



PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MERCREDI 16  
FEVRIER 2022

## EN REGION SUD, LA NATURE ET LA BIODIVERSITE TOUJOURS PLUS VALORISEES AVEC « VILLES & VILLAGES FLEURIS – QUALITE DE VIE »

Provence-Alpes-Côte d'Azur œuvre toujours plus pour la préservation de la nature, de la biodiversité et de la qualité de vie. Ce **mercredi 16 février** s'est tenue, dans l'hémicycle de l'Hôtel de Région à Marseille, la Journée régionale de valorisation du Label « Villes & Villages Fleuris - Qualité de Vie », avec la Cérémonie de Remise des Prix du Palmarès régional 2021, en présence de Renaud MUSELIER, Président de la Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur, de François de CANSON, Vice-Président de la Région, Président du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur (CRT), et de plus de 150 participants. Cet événement a été l'occasion de rappeler l'engagement sans faille de notre région au service du bien-vivre de ses habitants et de ses visiteurs, de la qualité de vie et d'un développement maîtrisé et durable.

*« Dotée d'un patrimoine naturel extraordinaire, Provence-Alpes-Côte d'Azur est un écrin de biodiversité que nous nous devons de protéger. Pour atteindre cet objectif, j'ai décidé de consacrer à la croissance verte 40 % du budget régional. A l'échelle des communes, les Maires de la région contribuent également fortement, via le label « Villes & Villages Fleuris - Qualité de Vie », à valoriser la nature et la biodiversité de nos territoires. Ils sont un maillon essentiel dans notre stratégie pour faire de Provence-Alpes-Côte d'Azur la région du bonheur et du bien-vivre »,* déclaration Renaud MUSELIER, Président de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, Président délégué de Régions de France.

*« Créé il y a plus de 60 ans, le Label « Villes & Villages Fleuris - Qualité de Vie » récompense tous les aspects de l'embellissement du cadre de vie d'une commune, de la diversité du patrimoine végétal à la gestion environnementale et la qualité de l'espace public. Cette approche globale et très complète, basée sur plus de 60 critères, lui permet d'être un acteur de premier plan de l'attractivité touristique de notre région. Rappelons qu'en Provence-Alpes-Côte d'Azur, le tourisme représente 13 % du PIB régional »,* déclaration François de CANSON, Président du CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur.

## COMMUNIQUE DE PRESSE

Pour l'année 2021, le Palmarès « Villes & Villages fleuris - Qualité de vie » en Provence-Alpes-Côte d'Azur distingue 256 communes (elles sont 4 700 au niveau national). 9 nouvelles communes entrent dans le Palmarès régional avec l'attribution de la première Fleur, 10 obtiennent le Label 2 Fleurs, 8 accèdent au Label 3 Fleurs. Enfin, 6 communes décrochent des Prix Spéciaux Régionaux.

Ces Fleurs récompensent les communes qui ont le mieux répondu aux critères d'évaluation du Label « Villes & Villages Fleuris - Qualité de Vie ». Celle-ci est composée de 7 grands critères : la visite du Jury, la mise en œuvre du projet municipal, l'animation et la promotion de la démarche de valorisation, le patrimoine végétal et fleurissement, la gestion environnementale, la qualité de l'espace public et l'analyse par espace.



En 2021, une Etude d'impact du label national, dont les résultats seront présentés ce mercredi par le Bureau d'études Culture Couleur, a été réalisée à la demande du CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur, en charge de l'attribution du Label « Villes & Villages Fleuris - Qualité de Vie », et de son animation.

Premier enseignement de cette étude : le Label « Villes et & Villages fleuris - Qualité de Vie » véhicule une image résolument positive des communes qui en bénéficient. Pour les habitants de ces communes, il est ressenti comme un Label dont le résident reçoit le bénéfice direct. **Pour 8 personnes interrogées sur 10, il renvoie une image positive de la commune.** L'étude confirme la forte notoriété du Label. « Villes & Villages fleuris - Qualité de Vie » connu par 84 % des habitants de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Outre connaître l'impact du Label, cette étude a pour objectif de s'interroger sur son évolution : quels outils et quelles actions mettre en place pour mieux répondre aux attentes des communes labellisées, notamment afin de renforcer leur attractivité touristique. En effet, **près d'un tiers des touristes** en France tiennent compte du Label pour leur choix de destination pour un week-end ou pour des vacances. De même, les villes labellisées ont noté une progression de leur fréquentation touristique après avoir communiqué sur l'obtention du label. Plus largement, 80 % des sondés peuvent citer des communes labellisées et 97 % d'entre eux reconnaissent le panneau « Ville Fleurie » ou « Village Fleuri ».

Le Label doit désormais s'inscrire dans la stratégie régionale de la croissance verte, qui a pour objectif de concilier économie et écologie au service d'un développement durable. Pour y parvenir, l'étude propose la création d'un **indicateur de la qualité de vie**. Celui-ci « s'appuierait sur les 60 critères composant le Label, ce qui renforcerait la crédibilité et la notoriété du Label, alors pleinement perçu et reconnu comme **le Label national de la qualité de vie** ».

**Bienvenue en Provence-Alpes-Côte d'Azur !**

# **COMMUNIQUE DE PRESSE**

## **CONTACTS PRESSE**

CRT Provence-Alpes-Côte d'Azur

Audrey SALOR

07.86.5942.84

[a.salor@provence-alpes-cotedazur.com](mailto:a.salor@provence-alpes-cotedazur.com)

Région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur

Pierre-Ugo TADDEI

06.58.40.59.88

putaddei@maregionsud.fr

## **A PROPOS DU COMITE REGIONAL DE TOURISME PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR**

Le Comité Régional de Tourisme assure une démarche de promotion et de communication à destination des clients internationaux et français afin de soutenir l'économie touristique de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, en lien avec ses professionnels du tourisme. Rendre visibles nos destinations à l'international, promouvoir des destinations compétitives et créer du lien avec nos clients, sont les 3 objectifs qui orientent l'action du CRT, tant en direction du grand public, des organisateurs de voyages que des médias. La stratégie développée autour des 3 marques Monde Provence, Alpes et Côte d'Azur, constitue la pierre angulaire des dispositifs marketing mis en œuvre par le CRT depuis plusieurs années. Orientée client, basée sur une gouvernance spécifique à chaque marque et la mutualisation de moyens, elle monte résolument en puissance.