

COMMUNIQUE DE PRESSE

18 septembre 2025

De nouvelles communes récompensées par le Label Qualité de Vie « Villes et Villages Fleuris » en région Sud

Le Conseil National des Villes et Villages Fleuris a dévoilé son Palmarès 2025.

La Région Sud est particulièrement heureuse de l'attribution par le Jury National des distinctions suivantes :

2 communes rejoignent les villes labellisées 4 Fleurs : La Londe-les-Maures (83) et Mandelieu-la-Napoule (06).

2 communes maintiennent leur 4^{ème} Fleur : Hyères-les-Palmiers (83) et Bormes-les-Mimosas (83).

La 4e Fleur, niveau d'excellence du label, distingue les collectivités qui inscrivent la nature dans un projet global alliant cadre de vie, biodiversité, patrimoine, gestion durable et participation citoyenne.

1 commune reçoit le « Prix national de l'attractivité touristique » : Bormes-les-Mimosas (83).

Il met en lumière les communes qui font du végétal un levier de rayonnement en conjuguant diversité des offres (tourisme durable, nature, culture), mise en valeur des savoir-faire locaux et promotion active de leur territoire auprès des visiteurs.

Le Palmarès Qualité de vie « Villes & Villages Fleuris » en Provence-Alpes-Côte d'Azur distingue 264 communes.

Plus de 80% des habitants du territoire vivent dans une commune labellisée. Ce label, symbole de qualité de vie et de respect de l'environnement, est particulièrement apprécié par les résidents. En effet, 86% des habitants de la région estiment qu'il est « important » de vivre dans une commune labellisée.

De plus, les labels jouent un rôle crucial dans le choix des destinations touristiques. 30% des touristes affirment que les labels influencent directement le choix de leur destination. Cela montre l'importance de ces distinctions pour attirer les visiteurs et promouvoir notre région.

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

En lien avec les professionnels du tourisme et sa gouvernance, le CRT assure l'observation, la promotion et la communication du tourisme régional à destination des clients internationaux et français. La finalité est de soutenir l'économie touristique durable de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur qui représente 10% de ses emplois et 13% de son PIB. Rendre visibles nos destinations à l'international, promouvoir une destination régionale compétitive, valoriser les offres éco-responsables, optimiser les flux dans l'espace et dans le temps, et renforcer le lien entre les visiteurs et les résidents, sont les principaux objectifs qui orientent l'action du CRT, tant en direction du grand public, que des organisateurs de voyages, ou des médias. La stratégie développée autour des 3 marques monde « Provence », « Alpes du Sud » 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, sur la mutualisation de moyens pour le tourisme de loisirs comme d'affaires, elle monte résolument en puissance.

Retrouvez-nous sur provence-alpes-cotedazur.com et sur nos réseaux sociaux :

