



LE MERCREDI
08 JUIN 2022

LANCEMENT DES VISITES 2022 DU JURY RÉGIONAL DU LABEL « VILLES ET VILLAGES FLEURIS - QUALITÉ DE VIE »

« 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.**

En 2021, le Palmarès « Villes & Villages fleuris - Qualité de vie » en Provence-Alpes-Côte d'Azur a distingué 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.

Cela fait de notre région Provence-Alpes-Côte d'Azur une des régions les plus représentatives en matière d'embellissement du cadre de vie et d'attractivité territoriale. La valorisation du Label « Villes et Villages Fleuris - Qualité de Vie » rappelle 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.

Ces Fleurs récompensent les communes qui ont le mieux répondu aux critères d'évaluation du Label « Villes & Villages Fleuris - Qualité de Vie ». La grille d'évaluation est composée de 60 critères regroupés en 7 parties : 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.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Les visites du Jury Régional ont lieu en juin, juillet et septembre chaque année, elles concernent l'ensemble des 6 départements de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Le Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur a la charge de l'animation et de la valorisation du Label en partenariat avec les Maires, les élus, les techniciens et les offices de tourisme de chaque commune labellisée, et de toutes les communes candidates à entrer dans le Label ou à une nouvelle distinction.

- 17 communes seront visitées entre le 15 juin et fin juin 2022
- 23 communes seront visitées en juillet
- 38 communes seront visitées en septembre

Soit un total de 78 communes dont :

- 15 pour les Alpes-de-Haute-Provence
- 05 pour les Hautes-Alpes
- 14 pour les Alpes-Maritimes
- 18 pour les Bouches-du-Rhône
- 19 pour le Var
- 07 pour le Vaucluse

Le Jury Régional est composé d'une quarantaine de professionnels bénévoles représentatifs des critères du Label : paysagistes, techniciens cadre de vie, responsables espaces verts, pépiniéristes, responsables d'offices de tourisme, anciens élus, jardiniers...

« 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, via le Plan Climat 2 « Gardons une COP d'avance ». 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 avec une COP d'avance ! », déclaration Renaud MUSELIER, Président de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, Président délégué de Régions de France.

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.** Le Label « Villes & Villages fleuris - Qualité de Vie » est connu par 84 % des habitants de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, il dispose d'une forte notoriété.

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 ».

L'objectif du CRT au travers du label est concilier économie et écologie au service d'un développement durable. La valorisation de l'ensemble des critères est un facteur d'équilibre pour atteindre cet objectif global en termes de développement territorial et de bien-être des populations locales. L'action du CRT a pour but de renforcer *la crédibilité et la notoriété du Label, qui serait alors pleinement perçu et reconnu comme le Label national de la qualité de vie* ».

CONTACTS PRESSE

Philippe Courtois
Directeur communication institutionnelle
Comité régional de tourisme
Provence-Alpes-Côte d'Azur
Tél. : 06 15 08 09 73.
p.courtois@provence-alpes-cotedazur.com



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.