



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

**Une nouvelle
destination
pour un œnotourisme
d'excellence**





Depuis longtemps, **Méditerranée Porte des Maures** et **Provence Méditerranée** partagent des valeurs et une vision commune de leur attractivité œnotouristique. Aujourd'hui, ces deux territoires s'unissent pour créer une destination d'exception :

**Vignobles de Provence & de Méditerranée,
un balcon sur les îles d'Or.**

Ensemble, ils valorisent un patrimoine viticole riche et diversifié, des paysages exceptionnels entre mer et reliefs, et une culture de l'accueil appréciée et reconnue. Ancrés dans la tradition provençale, ces territoires respectent profondément leur environnement et leurs terroirs. Les vignobles, souvent familiaux, reflètent un savoir-faire transmis au fil des générations, où engagement durable, innovation et qualité s'allient pour offrir des vins uniques, à leur image.

Les visiteurs ne viennent pas seulement déguster : ils découvrent des histoires et vivent des expériences sensorielles inoubliables. Balades dans les vignes, ateliers de dégustation, événements artistiques... chaque visite devient un moment de partage, d'évasion et d'émerveillement.

Ce 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, mutualisées, et des projets innovants, ils souhaitent faire de **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 et dynamique, cette démarche est une invitation à vivre une expérience unique, façonnée par les hommes et les femmes qui œuvrent, avec passion, au rayonnement de ces vignobles d'exception.

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



Nombre de lits touristiques

113 400

160 000

lits
en hébergement
marchand

46 300



Nombre de nuitées

17,7
millions

soit 23 %
des nuitées
du Var
2^E RANG

25,5
millions

soit 33 %
des nuitées
varoises

7,8
millions

soit 10 %
des nuitées
du Var
4^E RANG



Part de la clientèle française en nuitée

70 %
soit 12,4 millions
de nuitées

Provenances
principales:
• Île-de-France
• Auvergne
• Rhône Alpes
• Provence-Alpes-
Côte d'Azur
• Occitanie

71 %
soit
18,2 millions
de nuitées

73 %
soit 5,7 millions
de nuitées

Provenances
principales:
• Île-de-France
• Auvergne
• Rhône Alpes
• Provence-Alpes-
Côte d'Azur
• Hauts de France
• Grand Est



Part de la clientèle étrangère en nuitée

30 %
5,3 millions
de nuitées

Provenances
principales:
• Allemagne
• Suisse
• Italie
• Royaume Uni
• États-Unis

29 %
soit
7,3 millions
de nuitées

27 %
soit 2,1 millions
de nuitées

Provenances
principales:
• Allemagne
• Suisse
• Pays-Bas
• Royaume Uni
• Belgique
• Italie
• États-Unis

LE RÉSEAU PERFORMANT DES OFFICES DE TOURISME

Les OT, rouage essentiel d'un tourisme d'excellence

Les Offices de tourisme de Vignobles de Provence & de Méditerranée jouent un rôle central dans l'accueil, la visibilité et la promotion de la destination.

- **Accueillir, informer et conseiller**, en plusieurs langues, tous les visiteurs – touristes ou habitants – pour leur fournir et les informations détaillées sur les activités locales, les événements, la restauration, les hébergements. Grâce à ces services, ils deviennent des relais incontournables de l'offre œnotouristique du territoire.
- **Promouvoir la destination à l'échelle nationale et internationale**, grâce à des supports de communication très diversifiés. Leur participation à des salons, l'organisation de visites guidées et l'offre déployée sur les tendances touristiques majeures sont autant de leviers essentiels pour valoriser tous les atouts du territoire.
- **Animer les filières touristiques, accompagner leurs acteurs locaux et renforcer leur expertise**, grâce à un réseau solide de partenaires, et le déploiement de synergies via des rencontres, des ateliers et des conseils personnalisés.
- **Veiller à la qualité de la destination**, en respectant les normes et labels, et en accompagnant les professionnels dans leurs démarches de labellisation et de classements de tourisme



**PROVENCE
MÉDITERRANÉE**
TOUT VIVRE. BIEN VIVRE.

**PROVENCE
MÉDITERRANÉE**

1 OT

métropolitain
composé de

11 BIT*

animés par
80 collaborateurs

* renforcés par des accueils saisonniers



+ de 500 000
personnes accueillies

MÉDITERRANÉE
Porte des Maures
TOURISME

**MÉDITERRANÉE
PORTE DES MAURES**

1 OT

intercommunal
représentant

4 points d'accueil

2 OT

communaux
représentant

4 points d'accueil

animés par
35 collaborateurs

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



+ de 250 000
personnes accueillies



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

**La vente d'activités de loisirs dans les OT
de Vignobles de Provence & de Méditerranée**

+ de 2 500 000 €

de CA pour les loisirs individuels
(avec la part de l'œnotourisme en hausse constante)

+ de 600 000 €

de CA sur la clientèle
groupes

+ de 300 000 €

de CA dans
ses boutiques

L'ŒNOTOURISME EN VIGNOBLES DE PROVENCE & DE MÉDITERRANÉE

L'excellence de la destination œnotouristique Vignobles de Provence & de Méditerranée

La destination Vignobles de Provence & de Méditerranée allie les héritages viticoles de Méditerranée Porte des Maures et de Provence Méditerranée. Ici, l'œnotourisme y est un art de vivre, où le vin s'impose comme le trait d'union entre traditions, terroir, savoir-faire, modernité et créativité.

Une richesse viticole reconnue

Le territoire est un acteur majeur de la viticulture française, notamment en tant que premier producteur de vin rosé AOC. Sous les appellations AOC Côtes de Provence et IGP Maures, Var et Méditerranée, il propose une diversité de vins reflétant la richesse des terroirs. Les dénominations géographiques Côtes de Provence La Londe et Pierrefeu témoignent de la spécificité de ce territoire, où les vigneron perpétuent des savoir-faire ancestraux.

Un terroir façonné par la diversité des paysages

De la réserve naturelle de la Plaine des Maures à la Méditerranée, le vignoble offre une variété de paysages

spectaculaires influençant directement les vins. Les arômes du maquis se retrouvent dans les cuvées, leur apportant une typicité incomparable.

Une offre œnotouristique diversifiée

Avec plus de 100 domaines et caves coopératives, la destination propose des expériences variées: dégustations des cuvées au domaine en compagnie de vigneron passionnés, visites guidées à pied ou à vélo, ateliers sensoriels, croisières vigneronnes, événements culturels... La gastronomie s'invite aussi dans les vignes, sublimant les mariages mets-vins dans un décor unique.

Que fait la clientèle touristique pendant son séjour sur le territoire Vignobles de Provence & Méditerranée?

(en activités cumulées - selon l'enquête clientèle BVA - Orange Flux Vision - Var Tourisme 2022)

Sans surprise, **71 % des touristes privilégient les plaisirs de la baignade.**

Pour autant, près de la moitié d'entre eux apprécient aussi **la découverte des villages (45 %), les balades pédestres (42 %)**, 2 activités souvent propices à explorer des domaines viticoles.

Si la gastronomie séduit également 30 % des touristes, **les visites de vignobles et de caves deviennent un centre d'intérêt en constante évolution, représentant désormais 8 % des activités d'un séjour.** Juste derrière le cyclotourisme qui d'ailleurs s'accorde parfaitement avec l'œnotourisme!



En France



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



5,2 milliards
d'euros de
retombées
économiques



En Vignobles de Provence
& de Méditerranée



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

Les vignobles, terres de découvertes et d'expériences inoubliables

Découvrir les savoir-faire de nos vignerons



Vous voulez découvrir l'histoire, souvent familiale des domaines, la culture de leurs vignes, les cépages spécifiques aux Côtes de Provence, comprendre la vinification, vous initier à la dégustation? Partez à la rencontre des vignerons pour partager avec eux des moments privilégiés.

Une pause apéritive ou gastronomique



Le temps d'une pause apéritive ou pour une parenthèse gastronomique aussi raffinée que dépaysante, dans le décor naturel et intimiste d'un domaine, promesses vous sont faites de sublimer

les accords mets-vins et de vous délecter de cette harmonie entre les vignes, la Méditerranée et ses îles d'Or scintillantes au coucher du soleil.



En bateau

Cet été, c'est la croisière vigneronne au crépuscule qui ravira les amoureux d'originalité! Une bouffée

d'air iodé pour sublimer une dégustation de vins, le temps d'une balade côtière et face au coucher de soleil ou le ciel scintillant les soirs de feux d'artifice!

À pied



Partez pour une balade pédestre au cœur d'un vignoble, en toute liberté mais muni d'un roadbook pédagogique qui vous guidera au fil de votre découverte du domaine.

À vélo électrique ou en voiturette



Pédalez sans effort au milieu d'hectares de vignes pour prendre le temps d'apprécier les paysages et les vues (sur mer) à couper le souffle, et découvrir tous les secrets de la vigne au vin!

Défis sportifs

Envie de mêler activité physique et art de vivre? Ici, le sport se pratique en pleine nature, entre rangs de



vignes et vues sur mer. Courses à pied, vétathlon, golf, paddle ou pétanque... autant de façons originales et actives de découvrir le vignoble autrement.

En 4x4 Safari tour



Balade guidée dans un Land Rover rétro pour une découverte du vignoble, agrémentée d'une dégustation commentée de vins, le tout accompagné d'amuse-bouche provençaux.

En quad



Dans un cadre insolite, en piste pour une sortie accompagnée, à la découverte du vignoble et ses environs. Et après l'effort, le réconfort autour d'une belle dégustation!

En petit train des vignes



Embarquez à bord du Petit Train et laissez-vous guider pour une découverte culturelle commentée sur le terroir Londaï tout en profitant des vues exceptionnelles sur les vignobles et la nature environnante. Une voie originale de découverte, de partage et de dégustation.



LES MOTIVATIONS DE VIGNOBLES DE PROVENCE & DE MÉDITERRANÉE

Loin d'être un aboutissement, l'obtention du label est le début d'une dynamique durable

Un enjeu national de développement et de croissance économique

L'œnotourisme est un moteur économique majeur en France, avec des retombées significatives pour l'économie locale, notamment dans les hébergements, restaurants et services touristiques. Dans ce contexte, Vignobles de Provence & de Méditerranée se positionne comme une destination stratégique, répondant aux nouvelles attentes des visiteurs en privilégiant des expériences immersives liées à la nature et à l'écotourisme. L'ambition est donc de faire reconnaître ce territoire comme une référence incontournable de l'œnotourisme, alliant authenticité et innovation, et dont le label Vignobles & Découvertes est aujourd'hui le porte-drapeau.

Un levier pour l'économie touristique locale

Outre la visibilité accrue parmi les grandes régions œnotouristiques françaises, le label Vignobles & Découvertes renforce l'image et la notoriété du territoire en structurant l'offre autour du vin et du tourisme. Cette démarche

repose sur une collaboration entre acteurs viticoles et touristiques, mettant en réseau domaines viticoles, hébergements, restaurants et sites patrimoniaux. Elle vise à répondre aux attentes d'une clientèle variée, en quête de découvertes culturelles, de bien-être et de gastronomie. Avec une vision de tourisme responsable, Vignobles de Provence & de Méditerranée possède un potentiel œnotouristique solide. Le label soutient la filière viticole locale et renforce l'attractivité de la destination.

Si le projet vise à construire une offre pérenne et innovante, alignée avec les attentes actuelles et futures des visiteurs, l'ensemble des acteurs du territoire partage l'ambition de dépasser ces attentes, en édifiant une destination œnotouristique incontournable, où excellence et innovation permettent de séduire un public toujours plus large.



LES OBJECTIFS DE VIGNOBLES DE PROVENCE & DE MÉDITERRANÉE

Des objectifs ambitieux pour un développement structuré et durable

Vignobles de Provence & de Méditerranée ambitionne de devenir une destination œnotouristique de référence, grâce à une offre différenciée et de qualité. Le label Vignobles & Découvertes garantit un accueil d'excellence et renforce l'attractivité du territoire à travers des séjours inspirés des grandes régions viticoles.

En fédérant des acteurs engagés autour de valeurs communes, la destination dynamise l'économie locale et renforce son rayonnement à l'échelle nationale et internationale. La coopération avec d'autres territoires labellisés amplifie cette visibilité.

Le développement de courts séjours attractifs est une priorité, soutenu par des actions de promotion et des partenariats stratégiques. La participation à des événements phares contribue à affirmer l'image et le positionnement de la destination.

Les objectifs 2025-2028

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

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

Construire des courts séjours et de nouvelles expériences œnotouristiques

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

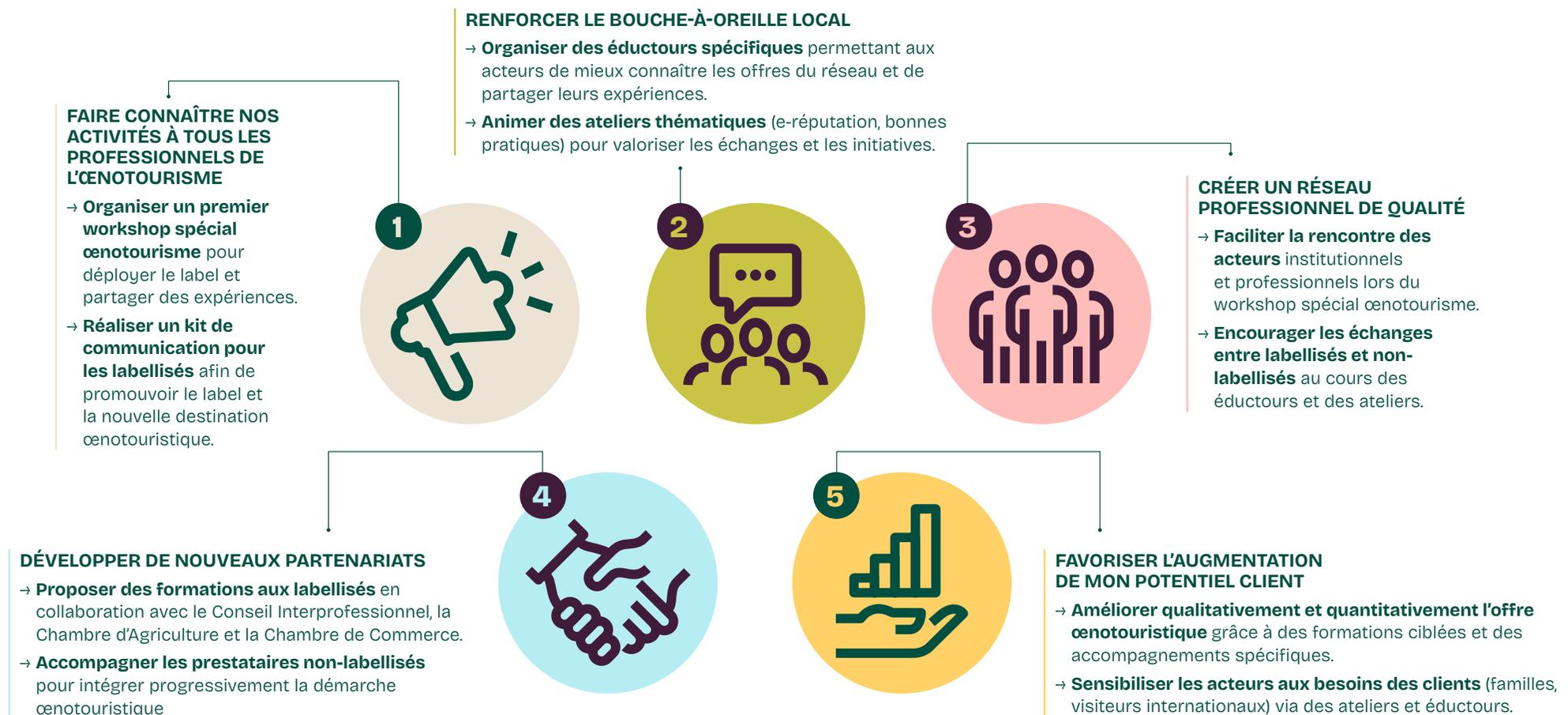
Développer les offres labellisées Vignobles & Découvertes afin d'aider les domaines et caves à attirer un nouveau public, un public plus jeune

LE PLAN D' ACTIONS

En lien étroit avec ses partenaires institutionnels et territoriaux, la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée co-construit sa vision, mutualisant les moyens et savoir-faire pour atteindre des objectifs communs. Cette stratégie repose sur des engagements réciproques: développer 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, Vignobles de Provence & de Méditerranée assure un développement pérenne et harmonieux de l'œnotourisme.

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





Animation du réseau et du label

Les offices de tourisme jouent un rôle central dans cette dynamique

- Élaboration d'un plan d'action concerté, pour structurer, développer et promouvoir les offres œnotouristiques en vue de l'obtention du label Vignobles & Découvertes
- Animation du Comité de pilotage
- Accompagnement des prestataires dans l'obtention du label
- Création et déclinaison de l'identité graphique de Vignobles de Provence & de Méditerranée
- Mobilisation des acteurs œnotouristiques autour de la nouvelle destination labellisée Vignobles & Découvertes.



Commercialisation

La stratégie de commercialisation repose sur 3 axes: la vente directe par les prestataires, la commercialisation via les offices de tourisme, et les collaborations avec des agences réceptives spécialisées.

- Ventes directes d'activités touristiques au sein des offices de tourisme, avec des avantages clients
- Commercialisation croisée entre les OT via le logiciel commun Welogin
- Formation des équipes à la vente des produits sélectionnés
- Intégration de 3 agences réceptives pour développer l'offre de nouvelles expériences œnotouristiques.



Qualification

de l'offre œnotouristique pour développer des propositions innovantes, originales voire insolites afin d'attirer et de fidéliser la clientèle.

- Élaboration d'une offre adaptée aux familles
- Démarches vers des labels d'excellence tels que Destination d'Excellence (Qualité Tourisme), Accueil Vélo, Tourisme & Handicap, France Station Nautique...



Consommation responsable

Conjuguer plaisir et modération pour faire de l'œnotourisme un modèle de développement durable et respectueux de la santé et de l'environnement.

- Enjeu majeur auquel tous les acteurs de la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée sont appelés à contribuer
- Mise en place d'une charte rigoureuse pour encadrer les règles de consommation et pour encourager des pratiques responsables.
- Une communication spécifique, soutenue par des associations spécialisées comme "Vin & Société" et "Prévention et Modération", vient renforcer cette démarche.



Satisfaction clients

Cet engagement se traduit par des efforts continus pour recueillir, analyser et répondre aux attentes des clients.

- Mise en place de procédures internes rigoureuses dans chaque OT
- Questionnaires de satisfaction concernant les services touristiques ou les produits œnotouristiques
- Suivi des avis partagés sur les plateformes
- Démarche de suivi et d'amélioration continue des professionnels du tourisme
- Bilan approfondi de fin de saison réalisé par les OT
- Évaluation annuelle des professionnels: enquêtes spécifiques, analyses FairGuest et ateliers thématiques pour renforcer les compétences des professionnels.



D'autres actions encore...

Des actions spécifiques viennent enrichir la stratégie de valorisation de l'œnotourisme.

- Mettre l'œnotourisme au cœur des espaces d'accueil de OT
- Rejoindre l'événement national "Vignobles en Scène!" dès octobre 2025
- Imaginer un événement signature pour la nouvelle destination Vignobles de Provence & de Méditerranée

COMMUNICATION ET PROMOTION

Un plan de communication annuel est dédié à la destination Vignobles de Provence & de Méditerranée, un balcon sur les îles d'Or, en complémentarité de ceux des OT. 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 CIVP
- 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

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.

Opérations B to C

- Présence marquée de l'offre œnotouristique lors des événements 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.



UNE DESTINATION CLAIREMENT IDENTIFIÉE

L'identité graphique, volontairement marquante, jeune et dynamique et offre une adaptabilité optimale grâce à un bloc marque conçu pour une déclinaison facile sur tous les supports.

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

- Un symbole **identitaire** qui raconte un territoire où les vignes embrassent la mer, **identifiable et mémorable**
- Une gamme de couleurs spécifique, évoquant **les couleurs des vins et les paysages emblématiques du territoire**
- Un bloc typographique moderne, élégant, dessiné sur-mesure afin de lui conférer une personnalité et une identité propres.
- 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.



Couleurs principales



Couleurs secondaires





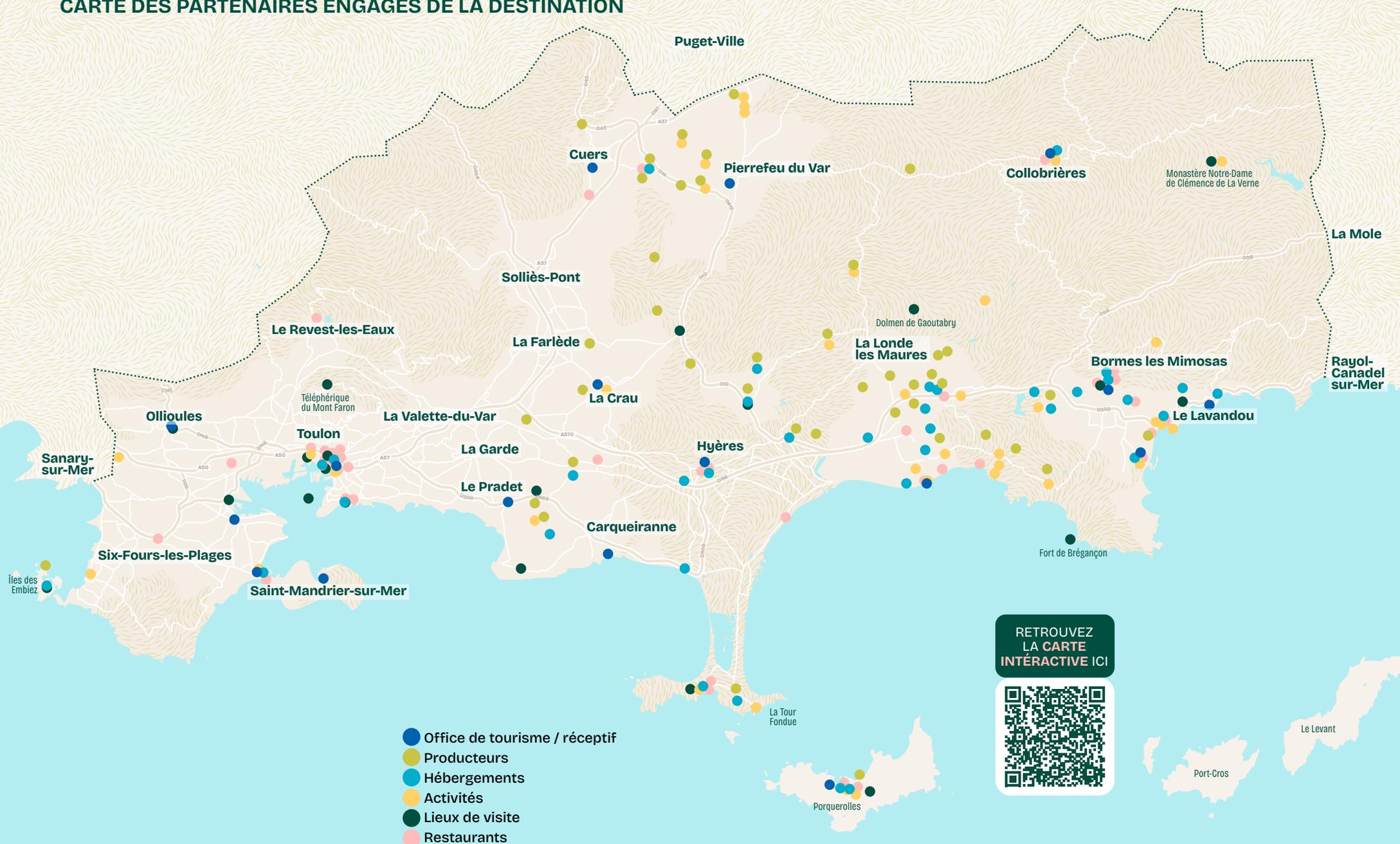
LES PARTENAIRES ENGAGÉS DANS LA DÉMARCHE

La présente candidature est composée de **275 prestations** réparties comme suit :

	Provence Méditerranée	Méditerranée Porte des Maures	Vignobles de Provence & de Méditerranée
Caves	17	24	41
Restaurants	25	15	40
Hébergements	18	19	37
Activités	23	29	52
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	124	275

En complément du tableau de destination, ci-après, les listes détaillées par catégorie.

CARTE DES PARTENAIRES ENGAGÉS DE LA DESTINATION



RETROUVEZ LA CARTE INTERACTIVE ICI



Les 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 Sigaloux
20. Le Cellier de La Crau
21. Cave des Vignerons Londais
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



Les hébergements

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. Le Mas du Lingousto ****
10. Les Fouques
11. Domaine de la presqu'île
12. Château les Anglades
13. Le Provençal****
14. L'Almanarre Plage**
15. Lilou Hôtel****
16. Best Western**** Plus Hyères
17. La Clapière
18. Les Medes***
19. L'Oustaou des Pêcheurs***
20. Tulipe Noire
21. Village vacances Azureva ***
22. Camping Le Pansard ****
23. Gîtes et villa Sous les Pins
24. La Bastide Sous les Pins - chambres d'hôtes
25. Camping Les Jardins de la Pascalinette ****
26. Château Maravenne - gîtes
27. Château Maravenne - chambres d'hôtes
28. Les Rives d'or***
29. Villa Thalassa - chambres d'hôtes
30. Hôtel** Le California
31. Hôtel Club du Domaine d'Aiguebelle ***
32. Gîtes La Navicelle
33. Hôtel Hélios les Embiez****
34. Les appartements de l'Hélios
35. Grand Hôtel Dauphiné****
36. L'Eautel****
37. Best Western Plus La Corniche****

Les restaurants



- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| 1. Café Léoube | 21. L'Assiette |
| 2. Eden Flow | 22. La Cigale |
| 3. Le Jardin | 23. Le Cannier |
| 4. Mimosa | 24. Planches et Gamelles |
| 5. Bellevue | 25. La Farigoulette |
| 6. Le Mirage | 26. Le Bouchon |
| 7. Restaurant des Maures | 27. Les Jardins d'Helios (Embiez) |
| 8. Le Mas du Lingousto | 28. Origin |
| 9. Bouchon | 29. Saucé |
| 10. Villa Barret | 30. Le Bistrok |
| 11. Bar du Soleil | 31. Le Milady |
| 12. Guillaume Tell | 32. Le Lido de Toulon |
| 13. Lilou Hyères | 33. Le Pastel |
| 14. La Reine Jane | 34. Têtes d'ail |
| 15. La Cigale (Best Western Hyères) | 35. Café Liberté |
| 16. Oustauou des pêcheurs | 36. Halles Biltoki |
| 17. Le Poisson ivre | 37. Les Aludes |
| 18. Les Halles Milona | 38. L'Equerre |
| 19. Le Panoramic | 39. Racines |
| 20. L'Hemingway | 40. La Fontaine |

Les sites patrimoniaux



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

Les 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 | 27. Escapades gourmandes avec les Vedettes Îles d'Or & Le Corsaire |
| 2. Visite et dégustation au Château de Brégançon | 28. Circuit découverte du Lavandou en petit train – Les Petits Trains du Golf |
| 3. Vignoble Tour au Domaine de la Sanglière | 29. Visite guidée au Domaine de L'ANGLADE |
| 4. Château Léoube - Cinéma sur la plage. | 30. Location terrain de Padel 7j7 |
| 5. Château Léoube - Location de kayaks et de Paddles | 31. Visite œnoludique |
| 6. Mona Spa - Eden rose Grand Hôtel | 32. L'expérience viticole |
| 7. Visite de cave à l'Angueiroun | 33. Les instants gourmands |
| 8. Parcours de GOLF de VALCROS | 34. Les athlètes du vin |
| 9. Croisière / Dégustation en bateau hybride à propulsion 100% électrique | 35. Petit train des vignes |
| 10. Musée de la fabrique du marron glacé - Confiserie Azuréeenne | 36. Visite guidée au Château Farambert |
| 11. Journée savoir faire - découverte du domaine + randonnée ou sortie palmée (selon la saison) | 37. Balade accompagnée en quad avec visite et dégustation au Château de l'Aumérade |
| 12. Coucher de soleil Catamaran | 38. Balade accompagnée en VTAE avec visite et dégustation au Château de l'Aumérade |
| 13. Brigantin - Le coucher de soleil | 39. Dégustation sensorielle avec la vigneronne au Domaine Kennel |
| 14. Meroe - Le Sunset | 40. Pique-Nique dans les jardins du Château de l'Aumérade |
| 15. Visite guidée à vélo d'un vignoble | 41. Apéritif et coucher de soleil sur l'archipel des Embiez |
| 16. Visite classique - visite du domaine + dégustation | 42. Coucher de soleil Catamaran - Six-Fours-les-Plages |
| 17. Balade oeno-sensorielle | 43. La croisière vigneronne |
| 18. Parcours éducatifs nature au Château Pas du Cerf | 44. Côte de Provence Wine Tour avec France Wine Trip |
| 19. Croisières vigneronnes au crépuscule – Bateliers de la Côte d'Azur / Vignerons Lonnais | 45. Balade gourmande Toulon |
| 20. La vie en rosé au Château les Valentines (Visite Guidée) | 46. Apéro / Pétaque O'Boulodrome |
| 21. Petit Train de La Londe les Maures | 47. Sieste bercée dans un hamac à Figuière |
| 22. De la vigne à la dégustation au Château des Bormettes (Visite guidée) | 48. Pique-nique dans les vignes à Figuière |
| 23. De la vigne au verre à Château Vert (Visite guidée) | 49. Balade en VTAE dans les vignes à Figuière |
| 24. Visite guidée du domaine Château Sainte Marguerite | 50. Balade à pied dans les vignes à Figuière |
| 25. Visite du jardin zoologique tropical | 51. Petit Train des vignes La Londe |
| 26. Les fermes de Tamaris | 52. Whakata Wine |

Les 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
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

Les 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
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 créatices 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 offices de tourisme



1. Office de Tourisme Intercommunal
La Londe Les Maures, Cuers, Collobrieres,
Pierrefeu Du Var - BIT La Londe
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



Les 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



