06 14 43 21 38





Services.

---

# France Travail Pro et le Réseau Pour l'Emploi



# France Travail.Pro

France Travail Pro est désormais la marque de France Travail dédiée aux entreprises.

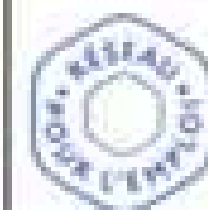
. Des conseillers joignables par téléphone au 3995 du lundi au samedi inclus, de 7h30 à 20h. (Une demande de rappel est aussi proposée).

. Des services entreprises consultables en ligne 24h/24 et en agence sur rendez-vous (13 agences France Travail dans le Var). [pro.francetravail.fr](https://pro.francetravail.fr)

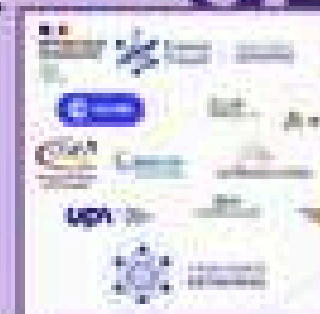
. **101 Conseillers dans le Var dédiés à la relation entreprise** (prospection, analyse des besoins de recrutement, immersions... toutes nos offres sur mesure pour recruter et former des candidats de manière durable et inclusive).

**Un réseau de Partenaires de la relation entreprise** qui est fédéré au sein des 7 **Task Force Entreprise** du Réseau Pour l'Emploi du var pour mieux coordonner nos actions et répondre plus efficacement à vos besoins en nous le disant Une fois.

<https://entreprise.francetravail.fr/accueil/>



## TASK FORCE ENTREPRISE



- Une offre de services entreprise partagée et mutualisée avec les partenaires de la relation entreprise
- Passage d'une collaboration ponctuelle à une coordination continue et efficace
- Un interlocuteur en capacité d'orienter vers la bonne solution/partenaire rapidement « Dites-le nous une fois »
- Une stratégie territoriale co-construite avec des objectifs et des indicateurs d'impact communs aux services des entreprises du territoire.



# Des solutions personnalisées

**Recruter avec France Travail : des services en ligne sur [pro.francetravail.fr](https://pro.francetravail.fr)  
et l'aide personnalisée de 101 conseillers dédiés à la relation avec les entreprises dans e Var**

Participer ou faire connaître un événement avec Mes Événements Emploi ou Mes Événements pro  
Je souhaite faire découvrir mes métiers, rencontre candidats

S'informer sur les aides à l'embauche  
Je veux bénéficier d'une aide financière

Gérer mes attestations et mes démarches administratives en ligne

Recruter autrement avec la MRS et RI  
J'ai besoin d'élargir mon sourcing



Publier une offre d'emploi  
Je veux publier une offre attractive

Recruter des candidats  
Bénéficier d'une présélection par un conseiller  
Accéder à notre banque de profils et faites votre sélection de candidats

Demander une période d'immersion  
Je veux bénéficier d'une période d'observation du candidat.  
Pensez à vous référencer sur Immersion facilitée

Bénéficier d'une formation préalable à l'embauche (POEI)  
Je veux bénéficier d'une aide ou d'une formation de mon futur salarié

# Bienvenue sur France Travail Pro

Vous avez des questions, découvrez nos réponses !

6000 conseillers France Travail Pro à vos côtés

## Vos demandes les plus fréquentes



Je recherche  
des candidats >



Je souhaite  
publier une offre >



Je mets fin à un  
contrat de travail >

## Tous les services de France Travail Pro

Sélectionnez votre besoin



📞 Être rappelé par un conseiller



## Sur mesure !

**Vous formez votre futur salarié sur le poste de travail pour qu'il ait les compétences requises dès l'embauche.**

## Pour une intégration réussie !

### Comment ça marche ?

Votre candidat sélectionné est prêt à se former ?  
Faites votre demande :

1. Définissez un plan de formation en toute autonomie, avec France Travail ou avec un organisme de formation.
2. Complétez votre demande d'aide en ligne.
3. Signez le contrat de travail après la formation.
4. Bénéficiez de l'aide versée par France Travail.

### Vos bénéfices :

- Le recrutement d'un candidat spécialement formé pour le poste proposé.
- Le financement complet ou partiel de la formation avant l'embauche.

# FORMEZ AVANT D'EMBAUCHER

La clé d'un recrutement réussi

**+83%**

**des bénéficiaires sont toujours en poste 6 mois après la formation**

### Vous recherchez un candidat ?

Consultez notre banque de profils.

Publiez votre offre d'emploi sur [francetravail.fr](http://francetravail.fr) ou appelez le 3095.  
(service gratuit + prix d'un appel local)

## PRÊT ?

**N'attendez plus pour former et recruter**  
[francetravail.fr](http://francetravail.fr)



## Conditions de réalisation de la POEI

La préparation opérationnelle à l'emploi individuelle (POEI) est une aide au financement d'une formation avant l'embauche accordée aux employeurs. Elle a pour objectif de former des candidats afin qu'ils puissent acquérir les compétences nécessaires pour occuper l'emploi proposé.

Contrats de travail concernés	<p>Contrat à durée indéterminée (CDI) y compris le Contrat à durée indéterminée intérimaire (CDII)</p> <p>Contrat à durée déterminée (CDD) d'une durée minimale de 6 mois</p> <p>Contrat de professionnalisation d'une durée minimale de 6 mois</p> <p>Contrat d'apprentissage d'une durée minimale de 6 mois</p> <p>Contrat à durée déterminée ou contrat de mission d'une durée minimale de 4 mois pour un emploi saisonnier*</p> <p>Un ou plusieurs contrats de mission (CTT) d'une durée totale d'au moins 6 mois au cours des 9 mois suivant la fin de la formation</p>
Modalités pédagogiques	<p>Tutorat** avec un tuteur bénéficiant d'une expérience d'au minimum 2 ans en lien avec les compétences à acquérir durant la formation</p> <p>Formation théorique en organisme de formation interne ou externe</p> <p>Formation en situation de travail - AFEST***</p> <p>Modalité hybride formation théorique en organisme de formation avec tutorat ou AFEST</p>
Durée	<p><u>Cas général :</u> jusqu'à 450 heures (modalité formation théorique, modalité AFEST, modalité hybride)</p> <p><u>Cas particuliers :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jusqu'à 600 heures pour les demandeurs d'emploi prioritaires (PIC) : <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Bénéficiaires du RSA</li> <li>◦ Bénéficiaires de l'obligation d'emploi (DEBOE)</li> <li>◦ Jeunes de moins de 26 ans de niveau bac +2 non obtenu</li> <li>◦ Demandeurs d'emploi de 26 à 54 ans non titulaires du bac</li> <li>◦ Séniors de 55 ans et plus sans condition de diplôme</li> </ul> </li> <li>• Jusqu'à 300 heures pour les POEI en 100 % Tutorat (public PIC inclus)</li> <li>• Jusqu'à 300 heures pour les CDD ou contrats de mission d'au moins 4 mois dans le cadre d'un emploi saisonnier</li> <li>• Dérogations dans le cadre de dispositifs spécifiques régionaux (IRD ****)</li> </ul>



**Rencontrer des candidats motivés ?**

**C'est possible avec**

**l'immersion professionnelle !**

Contribuez au succès de reconversions professionnelles en ouvrant vos entreprises. Permettez à des profils motivés de découvrir le métier de leur choix, en conditions réelles auprès des professionnels en activité et identifiez celui qui pourrait venir renforcer votre équipe.



## Immersion professionnelle ou facilitée

- Rencontrez des candidats intéressés par votre entreprise
- Faites découvrir vos métiers et votre secteur d'activité.
- Facilitez l'intégration de votre futur salarié dans votre entreprise.
- Vous accueillez un candidat dans votre entreprise pour une durée courte et définie.
- Vous bénéficiez d'un cadre juridique sécurisé pour faire découvrir vos métiers.
- Le candidat n'est pas salarié de l'entreprise et conserve son statut précédent.
- Il peut participer aux activités de l'entreprise accompagné par un tuteur.
- Faites le point avec votre conseiller qui vous accompagnera à chacune des étapes.

Pour informer que vous êtes prêt à accueillir en immersion :  
référez votre entreprise sur le [site d'Immersion facilitée](#).



### L'essentiel à retenir

#### Quels objectifs ?

- Faire découvrir vos métiers ou votre secteur.
- Confirmer le projet professionnel du candidat.
- Evaluer le candidat dans un parcours de recrutement.

#### Combien de temps ?

- Entre 1 et 30 jours maximum renouvelable sous conditions.

#### Quelles structures d'accueil ?

- Toute personne morale disposant d'un numéro SIRET (entreprise, association, employeur public...).

#### Qui accueillir ?

- Toute personne faisant l'objet d'un accompagnement social ou professionnel personnalisé.





Présentation par :



Christophe Moretto  
Directeur d'agence France  
Travail - agence Hyères



Amandine Libert  
Conseillère entreprise France  
Travail - agence Hyères

Services.

---

Contact / information :  
Agence France Travail Hyères  
Ligne entreprise  
04 94 01 44 52

[recrutementhyeres@francetravail.net](mailto:recrutementhyeres@francetravail.net)



**05-06/02/2026**

**Ateliers Intelligence Artificielle**

Odalys, La Londe les Maures  
Eden Rose Grand Hotel, Bormes  
les Mimosas

**30/03/2026**

**Club Accueil Vélo**

La Grande Bastide, Le Lavandou

**12/02/2026**

**Forum de l'emploi**

Pierrefeu du Var

**20/02/2026**

**Job in Hyères**

Hyères  
complet sur liste d'attente

**05/03/2026**

**Forum de l'emploi**

Bormes

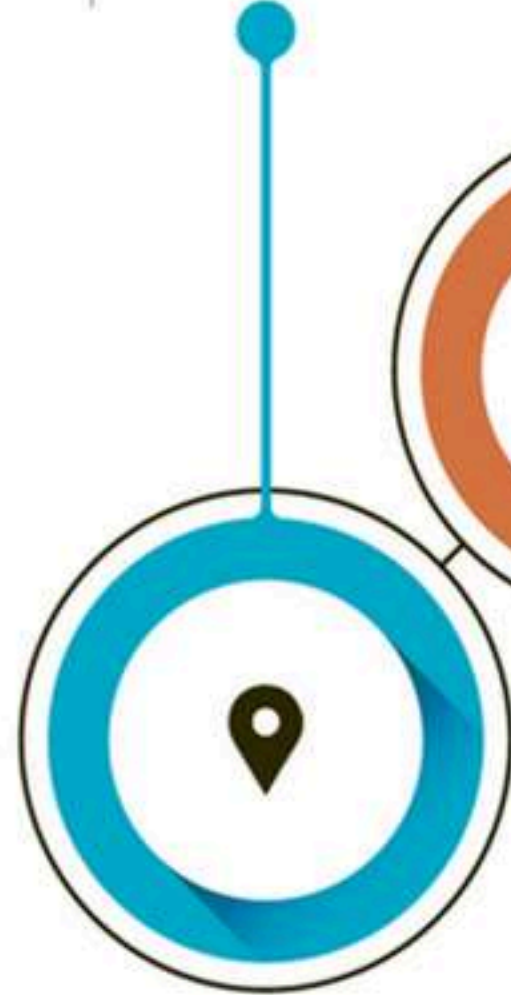
**Début 04/2026**

**Forum de l'emploi**

Le Lavandou

# LES RENCONTRES PRO-INTERCO du tourisme

**1** FAIRE  
CONNAÎTRE  
mes activités à tous  
les professionnels de  
l'intercommunalité.



**3** ME CRÉER  
un réseau  
professionnel de  
qualité.



**5** FAVORISER  
l'augmentation de  
mon potentiel client.



**2** RENFORCER  
le bouche à oreille  
local.



**4** DÉVELOPPER  
de nouveaux  
partenariats



Localement

## Associations de commerçants et artisans

Animer l'économie locale en réseau :

braderies, after-works, jeux concours, animations et dynamisation économique



**La Londe and Co**

lalondeandco83@gmail.com

> Peggy Le Clech



**Association des commerçants et artisans du Lavandou**

commercesdulavandou@gmail.com



**Cuers Entreprendre**

contact@cuersentreprendre.fr



**Cap Favière - Bormes La Favière**

capfaviere@gmail.com

> Aurore Garde de Lattre



**Trait d'Union - Bormes village**

traitdunion83230@gmail.com

> Séverine Capaldi & Jean-Marc Auger



**Au Pin Quotidien - Bormes Le Pin**

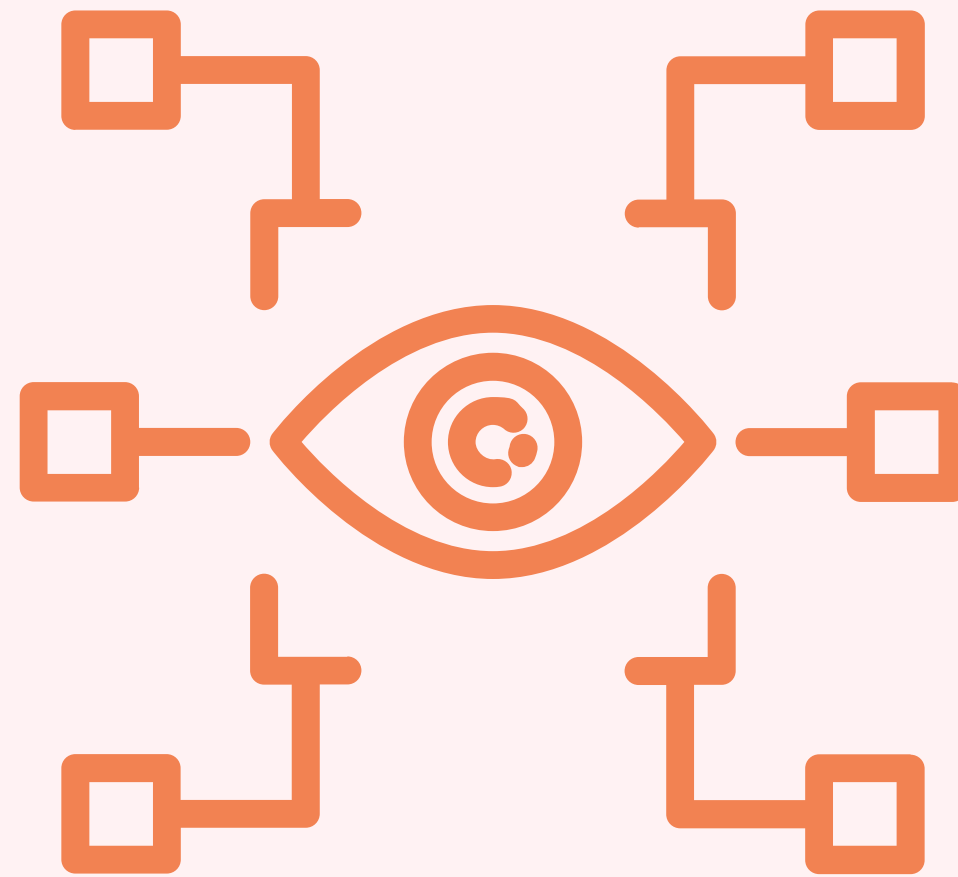
aupinquotidien@gmail.com

> Tom Giraud, Alexandra Douard et Carole Leschiera



## Alternatives aux Grandes Marques

Fédérer échanger.



# Odyssey Tea

Thés & infusions

à Bormes les Mimosas

> Morgane & DjEFF Hernandez  
odyssey-tea.com  
info@odyssey-tea.com

ODYSSEY  
ORIGINAL





# Provence Gourmande



Artisan confiturier &  
épicerie fine

à Cuers

> Christian Combe et Céline  
Rambon  
784 chemin des Gamays, Cuers



## Présentation en 2 min

- Nom
- Entreprise / activité
- Nouveautés / actualités 2026
- Attentes / souhaits

## Rencontres Pro' interco du tourisme

---

Villages vacances, Résidences de tourisme, Hôtels, Chambres d'hôtes, Hôtellerie de plein air, Agences de locations saisonnières, Conciergerie



Hébergeurs.

- Odalys
- Azureva
- La Grande Bastide - vacances Passion
- Lou Bastidou
- Odel Les Voiles d'Azur
- Argentière Club - Villa L'Ensoleillade
- Allianz
- Les Alcyons
- Hôtel De La Plage - HDLP
- La Voile
- Hôtel Les Roches
- Mas des gipieres vieilles
- Mes nuits au Château
- Maison Bao
- Sous les pins
- Villa Naïs
- Camp du Domaine
- Camping Manjastre
- VAT Parc de Bormes
- Foncia
- Conciergerie Riviera Azur
- Conciergerie MajorDame
- ...



### Restaurants

- Café Leoube
- L'Estagnol



- La Cigale
- Brasserie du Port (Bormes)



### Producteurs, avec activité touristique

**Producteurs,  
restaurateurs.**

---

- Cave des Vignerons Londais
- Domaine des Myrtes
- Château Galoupet
- Figuière
- Château Pas du Cerf
- Château Sainte Marguerite
- Domaine de Tamary
- Domaine de la Portanière
- Château Angueiroun



- Château Farambert
- Domaine de Tamary
- Châtaigneraie Godissard
- Coopérative le moulin des cinq ponts
- La Butinerie Miellerie Découverte
- Muletiers Bigatier
- Odyssey Tea
- Provence Gourmande
- ...

## Rencontres Pro' interco du tourisme

Activité, Artisanat, Culture  
Découverte, rando, balade  
Terrestre & maritime  
Bien-être

Prestataires  
d'activités.

- Frédéric Durand
- Macaluso spectacles
- Le Monde d'Olga
- Attitude sport Equilibre
- Campenio poterie
- Ciné Méditerranée
- Atelier Carré d'Or
- Un monde de créations
- Marseille
- Agence Millésimée
- ExplorAlta Editions
- Nehyhsan réflexologie
- Beauté Littoral
- Renaissance pour une vie meilleure



- Medit & Sons
- Dropbikes Rental
- Tf Adventures Train
- Quad Var
- Locateam 83
- Benoît Boutier
- Sea Sun La Londe
- Bormes Plongée
- Latitude Verte
- Bateliers de la côte d'Azur
- Captain Billy 83
- Vedettes Iles d'Or et le Corsaire
- Ecole de Voile Municipale du Lavandou
- ...



# LES RENCONTRES PRO'INTERCO du tourisme

**1** FAIRE  
CONNAÎTRE  
mes activités à tous  
les professionnels de  
l'intercommunalité.

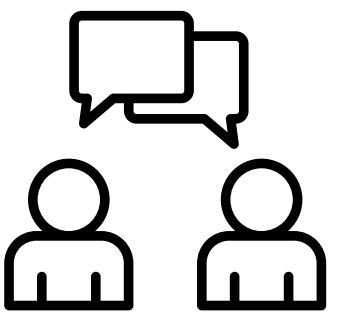
**3** ME CRÉER  
un réseau  
professionnel de  
qualité.

**5** FAVORISER  
l'augmentation de  
mon potentiel client.



**2** RENFORCER  
le bouche à oreille  
local.

**4** DÉVELOPPER  
de nouveaux  
partenariats



Place aux échanges



**MERCI.**