

7^E SCHÉMA DÉPARTEMENTAL

DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME ET DES LOISIRS DES BOUCHES-DU-RHÔNE 2025-2030

ÉDITOS

Un tourisme au service des Provençaux et de l'environnement

Le tourisme ne peut plus être pensé de la même façon qu'hier. Face aux bouleversements climatiques, aux tensions qui traversent nos sociétés et à la pression croissante sur nos ressources, nous devons collectivement changer de logiciel.

C'est tout le sens du 7^e Schéma de développement du tourisme et des loisirs. Plus qu'un document stratégique, c'est une véritable vision que nous vous présentons dans ces pages : celle d'un tourisme régénératif, qui cesse de peser sur notre territoire pour devenir un véritable levier de transition écologique et de cohésion sociale.

Cette ambition n'est pas née dans des bureaux. Elle s'est construite sur le terrain, au fil d'une année entière de rencontres, d'écoute et de co-construction. La Caravane en Provence a traversé nos bassins de vie, de la Camargue au littoral marseillais, en passant par la Provence intérieure. Élus, habitants, professionnels, gestionnaires d'espaces naturels : tous ont contribué à définir ce que doit être le tourisme de demain.

Ce que nous avons entendu, c'est que nos concitoyens attendent un récit sincère, qui valorise la diversité de nos territoires et qui place les habitants au cœur de notre attractivité.

Notre ambition est claire : générer un tourisme qui crée de la valeur économique équitablement répartie, qui développe des emplois durables, qui renforce le sentiment d'appartenance et qui restaure nos écosystèmes fragilisés.

Pour y parvenir, nous avons défini trois axes structurants : sortir des clichés pour redonner à la Provence son visage multiple, expérimenter de nouvelles pratiques touristiques dans des territoires pilotes, et mettre en place un modèle de gouvernance qui intègre spécialistes, habitants et acteurs de terrain.

Ce Schéma est une feuille de route ambitieuse et réaliste. Il engage le Département et Provence Tourisme dans une transformation profonde, mais il appelle aussi chaque acteur du territoire à se mobiliser.

Ensemble, construisons une Provence prospère, accueillante et fidèle à elle-même !

La Présidente du Conseil départemental des Bouches-du-Rhône

Le 7^e schéma, une ambition pour la Provence de demain

En Provence, le tourisme n'est pas une activité comme une autre : il est le reflet de notre identité, de notre art de vivre et du lien profond qui nous unit à ce territoire d'exception.

Il se trouve pourtant confronté à des défis majeurs : changement climatique, pression sur les ressources, évolutions sociétales et technologiques, exigences accrues en matière de durabilité. Ces mutations nous invitent à repenser notre modèle pour une Provence qui conjugue attractivité et responsabilité.

Dans ce contexte, le 7^e Schéma de développement du tourisme et des loisirs départemental traduit la volonté du Département et de Provence Tourisme d'engager une transition ambitieuse et concertée. Fruit d'une large mobilisation des acteurs locaux, il trace une trajectoire claire : celle d'un tourisme régénératif. Un tourisme qui ne se contente plus de limiter ses impacts, mais qui contribue activement à restaurer nos écosystèmes, à renforcer la cohésion sociale et à créer de la valeur partagée. Il fixe un cap à l'horizon 2040, en s'appuyant sur trois axes structurants : réinventer l'attractivité, expérimenter et soutenir les dynamiques locales, et copiloter avec les territoires pour assurer une gouvernance ouverte et efficace.

Provence Tourisme, en tant qu'agence de développement, se tiendra aux côtés des collectivités, des professionnels et des habitants pour accompagner cette évolution. Ensemble, nous avons la responsabilité d'inventer un tourisme plus équilibré, plus responsable et plus solidaire — un tourisme qui contribue pleinement à la vitalité économique, au rayonnement et à la préservation de notre environnement exceptionnel.

Ce 7^e schéma est au service des territoires : une ambition collective pour une Provence toujours plus accueillante, mais désormais exemplaire face aux défis d'aujourd'hui et de demain.

La Présidente de Provence Tourisme

SOMMAIRE

INTRODUCTION

Le contexte	p. 5
Les tendances du tourisme	p. 6
Le cadre réglementaire	p. 8
La méthode	p. 9

I. DIAGNOSTIC

1. Données géographiques générales	p. 13
2. Données environnementales	p. 14
3. Données économiques & sociologiques	p. 19
4. Focus chiffres-clés tourisme	p. 21
5. Retours des immersions de la caravane	p. 29
6. Analyse SWOT issue du diagnostic territorial	p. 32

II. ENJEUX ET ORIENTATIONS

1. Six défis à relever pour le schéma	p. 35
2. Le cap 2040 : du tourisme durable au régénératif	p. 37
3. Les conditions de succès du nouveau schéma	p. 37
4. Trois axes structurants pour construire l'avenir	p. 40

III. PROGRAMME D' ACTIONS

1. Réinventer l'attractivité	p. 45
2. Expérimenter et soutenir les dynamiques locales	p. 46
3. Copiloter avec les territoires	p. 48

ANNEXES

INTRODUCTION

Le contexte

Le tourisme connaît depuis la sortie de la pandémie une phase de croissance. En 2025, il a connu dans le monde une progression d'environ 5% des arrivées sur le premier trimestre, dépassant déjà les niveaux d'avant-crise dans de nombreuses régions.

Toutefois, cette dynamique s'accompagne de nombreuses fragilités. Les tensions géopolitiques à divers endroits du globe créent des zones d'incertitude. À cela s'ajoute la crise climatique, dont les effets sont de plus en plus visibles : vagues de chaleur extrêmes, incendies, inondations et montée du niveau des mers impactent directement la saisonnalité, les infrastructures et la perception des destinations. Sur le plan économique et social, l'inflation des coûts du transport et de l'énergie, la pression sur le pouvoir d'achat des ménages et les inégalités d'accès au voyage influencent fortement la demande. Le secteur doit aussi composer avec des crises sanitaires potentielles, la pandémie de Covid-19 ayant laissé une empreinte marquante qui rend voyageurs et autorités plus vigilants face aux épidémies émergentes. Enfin, des crises institutionnelles et sociétales se manifestent par endroit sur certains sites très fréquentés par moment. Ces facteurs combinés font du tourisme un secteur à la fois moteur de croissance mais aussi particulièrement vulnérable aux chocs globaux.

Les pratiques touristiques connaissent un basculement progressif. Du côté de la demande, on observe un report croissant vers les saisons intermédiaires. La sensibilité aux conditions climatiques (chaleur, incendies, risques hydriques) influence

fortement les décisions, tout comme la recherche de valeur et d'expériences authentiques. Les voyageurs adoptent rapidement les outils numériques, notamment les agents d'intelligence artificielle, pour s'informer, réserver et gérer leurs séjours en temps réel. Le télétravail bouscule également les comportements de mobilité, notamment chez les jeunes générations.

Côté offre, l'hébergement vit une recomposition : les locations saisonnières sont de plus en plus encadrées, obligeant les propriétaires à se conformer à de nouvelles règles tandis que l'hôtellerie mise sur la différenciation par les services et le développement durable. Le transport aérien poursuit sa mutation avec des offres plus personnalisées. Enfin, la gestion des flux touristiques est au cœur des stratégies de nombreuses destinations pour préserver la qualité de vie des habitants et l'expérience des visiteurs.

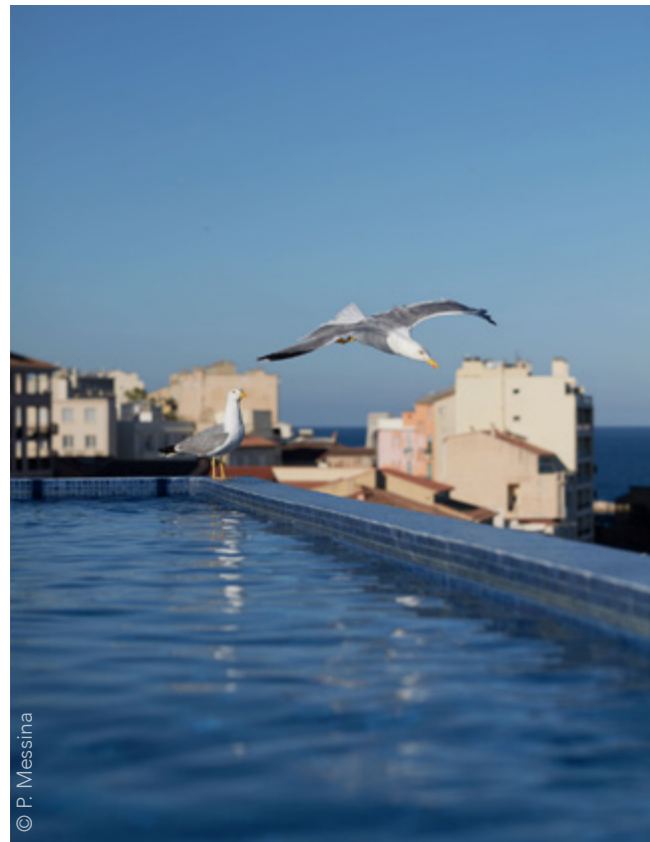
C'est dans ce contexte que le Département des Bouches-du-Rhône, avec Provence Tourisme, a engagé en 2024 un processus de réflexion stratégique ambitieux en vue d'élaborer le 7^e Schéma Départemental de Développement du Tourisme et des Loisirs. Ce processus, volontairement long, collectif et évolutif, a duré plus d'un an. Il s'est fondé non seulement sur des données économiques, sociales et touristiques, mais aussi sur une large consultation des acteurs du territoire qui a permis de faire un état des lieux des récits, enjeux touristiques et tensions écosystémiques qui sont au cœur de l'action publique.



Les tendances du tourisme

Les tendances du tourisme 2025 révèlent un panorama qui mêle constantes éprouvées et signaux émergents. Certaines dynamiques reviennent année après année et se vérifient déjà dans les données. D'autres restent encore partiellement observables, mais donnent clairement à voir des comportements émergents.

L'ambition de cette lecture est double : ancrer les décisions de court terme dans ce qui est récurrent et documenté et anticiper ce qui monte pour ajuster l'offre, la communication et la régulation des fréquentations. Autrement dit, lire le présent sans perdre de vue la trajectoire.



L'HYBRIDATION DES FORMES D'HÉBERGEMENTS

En 2025, la tendance se confirme : l'émergence des lieux hybrides bouscule les codes de l'hébergement. Par exemple, le concept "Bikube" combine hôtellerie, coliving et coworking, le tout associé une programmation culturelle. Pour leurs projets neufs ou de réhabilitation, les acteurs du secteur ont intérêt à capitaliser sur cette dynamique en concevant des espaces réellement multifonctionnels, brouillant les frontières entre travail, hébergement et sociabilité. (BPI : Tourisme : 9 transformations qui redéfinissent le secteur).

D'après l'EY Future Travel Behaviors Observatory 2025, l'hybridation des usages progresse nettement : un voyageur sur deux souhaite désormais combiner travail et loisirs au sein d'un même déplacement, avec des formats plébiscités tels que la workation¹ (23 %), le bleisure² (22 %), le nomadisme digital (19 %) et les séjours d'équipe (18 %). Cette dynamique est particulièrement marquée chez les jeunes générations où l'intérêt pour les voyages hybrides atteint 79% chez la Gen Z et 67 % chez les Millennials. Elle s'accompagne d'attentes très concrètes : connectivité fiable/haut débit, espaces dédiés au travail et services "sans friction" (transferts porte-à-porte réservés dès l'achat, rebooking simple, assurances flexibles) ainsi qu'une expérience digitale au niveau des meilleurs e-commerçants, incluant l'achat en un clic et l'accès à des services premium par abonnement.

¹ Workation : pratique qui allie travail et vacances

² Bleisure : tendance à agrémenter un voyage d'affaires d'activités de loisirs

L'IA COMME NOUVEAU MOTEUR DE REPONSE

Selon la même étude, la planification assistée par IA s'installe dans les usages : un voyageur sur deux se dit prêt à l'utiliser, tandis que l'emploi des chatbots progresse de 8 % à 12 %. Les attentes se concentrent sur trois moments clés du parcours : trouver des idées d'activités (38 %), choisir un hébergement (35 %) et arbitrer la destination/la saison (31 %). L'IA est perçue comme utile et innovante, même si des réserves persistent. Cette bascule a une conséquence directe sur la façon dont les voyageurs recherchent des lieux de vacances : pour être visibles et crédibles, les destinations — y compris les "infra-destinations" au sein d'un même territoire — doivent devenir IA-lisibles (contenus structurés, données à jour, FAQ claires) et s'appuyer sur l'IA pour relayer des informations fiables en continu. Dans ce contexte, le lancement de SearchGPT, moteur de recherche à base d'IA, renforce encore le rôle des assistants dans la découverte et la recommandation : la bataille de l'attention se déplacera davantage vers des réponses conversationnelles, ce qui exige des destinations qu'elles soignent autant la qualité de leurs données que la cohérence de leurs messages (Les numériques : SearchGPT).

Le rapport 2025 de Mary Meeker mesure l'ampleur de la bascule : ChatGPT totalise 365 milliards de recherches annuelles en deux ans, quand Google a mis onze ans à atteindre ce volume. Le voyage n'échappe pas à cette dynamique : la planification de séjours et l'automatisation hôtelière figurent déjà parmi les dix premiers usages de l'IA. Ces indicateurs confirment une adoption d'une rapidité inédite et un effet immédiat sur les comportements des voyageurs. (IA & Tourisme, 2025)

L'HYPER-PERSONNALISATION & L'EXPÉRIENCE ÉMOTIONNELLE

L'hyper-personnalisation, relancée par l'essor de l'IA, repose sur des données mieux qualifiées et segmentées, poussant les acteurs du tourisme à renforcer la qualité de leurs bases. Elle débute dès l'inspiration : les voyageurs attendent que la phase de rêve soit adaptée à leurs envies. Pour y répondre, compagnies aériennes, hébergeurs et autres doivent affiner la connaissance psychologique de leurs clientèles cibles et concevoir des campagnes dédiées par segment, afin de créer une connexion émotionnelle et d'aligner précisément offres et attentes (Travel Trends 2025, HBX).

Par ailleurs, la quête de solitude s'affirme aujourd'hui comme un choix pleinement assumé, encouragée par une volonté de se retrouver et de redonner du sens à ses déplacements. Le choix de destinations moins fréquentées, ou à des séjours planifiés hors haute saison, traduit une volonté d'éviter les foules tout en préservant la qualité de l'expérience. Si cette pratique est déjà bien ancrée chez les Millennials et la génération Z, elle émerge progressivement auprès d'autres profils de voyageurs.



TOURISME RÉGÉNÉRATIF : UNE TENDANCE QUI PERDURE ET ÉVOLUE

Face aux défis environnementaux, les voyageurs aspirent à contribuer positivement aux destinations qu'ils visitent, en laissant un impact bénéfique et durable par de nouvelles pratiques plus éco-responsables. Le tourisme régénératif va au-delà de la simple durabilité et vise à restaurer les systèmes naturels et culturels, tout en créant un impact positif pour les communautés locales.

Ce changement de paradigme influence la conception des offres touristiques et expérientielles qui privilégie la collaboration : OTA spécialisés, séjours bas-carbone, réaménagements des espaces de centre de vacances...

Source : Cahier-Tendances #8 : Paris&Co 2023

VERS DE NOUVEAUX HORIZONS DE VACANCES

Selon l'EY Future Travel Behaviors Observatory 2025, la pression du surtourisme pousse les voyageurs à revoir leurs pratiques et, très concrètement, à changer de destinations. Quatre sur cinq déclarent qu'ils adapteront leurs habitudes : partir hors-saison (42 %, et 51 % chez les Boomers), privilégier des lieux moins connus (36 %), éviter les voyages en groupe (35 %) et s'orienter vers des expériences "slow" (30 %). Autrement dit, la demande se déplace vers des périodes et des zones moins fréquentées. En miroir, les mesures de gestion les mieux acceptées sont les contrôles et sanctions (39 %), la réservation préalable pour l'accès aux sites populaires (37 %), les plafonds de visiteurs (36 %) et, dans une moindre mesure, une taxe de séjour ciblée (25 %).

Cette recomposition est aussi accélérée par le changement climatique, comme le rappelle le cabinet conseil Carbone 4. L'attractivité des destinations évolue : les stations de

montagne subissent la baisse tendancielle de l'enneigement, tandis que certaines destinations estivales très exposées aux canicules risquent d'être délaissées au profit de territoires plus tempérés. Les projections du Joint Research Centre confirment cette trajectoire : le Nord de l'Europe et les îles britanniques pourraient devenir de nouveaux pôles d'attraction et, corollaire logique, la saisonnalité comme les pics de fréquentation sont appelés à se décaler. (Carbone 4, les liens entre le tourisme et réchauffement climatique - Oct. 2024).

Le cadre réglementaire

Ce 7^e Schéma de Développement du Tourisme et des Loisirs dresse les grandes orientations et les axes de programme pour les cinq années à venir, avec un cap 2040.

D'un point de vue réglementaire, en France, le tourisme est régi par le Code du tourisme, entré en vigueur en 2006. Celui-ci encadre les activités et professions du tourisme, les équipements et aménagements, le financement de l'accès aux vacances, la fiscalité du tourisme, ainsi que l'organisation générale du tourisme.

Les réformes territoriales récentes ont renforcé ce cadre. La loi n°2014-58 du 27 janvier 2014, dite loi MAPTAM, et la loi n°2015-991 du 7 août 2015, dite loi NOTRe, ont redéfini l'organisation territoriale et l'exercice de la compétence tourisme. La loi NOTRe, troisième étape de la réforme des territoires après celles portant sur les métropoles (2014) et la délimitation des régions (2015), a confirmé que le tourisme est une compétence partagée.

L'article L.111-1 du Code du tourisme rappelle

ainsi que "l'État, les régions, les départements et les communes sont compétents dans le domaine du tourisme et exercent ces compétences en coopération et de façon coordonnée".

À l'échelle départementale, l'article L.132-2 du Code du tourisme dispose que "le comité départemental du tourisme, créé à l'initiative du conseil départemental, prépare et met en œuvre la politique touristique du département". Ce comité constitue l'outil opérationnel permettant au Département, qui conserve la compétence tourisme, de décliner sa politique et de fédérer les acteurs du territoire.

Dans les Bouches-du-Rhône, cette compétence tourisme est confiée à Provence Tourisme, Agence de Développement Touristique, qui élabore un schéma touristique départemental, en veillant à sa cohérence avec les orientations définies par le schéma régional de développement du tourisme et des loisirs.

La méthode

L'ambition de ce 7^e schéma est d'initier une transformation profonde et durable du secteur touristique. Aussi était-il impératif "d'embarquer" l'ensemble des acteurs du territoire afin d'échanger concrètement sur les enjeux, les attentes et les limites de notre système pour construire un dispositif réaliste, cohérent et qui équilibre les dimensions économiques et environnementales.

La méthode créée vise à insuffler une dynamique collective positive et constructive. Elle engage tous les acteurs du tourisme et au-delà du secteur par une immersion progressive sur le terrain, organisée sous la forme d'un cheminement sur différents sites emblématiques : **LA CARAVANE**.

Pour mener à bien cette démarche novatrice, Provence Tourisme s'est entouré de l'expertise

du cabinet ID Tourisme, spécialiste reconnu des stratégies de développement touristique durable. Ce partenariat a permis de structurer une méthodologie participative innovante : la caravane propose un voyage collaboratif et immersif. Chaque journée est conçue pour stimuler la réflexion collective, entre découvertes sur le terrain et temps de travail en intelligence collective. L'objectif est de poser les bases solides d'un schéma de développement du tourisme et des loisirs à la fois durable et aligné avec les spécificités du territoire.

Plus qu'un outil de concertation, la Caravane a été pensée comme un dispositif vivant de mobilisation territoriale, fondé sur l'écoute, la co-construction et la mise en mouvement.

La Caravane a traversé plusieurs bassins de vie - en Camargue, en Provence intérieure et sur le littoral marseillais - et a permis de croiser les regards d'élus, de professionnels, d'habitants, de jeunes, de gestionnaires d'espaces naturels, de chercheurs.

Son objectif est de faire émerger une vision désirable et crédible d'un tourisme utile, juste et respectueux, en cohérence avec les autres démarches engagées sur le territoire : stratégies de gestion des flux, plans climat, politiques culturelles, développement durable, mobilités douces, économie sociale et solidaire...

La Caravane a ainsi permis de structurer une base commune de compréhension et de convenir collectivement des actions prioritaires à engager pour accompagner la transformation du modèle touristique.

La concertation a été complétée par :

- **Des entretiens** en face à face avec les Directions du Conseil Départemental :

- Direction de l'Agriculture et des territoires
- Direction de la Culture
- Direction de l'Éducation et des collèges
- Direction de la Jeunesse et des Sports
- Direction des Relations internationales et des Affaires européennes
- Direction de l'Environnement, des Grands Projets et de la Recherche
- Direction des Routes et ports
- Direction Forêt et Espaces naturels
- Direction de l'Aide aux Communes
- Direction des Territoires et de l'Action Sociale
- Direction des Personnes Handicapées et des Personnes du Bel Âge
- Direction de la Vie Locale

- **Des ateliers** de fresque du climat, de la biodiversité et du carbone bleu suivis de séquences de concertation sur les enjeux du développement pour un tourisme durable et les actions à déployer avec les acteurs suivants :

- Offices du tourisme
- Conseil de Provence/commission attractivité du territoire
- Chambre de Commerce et d'industrie Aix Marseille-Provence
- Femmes chefs d'entreprise
- Club Association Progrès du Management Marseille Provence
- Comités Départementaux Sportifs
- Club Culture Store

Au total ce sont près de 300 personnes qui ont participé aux travaux dans le cadre des différents échanges.

Il est à noter que ce 7^e schéma fait suite à la production du schéma métropolitain et du schéma régional auxquels Provence Tourisme a contribué :

- 2023/2028 Le Schéma Régional de Développement du Tourisme et des loisirs
- 2024/2028 Le Schéma Métropolitain de Développement du Tourisme, pour lequel Provence Tourisme et le service tourisme de la Métropole ont animé la concertation auprès de 20 maires, 63 élus métropolitains, des directeurs d'offices du tourisme et la réflexion sur les thématiques de l'emploi, du congrès ou encore des hébergements.



© M. Manoukian



© V. Beaume / B. Soullage

I. DIAGNOSTIC

Il est donné à lire une synthèse du diagnostic qui figure intégralement en annexe au document.

I. Données géographiques générales

a. Géographie et paysages

Le département des Bouches-du-Rhône s'étend sur une superficie de 5087 km² et se distingue par une diversité géographique unique, mêlant espaces urbains, ruraux, littoraux, et zones naturelles protégées. Sa situation stratégique entre le Rhône et la Méditerranée en fait un carrefour majeur, à la fois économique et écologique.

- Trois parcs naturels régionaux (Camargue, Alpilles, Sainte-Baume), un parc national (Calanques), un Grand Site de France (Concors Sainte-Victoire, un parc marin (Côte Bleue) et des zones classées Natura 2000. Au total 60% du département est couvert en aires protégées.
- 440 km de littoral : cette longueur comprend diverses zones côtières, telles que la Camargue, la Côte Bleue, les calanques de Marseille à La Ciotat, ainsi que le littoral intérieur de l'étang de Berre.
- Massifs et reliefs calcaires : les montagnes de la Sainte-Victoire et de la Sainte-Baume, des Alpilles.
- Zones humides : la Camargue, véritable mosaïque de biodiversité, abrite des étangs et des salins d'importance internationale. L'Étang de Berre, le plus grand étang salé d'Europe, situé à l'ouest de Marseille. Il est connecté à la mer Méditerranée par le canal de Caronte. Bien

que partiellement industrialisé, il est entouré de zones naturelles importantes. Il joue un rôle économique clé, notamment pour les activités portuaires et industrielles.

- Le département est traversé par des cours d'eau importants, notamment le Rhône, qui se divise en Grand Rhône et Petit Rhône en Camargue. A cela, s'ajoutent la Durance, affluent majeur du Rhône, ainsi que l'Huveaune ou encore la Touloubre.

b. Destinations infras

Le département regroupe plusieurs sous-destinations touristiques bien identifiées. Ce découpage est le fruit de réflexions et d'analyses paysagères pour regrouper trois identités distinctes ne tenant pas compte des limites administratives.

Chacune possède une identité forte et des atouts spécifiques. Analyser la filière touristique du département en le segmentant selon trois grandes destinations infra - Camargue, Provence intérieure et Marseille & le Littoral - permet d'adopter une approche plus fine et adaptée aux dynamiques territoriales et aux enjeux spécifiques de chaque zone. L'ensemble des analyses reposeront sur ce découpage en trois destinations infra.

c. Mobilité et accessibilité du territoire

Le département bénéficie d'un positionnement particulier grâce à la présence de grandes villes dynamiques comme Marseille et Aix-en-Provence, du Grand Port Maritime de Marseille, premier port maritime de France,

qui renforce son attractivité et sa connectivité internationale et de l'aéroport Marseille Provence, 2^e aéroport de Provence derrière Nice et devant Lyon Saint-Exupéry avec plus de 11 millions de passagers connectés à 130 destinations dans 40 pays.

Le territoire est connecté par un réseau d'autoroutes Nord-Sud et Est-Ouest important. Il bénéficie de la présence de 3 gares TGV dont l'une en périphérie (Aix-en-Provence TGV, Marseille-Saint-Charles, Avignon TGV) complétés par 8 gares TER importantes (Marseille Saint-Charles, Aix-en-Provence centre-ville, Arles, Martigues, Istres, Miramas, Salon-de-Provence, Aubagne et La Ciotat-Ceyreste).

Les transports en commun sont assurés par 3 réseaux :

La Métropole Mobilité qui regroupe 5 réseaux couvrant Marseille et ses alentours, Aix et ses alentours, Le pays de Martigues et Istres Ouest Provence, La Ciotat et Ceyreste et Salon Etang Côte Bleue.

Le réseau régional ZOU! qui propose des lignes interurbaines reliant différentes communes des Bouches-du-Rhône et des départements voisins.

La Régie Départementale des Transports des Bouches-du-Rhône (RDT13) qui exploite plusieurs lignes régulières et scolaires dans le département, contribuant au maillage du territoire en complément des autres réseaux.

Le territoire des Bouches-du-Rhône dispose d'une infrastructure de transports très développée, facilitant les échanges et les déplacements à l'échelle locale, nationale et internationale. Grâce à son réseau autoroutier dense, son port maritime, ses lignes TGV et son aéroport international, le département est un carrefour majeur en Méditerranée. La mobilité interne reste parfois une problématique sur l'ensemble du territoire.

2. Données environnementales

a. Données générales

Le département bénéficie de la présence de 3 parcs naturels régionaux, d'un parc national, d'un parc marin, d'un grand site de France et de zones classées Natura 2000 pour la préservation de la faune et de la flore. Par ailleurs il offre une grande diversité de milieux naturels dont des étangs et marais, des fleuves et milieux rivulaires, la mer et son littoral, des massifs et collines, les pelouses de la Crau et des milieux urbains.

b. Les impacts du changement climatique

Augmentation des températures

Selon le Groupe Régional d'Experts sur le Climat (GREC-SUD), la température moyenne annuelle pourrait augmenter de +1,9°C à +5,5°C d'ici 2100, selon les zones géographiques et les scénarios de concentration des gaz à effet de serre (RCP) envisagés.

Pour Aix-en-Provence, par exemple, les températures estivales pourraient s'élever de +3,4°C selon le scénario intermédiaire (RCP 4.5) et de plus de +6°C dans le scénario le plus pessimiste (RCP 8.5).

La région, déjà sujette à des périodes de sécheresse, est exposée à une réduction des précipitations estivales et une augmentation de la fréquence de ces épisodes de sécheresse.

Diminution des ressources en eau et salinité

La baisse des précipitations, combinée à une augmentation des températures, conduira à une réduction significative des nappes phréatiques, notamment la nappe de la Crau, qui pourrait diminuer de 30 % d'ici 2030, augmentant la vulnérabilité aux incendies, déjà critique.

Les espaces littoraux sont particulièrement concernés par la montée du niveau de la

mer (phénomène mondial, entraîné par le réchauffement climatique et la fonte des glaciers). Le littoral des Bouches-du-Rhône est confronté à un risque accru d'intrusion saline dans les nappes phréatiques, ce qui pourrait affecter la qualité de l'eau potable, ainsi que les cultures environnantes.

(Source : Le Département face aux transitions et aux crises Thème 1.1 – Transition écologique et climatique).

c. Protection de la Biodiversité

Si la protection de la biodiversité repose avant tout sur la préservation des milieux naturels et des formes de vie qu'ils abritent, il est important de noter que l'enjeu de fonctionnalité des écosystèmes est étroitement lié à l'ensemble des activités humaines menées sur le territoire. Au cœur des villes, dans leur périphérie, ou en zone rurale, la biodiversité apporte de nombreux bénéfices qui contribuent au bien-être de la société et sont indispensables à une prospérité économique pérenne. On parle de services écologiques rendus par les écosystèmes.

L'état des lieux des connaissances de la faune et de la flore recense à ce jour 8 844 espèces dont 525 protégées et 201 menacées de disparition.

(Source Stratégie Départementale pour la Biodiversité 2022- 2027).

Dans le département la biodiversité est fragilisée en raison notamment de la salinisation et l'artificialisation des sols, de l'augmentation des plantes invasives ou de la pollution marine.

La biodiversité constitue un fondement essentiel des territoires touristiques et s'inscrit pleinement dans les réflexions sur leur développement. Comprendre les enjeux macro-environnementaux permet d'orienter les décisions vers des choix éclairés, contribuant à préserver l'équilibre global des écosystèmes dont dépend la qualité des expériences touristiques comme celle de la vie locale.



d. Émission de GES

Une connaissance fine des émissions de gaz à effet de serre est cruciale pour évaluer l'impact des activités sur le climat et orienter des choix qui garantissent la stabilité des écosystèmes.

Toutefois, il n'existe aucune analyse des émissions de GES à l'échelle départementale, le dernier Bilan des Émissions de Gaz à Effet de Serre (BEGES) établi par le Conseil Général des Bouches-du-Rhône remontant à 2011 et se limitant aux émissions internes générées par les bâtiments, les transports et les activités directement liées au fonctionnement de la collectivité dans le territoire.

Le département est ainsi exposé aux risques en cascades : augmentation des températures, épisodes de sécheresse plus importants, baisse des précipitations avec pour conséquence des risques incendies accrues, des tensions sur la ressource en eau, etc.

Les destinations touristiques infra-départementales ne sont pas toutes impactées de la même manière.

La Camargue

La Camargue, vaste zone humide à l'environnement fragile, se caractérise par une faible densité urbaine, une économie tournée vers l'élevage et le tourisme de nature, avec une accessibilité fragmentée au littoral, enjeu induit par la configuration de la destination et son activité maritime.

Les enjeux spécifiques de la destination concernent la gestion de l'eau, l'érosion et submersion, la biodiversité, les conflits entre tourisme et activités locales, la présence des moustiques et la proximité des sites industriels.

Marseille et le littoral

Ce territoire mêle littoral urbain et industriel : le grand port maritime de Marseille, Marseille, les infrastructures autour de l'Étang de Berre, et des paysages naturels remarquables comme les Calanques. La côte alterne plages, ports et zones rocheuses. L'activité maritime y est centrale, entre transport, pêche et plaisance. Cette diversité fait de ce bassin un pôle économique et environnemental majeur.

Les enjeux spécifiques de la destination concernent la pollution et mondialisation du tourisme, la dégradation du littoral marseillais, la pression sur les espaces naturels, les conflits d'usages et tensions démographiques et la demande croissante d'espaces verts.

Provence intérieure

La Provence intérieure se caractérise par des massifs calcaires (Sainte-Victoire, Alpilles), des plaines agricoles avec vignobles et champs de lavande, des forêts méditerranéennes de chênes et pins, des villages perchés offrant de superbes panoramas. Ce territoire est marqué par une dualité entre des villes à renommée internationale (Aix-en-Provence, Saint-Rémy-de-Provence) et des zones plus rurales avec une forte activité agricole.

Les enjeux spécifiques de la destination concernent l'impact du changement climatique - sécheresses, risque accru d'incendies, tension sur la ressource en eau - ainsi que l'artificialisation des espaces et la pression démographique.



e. La protection de l'environnement par le Département

Le département, en tant que propriétaire foncier majeur, exerce ses compétences en gestion et protection du patrimoine naturel. Il agit notamment pour protéger les forêts, la faune et les sites protégés, lutter contre le changement climatique, préserver la biodiversité et promouvoir des modes de production responsables. Parallèlement, il soutient les associations environnementales et investit dans des programmes de gestion optimisée de l'eau (Source CD13).

Les actions du département sur le pilier environnemental :

Protection des Espaces Naturels : Les aires protégées représentent environ 60 % du territoire, dont 7% sont en protection forte. Pour renforcer cette protection un Comité Départemental des Aires Protégées (CDAP) animé par la DREAL et la DDTM réunissant les différents acteurs concernés (communes, Métropole Aix Marseille Provence, Conseil Départemental, Conseil Régional, associations, gestionnaires d'espaces naturels) devrait permettre à l'horizon 2027, un objectif de 8,6 % du département en protection forte et 10% en 2030.

(Source - Communiqué de presse, Comité Départemental des Aires Protégées, 12 décembre 2024).

Le Schéma Départemental de la Biodiversité vise à inscrire la politique départementale en cohérence avec les autres stratégies territoriales. Sur le secteur du tourisme il précise la nécessité de faire coexister durablement activités touristiques et équilibre écologique, en s'appuyant sur le tourisme de nature et écoresponsable, une meilleure gestion des flux en particulier dans les espaces sensibles, la formation des acteurs touristiques et la sensibilisation des visiteurs.

Agenda Environnemental : lancé en 2018 avec un budget de plus d'un milliard d'euros sur cinq ans, ce plan s'articule autour de quatre axes principaux : amélioration de la qualité de l'air, préservation de la biodiversité, investissement dans les nouvelles énergies et protection du littoral.

Soutien à la Mobilité Durable : encouragement à l'adoption de véhicules électriques et de vélos à assistance électrique, avec des aides financières pour les particuliers.

Gestion Durable de l'Eau : aide à l'acquisition de récupérateurs d'eau de pluie pour les particuliers, afin de promouvoir des pratiques économes en eau.

Les actions engagées par le Département reflètent une démarche structurée visant à articuler les dimensions réglementaires, territoriales et sociétales de la transition environnementale.

Le secteur touristique fait l'objet d'une attention particulière, notamment au regard de la nécessité de concilier attractivité du territoire et préservation des milieux naturels. La dépendance du tourisme à la qualité environnementale est reconnue, de même que les enjeux liés à la régulation des flux de visiteurs, dans une optique de limitation des pressions sur les écosystèmes sensibles.

f. Les autres acteurs du territoire engagés pour la protection de l'environnement

Le Conservatoire du littoral, un établissement public sans équivalent en Europe dont la mission est d'acquérir des parcelles du littoral menacées par l'urbanisation ou dégradées pour en faire des sites restaurés, aménagés, accueillants dans le respect des équilibres naturels.

La Tour du Valat est un institut privé de recherche implanté en Camargue. Il mène des recherches appliquées sur la conservation et la gestion des zones humides méditerranéennes, en expérimentant des pratiques agricoles et cynégétiques compatibles avec la préservation de la biodiversité. Il abrite également un centre documentaire de référence en écologie des zones humides, consulté par des chercheurs, enseignants et stagiaires du bassin méditerranéen.

Le Conservatoire botanique méditerranéen réalise l'inventaire de la flore et des habitats naturels et semi-naturels, en collaboration avec un réseau de scientifiques (universités, muséums...) et de botanistes de terrain : repérage et recensement des populations d'espèces menacées, évaluation de leur état, nature et niveau de menace.

Le Conservatoire d'espaces naturels de Provence-Alpes-Côte d'Azur œuvre pour un équilibre entre l'Homme et la Nature et pour le maintien d'un patrimoine naturel vivant pour les générations actuelles et futures. Son action s'articule autour de cinq axes majeurs : Connaître pour mieux comprendre et agir ; Protéger durablement ; Gérer des sites naturels ; Valoriser la nature pour transmettre et partager ; Informer et sensibiliser le public pour l'amener à prendre conscience de la valeur patrimoniale des espèces et de leurs habitats et de la nécessité de les conserver pour les générations futures

Le Parc National des Calanques contribue à l'éducation à l'environnement et au développement durable ainsi qu'au respect de la nature. Il participe à des programmes de formation d'accueil du public et de sensibilisation à l'environnement.

Les Parcs Naturels Régionaux animent et coordonnent les actions économiques et sociales pour assurer une qualité de vie sur leurs territoires ; ils soutiennent les entreprises respectueuses de l'environnement qui valorisent ses ressources naturelles et humaines.

- Ambitions de la Charte du PNR de Camargue 2011-2022 : Renforcer la solidarité territoriale, la cohésion sociale et améliorer le cadre de vie.
- Engagements dans le secteur du tourisme issues de la Charte du PNR des Alpilles, 2023-2038 : construire une offre territoriale cohérente et diversifiée, reposant sur les atouts et patrimoines locaux.
- Engagements pour un tourisme durable, inscrits dans la Charte du PNR de la Sainte- Baume, 2018-2032 : Accompagner et promouvoir le développement d'un tourisme durable.

Le Parc Marin de la Côte Bleue assure une gestion cohérente d'un grand espace maritime en intégrant l'ensemble des politiques publiques sur la biodiversité.

Le Grand Site Concors - Saint-Victoire œuvre pour protéger, valoriser les massifs de Concors & Sainte-Victoire en sensibilisant les visiteurs, et en participant à la surveillance et à l'entretien régulier des espaces naturels ainsi qu'au suivi annuel de la biodiversité du territoire.



3. Données économiques & sociologiques

a. Données générales

En 2022, le département compte environ 2 millions d'habitants, se classant au 3^e rang national en termes de population. La métropole Aix-Marseille-Provence concentre 92 % de la population, dont 43 % résident à Marseille.

Les principales filières économiques concernent la Santé, l'Aéronautique & mécanique, le Maritime & logistique, les Industries culturelles et créatives, numérique et microélectronique, les Energies & environnement et le Tourisme & Art de vivre.

L'économie est majoritairement orientée vers le secteur tertiaire, qui représente 83,4 % de l'emploi total, une proportion supérieure à la moyenne nationale (78,6 %).

b. Actions du département

ÉCONOMIE

Le Conseil départemental intervient dans les domaines de l'emploi et de l'aménagement du territoire, en favorisant l'insertion professionnelle, en particulier pour les publics éloignés du marché du travail. Il soutient les initiatives visant à améliorer l'attractivité du territoire, à développer l'emploi et renforcer la compétitivité du territoire.

Depuis 2019, le Département a considérablement renforcé son action européenne, mobilisant plus de 25 M€ de fonds européens au bénéfice du territoire. Ces financements ont permis notamment l'aménagement de pistes cyclables.

Le Département dispose par ailleurs d'une représentation permanente à Bruxelles, partagée avec la Métropole Aix-Marseille-Provence, qui défend les intérêts des deux collectivités auprès

des institutions européennes et facilite l'accès aux financements européens.

Participation à la Planification Territoriale : le département est consulté lors de l'élaboration des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU), des Schémas de Cohérence Territoriale (SCOT), des Directives Territoriales d'Aménagement (DTA) et des schémas régionaux comme le Schéma Régional d'Aménagement et de Développement Durable du Territoire (SRADDT) et le Schéma Régional de Cohérence Écologique (SRCE).

Soutien aux Communes : le Département accompagne les 119 communes dans la réalisation de projets essentiels visant à améliorer le cadre de vie, dynamiser l'attractivité des territoires et soutenir la transition écologique et énergétique. Cela inclut la construction et la rénovation d'écoles, de stades, de piscines, de musées, de bâtiments publics, de routes et de parcs.

Soutien de la recherche et de l'enseignement supérieur : via l'aide aux étudiants (financement de logements universitaires, accompagnement sur la professionnalisation et les conditions de vie) et le soutien à la recherche (prix départemental pour la recherche, appels à projets pour financer des initiatives scientifiques et équipements), investissement dans les infrastructures et promotion de la culture scientifique.

Soutien aux Projets Innovants : appel à projets pour financer des équipements dans le cadre de programmes de recherche innovants, afin de dynamiser le tissu économique local.

Emploi : mise en œuvre du "Pacte d'Objectifs pour l'Emploi" qui offre aux acteurs économiques un cadre expérimental et de financement. Il cible tous les publics en recherche d'emploi du Groupe Expert Emploi (GEE) chargé de proposer des solutions pour améliorer la compréhension mutuelle entre acteurs du marché du travail et diffuser des bonnes pratiques en ressources humaines.

SOCIAL

Le Département s'engage dans le domaine social en mettant en place des initiatives en matière de solidarité, d'éducation, d'insertion et d'accès au sport. La solidarité étant une des compétences du département, la partie sociale est ainsi une thématique très largement couverte dans ses actions.

Solidarité : Plan Pauvreté et Pacte des Solidarités - Orientation, accompagnement social et professionnel, et placement en emploi des personnes en situation de précarité, Appel à Projets pour l'Accueil de la Petite Enfance 2025, Fonds d'Aide aux Jeunes (FAJ).

Insertion sociale et professionnelle : chantiers d'insertion, clauses d'insertion dans les marchés publics.

Éducation : Plan Charlemagne 2017-2027 (Rénovation, numérisation des collèges), Actions Éducatives 2025-2026 (Appel à projets pour soutenir des initiatives favorisant l'épanouissement personnel et l'engagement citoyen des collégiens) Projets pédagogiques sur la biodiversité (financement de projets comme la création de potagers, ou des actions de sensibilisation à la biodiversité et au développement durable).

Jeunesse : carte CJEUNE : faciliter l'accès à la culture, aux sports et aux loisirs, Service Civique de Provence (encouragement aux missions d'intérêt général).

Sport et Culture : "Ensemble en Provence" (Croisement des actions dans les domaines du social, de la culture, de l'environnement et du sport), Rénovation des Infrastructures Sportives.



4. Focus chiffres-clés tourisme

Source : Provence Tourisme

a. Offre

La capacité d'accueil des Bouches-du-Rhône est estimée à plus de 368 000 lits touristiques hors hébergement en résidences principales des parents et/ou amis en 2025.

Près d'un tiers de ces lits touristiques sont des hébergements marchands classés et non classés (hôtels, campings, résidences de tourisme...), labellisés et non labellisés (meublés, chambres d'hôtes, gîtes d'étapes et de séjours...), référencés par les offices du tourisme et de 51 050 résidences secondaires (source INSEE 2024). Les 2/3 restants sont des résidences secondaires dont une partie est utilisée à des fins de location saisonnière (les meublés).

En 2025, le parc d'hébergements marchands se compose de **467 hôtels offrant une capacité d'accueil de plus de 41 200 personnes, positionnant le département au troisième rang national derrière Paris et les Alpes-Maritimes**. Ce parc hôtelier a légèrement augmenté au cours de l'année précédente, offrant un nombre supérieur de lits. Par ailleurs, on compte 67 campings et parcs résidentiels de loisirs avec une capacité d'accueil de près de 28 000 personnes, ainsi que 85 résidences de tourisme et hébergements assimilés proposant près de 19 800 lits. Entre 2015 et 2025, le département des Bouches-du-Rhône a connu une augmentation significative de sa capacité d'accueil en hébergements marchands, enregistrant une hausse de 15 %, soit une croissance moyenne annuelle de 1,59 %.

Concernant les hébergements non marchands, les résidences secondaires constituent une part notable du parc immobilier. En 2024, le département comptait près de **50 000 résidences**

secondaires, représentant environ 5 % du parc de logements des Bouches-du-Rhône, une proportion inférieure à la moyenne régionale de 18 % et nationale de 10 %. Toutefois, certains territoires du département se distinguent nettement par la part importante de résidences secondaires dans leur tissu urbain. C'est notamment le cas des Saintes-Maries-de-la-Mer, où elles représentent 44 % des logements, mais aussi de Cassis (26 %) et de La Ciotat (24%).

Une large partie de ces résidences secondaires sont mises en locations saisonnières, à l'instar de certaines résidences principales. En 2024, Le parc des **locations saisonnières** est estimé à plus de 44 000 logements proposés au moins une nuit, en progression de 20% depuis 2019.

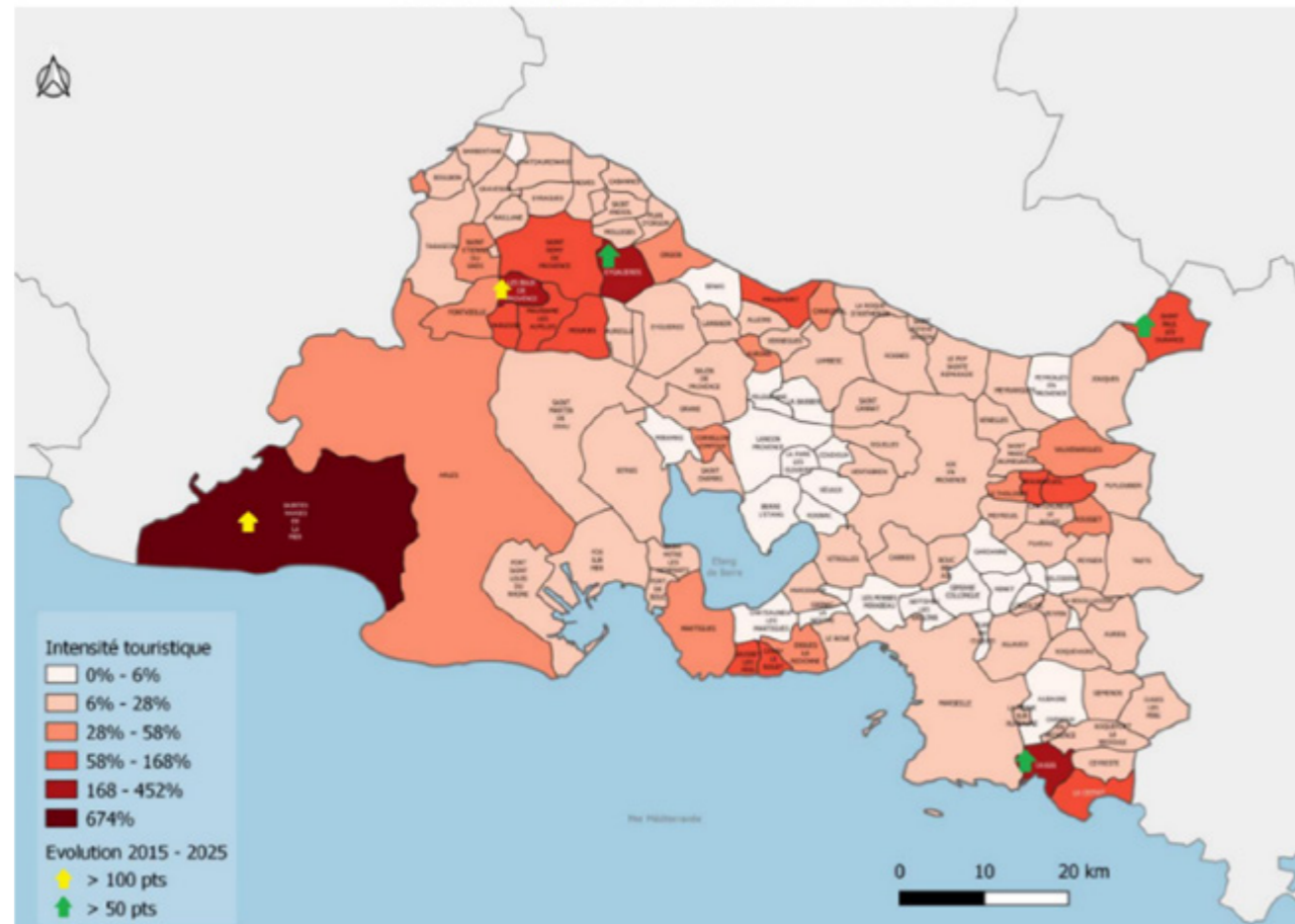
Le département compte 109 établissements éco-labellisés.

La population touristique exerce sur un territoire une pression plus ou moins forte. Cette pression s'estime par l'intensité touristique qui exprime le rapport entre le nombre de lits touristiques d'un territoire et sa population (le nombre de lits touristiques inclus les hébergements non marchands, les résidences secondaires etc.).

Avec une densité de population élevée, le **département des Bouches-du-Rhône présente une intensité touristique relativement faible, s'établissant à 18 %**. Autrement dit, la capacité d'accueil en lits touristiques équivaut à 18 % de la population départementale, un ratio nettement inférieur aux moyennes régionale (65 %) et nationale (34 %).

Cependant, **certaines communes se distinguent par une intensité touristique bien plus marquée**. C'est notamment le cas des Saintes-Maries-de-la-Mer, où la capacité d'accueil atteint 674 % de la population, soit près de sept fois plus d'hébergements que d'habitants. Les Baux-de-Provence (452 %) et, dans une moindre mesure, Cassis (214 %), présentent également des niveaux élevés.

INTENSITÉ TOURISTIQUE DANS LES BOUCHES-DU-RHÔNE EN 2025



Entre 2015 et 2025, les Bouches-du-Rhône ont connu une augmentation de 15 % de leur capacité d'accueil en hébergements touristiques marchands, avec plus de 368 000 lits touristiques estimés en 2025. Le parc hôtelier est particulièrement développé (467 hôtels, 41 200 lits), positionnant le département au 3^e rang national. Le nombre de résidences secondaires atteint 51 050, représentant 5 % des logements, un taux inférieur aux moyennes régionale (18 %) et nationale (10 %), mais nettement plus élevé dans certaines communes comme les Saintes-Maries-de-la-Mer (44 %) ou Cassis (26 %). Ces résidences secondaires sont en grande partie louées, à l'instar de certaines résidences principales : en moyenne, plus de 44 000 logements sont proposés au moins une nuit à la location

L'intensité touristique départementale reste faible (18 %), mais certains territoires affichent des taux très élevés (jusqu'à 674 %) indiquant une pression touristique forte.

Les chiffres-clés du tourisme

En termes d'activité touristique, le territoire des Bouches-du-Rhône occupe une position forte dans le paysage des destinations françaises.

- **9,2 millions de touristes accueillis chaque année.** Avec le Var et les Alpes-Maritimes, un des territoires français (hors Paris) qui accueillent le plus grand nombre de touristes.
- **46,3 millions de nuitées** dont 81 % des nuitées dans la métropole, soit quelques 37,8 millions de nuitées. Marseille et le Pays d'Aix accueillent près de 53% des nuitées.
- Le département est dans le top 10 des destinations fréquentées par la clientèle française avec notamment le Var, Paris, l'Hérault, la Charente-Maritime ou encore la Gironde.
- **3,4 milliards d'euros dépensés par les touristes chaque année**, soit 20% des dépenses des touristes en Provence-Alpes-Côte d'Azur.
- 31 millions d'euros de taxe de séjour collectés.
- **32 300 emplois salariés** liés au tourisme en 2019, soit 26% des emplois salariés de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Le département est le 2^e département employeur de la Région derrière les Alpes-Maritimes et 4^e de France derrière Paris, la Seine et Marne et les Alpes-Maritimes

Sources : CRT PACA / Provence Tourisme / INSEE

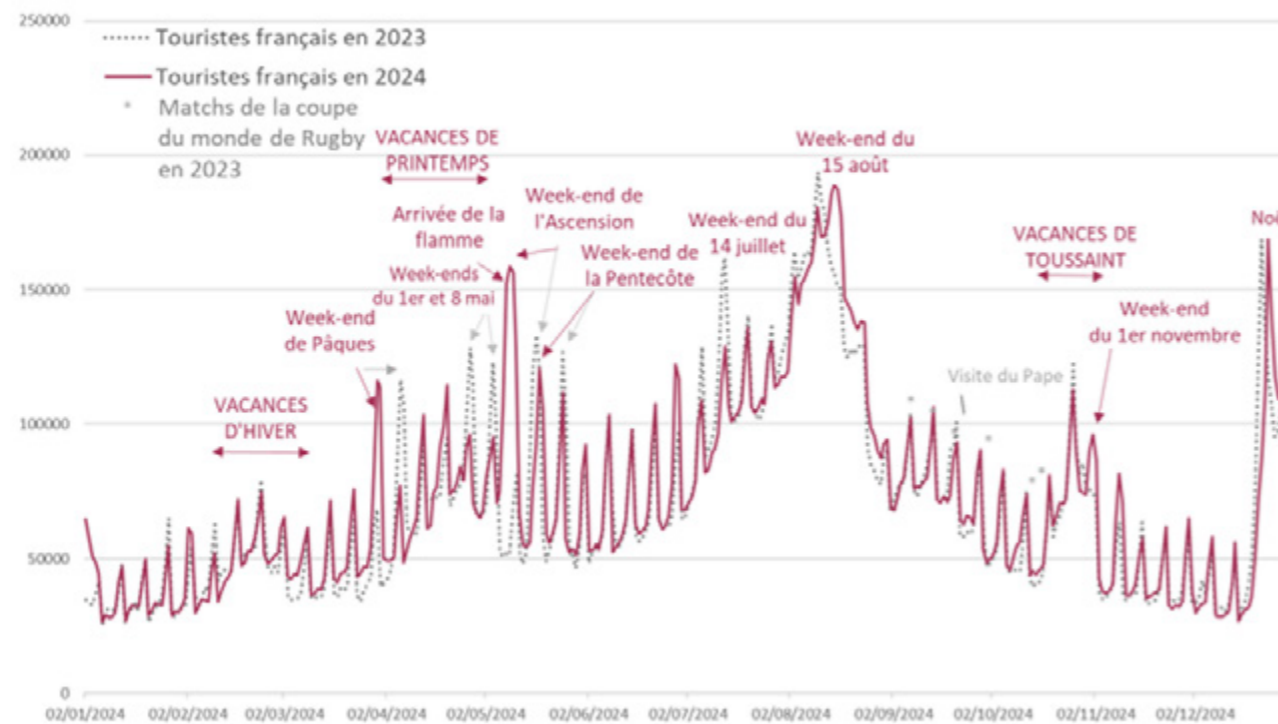


b. Demande

Le marché français

La clientèle touristique est essentiellement une clientèle française (74% des séjours), originaire essentiellement de Provence-Alpes-Côte d'Azur, d'Ile-de-France et d'Auvergne-Rhône-Alpes.

NUITÉES TOURISTIQUES FRANÇAISES DANS LES BOUCHES-DU-RHÔNE EN 2024 VS 2023
Source : Orange Business – Provence Tourisme



Le marché régional est le plus important en termes de séjour et se caractérise par une présence touristique répartie sur toute l'année, avec un pic de fréquentation pendant les fêtes de Noël, ce qui suggère un tourisme d'ordre affinitaire.

Les touristes franciliens sont principalement présents en été et prolongent davantage leur séjour, ce qui s'explique par l'éloignement géographique.

Quant aux touristes originaires de la région Rhône-Alpes, ils fréquentent le territoire tout au long de l'année, avec une prédilection pour les week-ends prolongés du printemps.

Ces comportements s'interprètent aisément au regard de la distance entre les régions d'origine et le département, ou de l'attachement familial présumé, notamment autour des périodes festives.

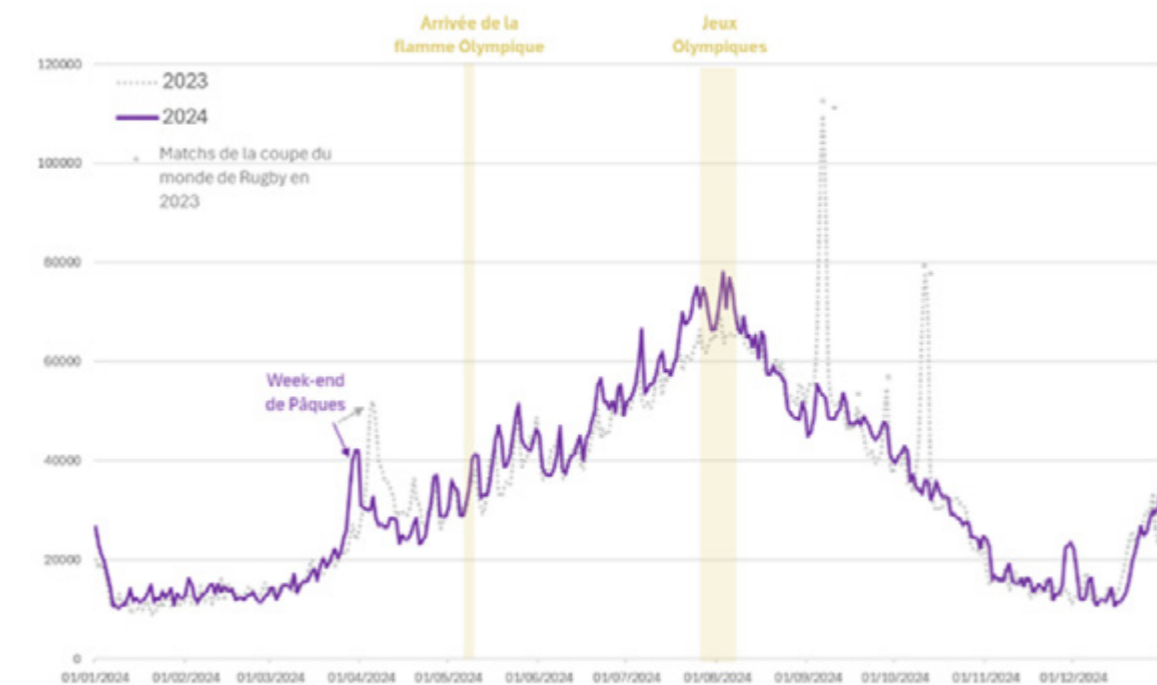
Le marché international

La clientèle internationale (26% des séjours) vient quant à elle essentiellement d'Allemagne, des États-Unis, du Royaume-Uni d'Italie et de Suisse. Ces 5 clientèles représentent 45% des séjours.

La part des clientèles internationales a progressé passant de 13% des séjours en 2011 à 25,7% des séjours en 2022 avec une présence plus importante des clientèles allemandes et américaines. La durée moyenne des séjours (6,5 jours vs 6 jours) et la dépense moyenne (124€ vs 95€ en euros constants) se sont contractées. (Source : étude de la clientèle touristique de 2024 – Provence Tourisme).

NUITÉES TOURISTIQUES DES PRINCIPALES CLIENTÈLES INTERNATIONALES EN 2024 VS 2023
Source : Orange Business – Provence Tourisme

Allemagne, Belgique, Espagne, États-Unis, Italie, Royaume-Uni et Suisse



La part de la clientèle internationale s'est accrue depuis 2011, avec une durée de séjour stable et une dépense moyenne en retrait.



c. La filière culture

Depuis Marseille Provence, capitale européenne de la culture en 2013, la culture est devenue un véritable moteur de développement territorial : de nouveaux équipements emblématiques ont vu le jour, une politique culturelle structurée s'est affirmée et les liens entre culture et tourisme se sont renforcés. L'offre s'est diversifiée au-delà du patrimoine et des traditions, portée notamment par des festivals majeurs et des musées incontournables.

Avec une ville et un site inscrits au Patrimoine Mondial de l'Unesco, d'innombrables monuments remarquables, plus de 160 musées et des festivals à rayonnement international, la culture constitue l'un des piliers de l'attractivité touristique du département. 31% des touristes visitent des musées ou monuments au cours de leur séjour (soit 2,8 millions de touristes extra-départementaux qui réalisent près de 15,2 millions de nuitées), et 12% d'entre eux assistent à un événement culturel. En moyenne, les touristes en séjour avec une pratique culturelle dépensent près d'1,1 milliards d'euros de dépenses qui sont faites dans le territoire chaque année par cette clientèle.

Parmi les musées les plus fréquentés, on peut citer les carrières de lumières (760 000 entrées en 2024), le MUCEM (385 000 entrées en 2024) ou encore l'Hôtel Caumont (340 000 entrées en 2024).

d. La filière gastronomie

La gastronomie et les vins incarnent l'art de vivre provençal et représentent un poids économique majeur.

35 % de la dépense touristique est consacrée à l'alimentation, soit près de 1,2 milliard € par an dans les Bouches-du-Rhône. Alors que l'agriculture occupe une place prépondérante (4 900 exploitations réparties sur un tiers de la superficie du territoire, 1^{er} département pour la production de tomates, salades, courgettes, pêches, nectarines, poires, riz et olives, 1^{er} département en termes de proportion de terres cultivées en bio), de nombreux produits identitaires sont protégés (huile d'olive de la Vallée des Baux AOP, riz de Camargue IGP...)

Par ailleurs, près de 2 900 restaurants sont recensés dans la base de données touristique départementale, dont plus de 200 sont distingués par un label, un référencement ou une démarche



qualité, et 24 sont étoilés au guide Michelin en 2025 (dont quatre 3*).

En ce qui concerne la production de vins, ce sont 185 viticulteurs, dont une grande partie est engagée en faveur de la transition agro-écologique, qui produisent des vins protégés par les 3 IGP et les 6 AOP du territoire.

e. La filière rando/vélo

Les Bouches-du-Rhône proposent aujourd'hui plus de 1 400 km de voies cyclables dont 221 km de voies vertes, permettant à la pratique douce du vélo de se déployer dans des paysages variés, du littoral aux collines intérieures. Le département a également tracé et balisé 290 km de parcours VTT sur 6 domaines emblématiques. Par ailleurs, des boucles thématiques phares relient les Alpilles à la Camargue et sillonnent les massifs de Sainte-Victoire ou le piémont du Garlaban. Les structures labellisées "Accueil Vélo" se portent à 43 en 2025, en forte augmentation ces dernières années.

En termes de randonnée pédestre, les Bouches-du-Rhône proposent de découvrir plus de 150 parcours de balades et randonnées pédestres. Le comité départemental de la fédération de randonnée assure le recensement, le balisage et la diffusion de près de 600 km de sentiers. Plusieurs itinéraires de Grande Randonnée (GR®) traversent le département, renforçant sa position comme carrefour pédestre de Provence.

Au cours de son séjour, 40% de la clientèle pratique la balade (moins de 3 heures), la randonnée (plus de 3 heures), le cyclotourisme, le vélo ou le VTT. Cela représente 3,7 millions de touristes extra-départementaux, qui génèrent plus de 20,1 millions de nuitées, soit 43% des nuitées départementales. Ce sont ainsi plus d'1,3 milliards d'euros de dépenses qui sont faites dans le territoire chaque année par cette clientèle.



f. La filière croisière maritime et fluviale

Marseille Provence est le 1^{er} premier port de croisière en France, troisième port méditerranéen et l'un des vingt premiers au monde. Après une décennie de forte croissance, la fréquentation atteint 2,4 millions de passagers en 2024, soit un triplement par rapport à 2010, avec près de 600 escales. La clientèle se compose à la fois de passagers en tête de ligne – majoritairement français, belges et allemands – et de croisiéristes en transit, venant notamment d'Italie, d'Espagne et des États-Unis, ce qui contribue à l'internationalisation de l'image de la destination.

Selon une étude Marseille Provence Croisière, la filière génère chaque année environ 375 millions d'euros de retombées et près de 2 000 emplois équivalents temps plein, entre dépenses directes (transports, hébergements, restauration), indirectes et induites. Les passagers dépensent en moyenne 133 € en tête de ligne et 50 € en

escale, favorisant un effet d'entraînement sur l'ensemble de l'économie locale.

Au-delà des chiffres, le Grand Port Maritime de Marseille investit pour renforcer sa compétitivité et répondre aux enjeux environnementaux : électrification des quais (Cold Ironing), accueil de navires propulsés au GNL (5 compagnies déjà engagées), optimisation logistique des flux et meilleure intégration urbaine des passagers. Le rapport CLIA (Cruise Lines International Association) 2025 souligne ces efforts et insiste sur la stratégie de durabilité de Marseille, aujourd'hui considérée comme un port pilote européen en matière de transition énergétique et d'innovation portuaire.

Enfin, la croisière ne se limite pas au maritime : le territoire accueille également 110 000 passagers fluviaux par an, principalement sur le Rhône et la Durance. Cette complémentarité entre croisière maritime et fluviale illustre la diversité de l'offre, qui contribue à étaler les flux, irriguer les territoires de l'arrière-pays et diversifier les retombées économiques. La filière croisière s'impose ainsi comme un atout stratégique, à la croisée de l'attractivité internationale, du dynamisme économique et de l'innovation durable.

Le département des Bouches-du-Rhône se caractérise par une fréquentation touristique élevée, avec 9 millions de visiteurs et plus de 46 millions de nuitées, soit près d'un cinquième des nuitées régionales.

Cette activité représente 7 % du PIB et 5 % de l'emploi local, ce qui témoigne d'une forte dépendance économique au secteur touristique.

La capacité d'accueil est importante (368 000 lits), avec une répartition dominée par les hôtels (37 %), suivis des campings (24 %) et des résidences (18 %). La location saisonnière qui se situe entre le parc des résidences secondaires et celui des résidences principales a beaucoup augmenté ces dernières années et s'établit à 16 000 logements proposés chaque jour.

On observe une montée en puissance de l'hébergement éco-labellisé, avec 109 établissements en 2024, ce qui traduit une orientation vers des pratiques plus durables, bien que la part reste minoritaire à l'échelle globale.

La fréquentation est concentrée à Marseille et le Pays d'Aix (49 % des nuitées françaises), ce qui est susceptible de générer une pression localisée, tandis que d'autres espaces comme la Côte Bleue, les Alpilles ou Arles captent des flux moindres. La clientèle est majoritairement française (74,3 %), issue en priorité de la région PACA, de l'Île-de-France et d'Auvergne-Rhône-Alpes, avec des logiques de fréquentation différentes selon les bassins : présence annuelle pour la clientèle régionale, séjours longs estivaux pour les Franciliens, séjours courts pour les Touristes d'Auvergne, Rhône-Alpes.

La part de clientèle étrangère augmente (25,7 % des séjours en 2024 contre 13 % en 2011), mais cette progression s'accompagne d'une baisse marquée des dépenses moyennes (-34%), avec augmentation forte des consommations intérieures (3,4 milliards) et sans variation significative de la durée de séjour (environ 6 jours).

(Source : Provence Tourisme)

5. Retours des immersions de la caravane

Ces journées immersives ont réuni techniciens et acteurs locaux autour d'une ambition commune : construire collectivement un Schéma de Développement du Tourisme et des Loisirs en intégrant les dimensions environnementales, sociales et économiques du territoire.

En Camargue

Objectif : mettre en avant les réalités environnementales du territoire. Un atelier Fresque du Tourisme a permis de décrypter collectivement les interactions entre tourisme et environnement. Une marche immersive guidée vers la mer et des ateliers collaboratifs ont permis aux participants d'établir des liens entre les constats locaux et les enjeux départementaux, en identifiant menaces et opportunités environnementales par destination.

Objectif atteint : Comprendre les enjeux environnementaux majeurs de la destination dont la filière touristique est dépendante et sera pleinement impactée à l'avenir. Réalisation du besoin de prendre en compte l'ensemble du territoire dans ce qu'il est et dans ce qui le menace pour construire un avenir plus pérenne et qui transmet l'urgence d'agir contre les effets néfastes de la filière du tourisme sur les ressources et les écosystèmes.

À Arles

Objectif : mettre en lumière le pilier social du tourisme. Après une mise en contexte, la Ville d'Arles a partagé ses initiatives en matière de tourisme social. Une visite et des échanges avec une association locale ont permis de s'immerger dans les réalités sociales du territoire. Deux ateliers ont structuré la réflexion : un diagnostic social par destination (enjeux, fragilités, singularités locales) et une dynamique d'écosystème pour cartographier les acteurs et favoriser les coopérations territoriales.

Objectif atteint : Avoir pleinement pris conscience des enjeux sociaux à l'échelle locale ainsi que des acteurs impliqués dans ces dynamiques. Avoir identifié les principaux défis sociaux et les leviers d'action, en favorisant une meilleure coordination entre les parties prenantes locales. Avoir compris l'impact de la filière touristique sur l'emploi, notamment en termes de précarité, et la nécessité de questionner la durabilité des emplois générés par le tourisme.



À Port-Saint-Louis-du-Rhône

Objectif : recentrer la réflexion sur les réalités économiques et les perspectives de développement durable. Les participants ont assisté à des témoignages d'acteurs économiques locaux (portuaire et littoral), avant de co-construire un diagnostic économique par destination. Un atelier a été dédié à une synthèse des trois journées, à l'identification de problématiques clés, puis à un atelier de priorisation. Les enjeux ont été hiérarchisés selon leur impact, faisabilité et urgence, afin de définir 3 à 5 priorités stratégiques pour le futur schéma départemental.

Objectif atteint : Avoir acquis une compréhension de la diversité des acteurs du tourisme et de l'attractivité territoriale dans sa globalité. Avoir identifié les problématiques spécifiques à chaque acteur, les menaces pesant sur leurs modèles économiques, ainsi que leur rôle déterminant dans le maintien des équilibres sociaux et environnementaux du territoire. Avoir posé les bases d'une lecture partagée des enjeux et responsabilités des parties prenantes, afin d'éclairer les décisions stratégiques à venir.



A Salon-de-Provence

Objectif : par un temps fort sur le terrain, avec la balade sensorielle guidée par la LPO dans les espaces naturels environnants, permettre de vivre une expérience directe du vivant, fondement de toute réflexion sur les services écosystémiques.

Un atelier a été consacré à réinterroger les ambitions territoriales à la lumière des principes du vivant. En s'appuyant sur les travaux de la première immersion, les groupes ont analysé les vulnérabilités et déséquilibres perçus sur les territoires, avant de proposer des pistes d'actions pour retendre vers un équilibre entre attractivité touristique, bien-être global et régénération des ressources.

En clôture, les participants ont été invités à projeter leur territoire à l'horizon 2040, en s'appuyant sur ses singularités. Cette projection prospective a permis de faire émerger 3 à 4 grands leviers de transformation, fondations des futures orientations stratégiques.

Objectif atteint : Reconnecter la filière au vivant et à ses interdépendances. Mobiliser l'imaginaire collectif autour d'un futur souhaitable. Introduire la logique de régénération comme cadre structurant du développement.

A Carry-le-Rouet

Objectif : par un atelier de "3D Mapping", modéliser les écosystèmes d'acteurs actuels et souhaités, en visualisant les liens, les ressources et les interactions à renforcer pour rendre le système plus soutenant.

Objectif atteint : Approfondir la logique systémique et coopérative du développement touristique. Dépasser les diagnostics pour entrer dans l'exploration stratégique. Faire émerger un cap et des scénarios robustes, ancrés dans les réalités de terrain.

Ces journées ont marqué le lancement d'un processus structurant, mêlant ancrage territorial, partage d'expertises et co-construction. Elles ont permis de tisser un récit commun, de poser un diagnostic approfondi à plusieurs voix, et d'esquisser une trajectoire stratégique ambitieuse pour un tourisme plus résilient, plus équitable et plus responsable.

Les enjeux cruciaux pour le territoire, mentionnés lors de cette immersion sont :

- La gestion de la ressource en eau
- Le discours de vérité
- Faire famille de la multiculturalité
- Lutter contre les incendies de cause humaine
- Adapter l'offre aux chaleurs estivales
- La répartition des flux touristiques
- L'importance des habitants
- Faire connaître, faire aimer, protéger

Trois enseignements clés à retenir :

1. Des enjeux clairement identifiés... mais profondément imbriqués

Cette immersion a permis de faire émerger des enjeux majeurs, classés selon leur niveau de faisabilité. Mais au-delà de cette hiérarchisation, ce qu'il faut retenir, c'est que ces enjeux ne sont pas cloisonnés : ils s'entrecroisent, se nourrissent et, parfois, se conditionnent les uns les autres.

Par exemple, la répartition des flux touristiques ne peut être pensée indépendamment de la question de l'adaptation aux chaleurs extrêmes ou de la prise en compte des habitants dans l'aménagement du territoire. De même, la gestion de la ressource en eau interroge à la fois la soutenabilité des modèles économiques actuels et la responsabilité des visiteurs et des professionnels dans la préservation des ressources naturelles.

Ce qu'il faut en retenir, c'est la volonté partagée d'intégrer de nouveaux paramètres – écologiques, sociaux, climatiques – dans la définition même de ce qu'est une "filiale touristique". Il ne s'agit plus de raisonner uniquement en termes de fréquentation ou d'attractivité, mais bien en termes de soutenabilité, de justice territoriale et de résilience.

2. Une invitation à assumer des choix courageux

Le thème transversal du "discours de vérité" a émergé comme un marqueur fort. Il appelle à un positionnement clair des institutions : sortir d'un tourisme de promesse pour entrer dans un tourisme de conscience. Cela implique de faire des choix clairs, parfois difficiles, mais nécessaires pour assurer la soutenabilité des activités touristiques.

3. Une méthode à préserver : immersion, écoute, co-construction

La qualité des échanges et des productions lors de cette session repose largement sur la méthodologie mobilisée : visites immersives, témoignages sensibles, travail en petits groupes, croisement d'approches locales et départementales. Cette méthode devra rester un fil rouge pour les projets et les coopérations à suivre afin de garantir l'appropriation collective du schéma.

6. Analyse SWOT issue du diagnostic territorial

FORCES	FAIBLESSES
<p>Accessibilité & hubs majeurs : GPMM (1^{er} port de France) ; Aéroport Marseille-Provence 11,1 M pax ; réseau autoroutier/TGV dense.</p> <p>Poids touristique confirmé : 9,2 millions de touristes, 46,3 millions de nuitées, 3,4 milliards d'euros de dépenses, 368 000 lits (3^e par hôtelier national).</p> <p>Très forte notoriété : renommée internationale de la Provence et des incontournables de la destination (Marseille, Aix-en-Provence, Arles, Calanques, Camargue, Alpilles,...)</p> <p>Diversité touristique : le département offre un éventail d'expériences : villes culturelles, sites UNESCO, littoral et calanques, lagunes et zones humides, massifs et collines.</p> <p>Culture : offre très riche (UNESCO, 160 musées, lieux iconiques) ; 31 % des touristes visitent musées/monuments, 12 % vont à un événement ; la clientèle "culture" pèse ≈ 1,1 Md€/an.</p> <p>Nature active : réseau structuré : > 1 400 km cyclables dont 221 km voies vertes, 290 km VTT, ~600 km de GR®, 150+ parcours ; 40 % des visiteurs pratiquants -> 3,7 M de touristes, 20,1 M de nuitées (43 %) et > 1,3 Md€/an.</p> <p>Socle naturel et protégé de rang national : env. 60 % du territoire en aires protégées (Parc national, 3 PNR, 1 Grand Site de France, 1 parc marin, des sites Natura 2000) ; dynamique vers +10 % de protection forte d'ici 2030.</p> <p>Maritime & fluvial : croisière = 2,4 M pax (≈600 escales) et ~375-407 M€ de retombées, avec transition engagée (électrification des quais, navires GNL).</p>	<p>Disparités territoriales : des offres et une attractivité inégalement réparties.</p> <p>Hyper-concentrations locales : une pression touristique forte localisée comme aux Saintes-Maries (intensité touristique de 674 %), aux Baux de Provence (452 %), à Cassis (214 %), etc.</p> <p>Enjeux sociaux et d'identité dans certains territoires : pression foncière, muséification, risques de gentrification.</p> <p>Conflit d'usage dans certains territoires en particulier sur les locations saisonnières.</p> <p>Des modèles économiques fragiles : avec des perspectives de réduction des moyens publics et des nouvelles contraintes et concurrences pour les entreprises touristiques et de loisirs.</p>

OPPORTUNITÉS	MENACES
<p>De nouvelles tendances émergent avec de nouveaux comportements des visiteurs : hyperpersonnalisation, expérience émotionnelle, bleisure, demande qui se déplace vers des lieux et des périodes moins fréquentées, etc.</p> <p>Intelligence artificielle au cœur du tourisme de demain : nouvelle façon de s'informer pour les visiteurs, une opportunité de mettre en valeur certains aspects du département pour être compétitif dans les recommandations de l'IA sur les sujets actuels (les destinations, authentiques, les zones préservées, etc.)</p> <p>Des résidents, présents toute l'année, qui pratiquent des activités sportives, culturelles, gastronomiques sur leur territoire à la recherche de nouvelles expériences et découvertes</p>	<p>Risque d'aléas climatiques accru : hausse des températures, sécheresses, tempêtes et risques d'incendies, inondations : risque de perte d'attractivité de la destination, risque assurantiel et bâtiminaire pour les sites et professionnels du tourisme, perte de confort thermique pour les visiteurs et les salariés.</p> <p>Pression sur la ressource en eau et littoral : risque d'intrusion saline dans les nappes côtières (Camargue/Étang de Berre). Réduction de la ressource et conflits des usages.</p> <p>Mainmise des grandes plateformes dans la commercialisation de l'hébergement touristique : fuites économiques des dépenses des touristes.</p> <p>Fonciers & aménagement : ZAN (zéro artificialisation nette) : trajectoire nationale de réduction de 50 % d'ici 2031 puis ZAN en 2050. Conséquence : fortes contraintes pour créer/étendre des hébergements, parkings, routes, équipements en milieux sensibles. Il faut prioriser la requalification et la sobriété d'emprise.</p> <p>Baisse d'attractivité RH du secteur hôtelier et touristique, difficulté de recrutement et d'hébergements saisonniers.</p> <p>Durcissement de la législation et évolution des normes : exigence sur l'éco-responsabilité dans les critères de labellisation ou classements, efficacité énergétique, DPE.</p>



2. ENJEUX ET ORIENTATIONS

Appuyé sur des politiques déjà engagées en faveur du territoire et du développement durable (soutien aux communes, gestion et préservation des espaces naturels, dispositifs structurants, diffusion de bonnes pratiques et d'offres responsables), le département des Bouches-du-Rhône dispose d'une base solide pour aller plus loin. Face aux défis contemporains, changement climatique, tensions sociales, pression sur les ressources, évolution des modes de vie, la filière touristique doit désormais amplifier et accélérer ses transitions, en assumant un virage capable de reconfigurer, de manière concertée, l'ensemble de l'écosystème de gestion du territoire.

1. Six défis à relever pour le schéma

1. Un territoire attractif à préserver durablement

La Provence s'impose comme une destination mondiale, portée par la beauté de ses paysages, la richesse de sa culture et la qualité de son art de vivre. Mais cette attractivité repose sur un équilibre fragile. Le département est particulièrement exposé aux risques environnementaux : sécheresses, incendies, canicules, submersion marine ou retrait du trait de côte. Ces phénomènes, déjà récurrents, affectent directement les sites, les infrastructures et la rentabilité des filières touristiques.

La préservation des ressources naturelles (eau, biodiversité, sols, énergie) devient ainsi un préalable à la durabilité du tourisme. Adapter les pratiques et accompagner les acteurs dans cette transformation constitue un enjeu majeur pour la stabilité future de la destination.

2. Un tourisme de proximité à organiser autrement

Le tourisme dans les Bouches-du-Rhône est marqué par une forte dimension locale : près de trois quarts des séjours sont le fait d'habitants du département ou de régions voisines. Cette réalité crée une spécificité : les habitants sont à la fois visiteurs, usagers et garants du territoire.

Mais cette cohabitation des usages met certains espaces sous tension – plages, espaces naturels, massifs, centres historiques – et appelle à repenser la régulation, les mobilités et l'accès aux sites. La question n'est plus celle du "tourisme des autres", mais bien de l'équilibre global des usages à l'échelle du territoire.

3. Des filières touristiques fortes à transformer

La Provence s'appuie sur des filières touristiques solides et reconnues : culture et patrimoine, gastronomie et œnotourisme, nature et plein air, événementiel, tourisme d'affaires ou encore croisière. Elles constituent un socle d'attractivité et d'emploi essentiel pour le département.

Cependant, ces filières sont confrontées à des mutations profondes : adaptation au changement

climatique, évolution des clientèles, tensions sur les recrutements, hausse des coûts d'exploitation, concurrence accrue entre destinations.

L'enjeu n'est pas de tout réinventer, mais de soutenir leur modernisation et leur différenciation, pour qu'elles restent compétitives et exemplaires dans un contexte en transition.

4. Des déséquilibres territoriaux et sociaux à corriger

Certains territoires comme Marseille, Aix, Arles, Cassis, les Alpilles, la Camargue, sont très impactés par une fréquentation touristique forte notamment en saison estivale, ce qui est moins le cas sur d'autres bassins (Étang de Berre, Pays Salonais,..). Ce déséquilibre accentue les écarts de retombées économiques et la pression sur les zones saturées. L'enjeu est d'encourager une meilleure répartition des flux et des bénéfices, en valorisant la diversité des destinations locales et en favorisant un tourisme mieux réparti sur l'année.

La question sociale est également centrale : attractivité des métiers, conditions de travail saisonnier, habitat des travailleurs, ou encore acceptabilité du tourisme par les habitants.



5. Une gouvernance à coordonner pour agir efficacement

Le tourisme dans les Bouches-du-Rhône est une compétence partagée entre de nombreux acteurs : communes, intercommunalités, Département, Région.

Cette multiplicité d'intervenants reflète la vitalité du territoire mais rend nécessaire une meilleure coordination entre les politiques locales et départementales.

Le Département occupe ici un rôle pivot : il est le garant d'une vision d'ensemble et d'une cohérence d'action à l'échelle de la destination Bouches-du-Rhône. L'enjeu est de construire une gouvernance plus lisible, collaborative et efficiente, articulant planification stratégique, observation et soutien aux territoires.

6. Engager la transition à horizon 2040

Ces constats dessinent une même réalité : celle d'un modèle touristique à la croisée des chemins.

Le département des Bouches-du-Rhône dispose d'atouts solides et d'une dynamique déjà engagée autour de la durabilité, mais les défis climatiques, économiques et sociaux imposent désormais un changement d'échelle et de méthode.

Il s'agit moins de rompre avec le modèle actuel que de le faire évoluer, en donnant à chaque acteur les moyens d'agir à son échelle, dans une logique d'intérêt collectif et de cohérence territoriale en construisant une trajectoire progressive vers un modèle régénératif à l'horizon 2040.

Ce cap s'appuie sur des démarches déjà engagées – transition énergétique, gestion des flux, animation des territoires, structuration des filières – qu'il s'agit désormais d'amplifier et de coordonner.

L'ambition régénérative devient ainsi un fil conducteur : une manière de penser l'attractivité, l'innovation et la gouvernance à partir de la contribution positive du tourisme au territoire.

2. Le cap 2040 : du tourisme durable au régénératif

De ces mois de diagnostic, d'immersion et de co-construction est née une vision ambitieuse et engageante : **faire du tourisme un lien vivant entre les habitants, leur territoire et ceux qui viennent le découvrir, pour une Provence prospère, accueillante et fidèle à elle-même, dans le respect des limites planétaires.**

Fort d'un engagement déjà amorcé pour réduire les impacts et accroître les aspects positifs de la filière touristique, le département des Bouches-du-Rhône franchit aujourd'hui un cap décisif en assumant une transformation en profondeur de son modèle touristique.

Il ne s'agit plus seulement de limiter les effets négatifs du tourisme, mais de rompre avec une logique en silo pour **construire un modèle régénératif**, capable de :

- Créer de la valeur
- Répartir équitablement les retombées économiques
- Développer les emplois durables
- Renforcer le sentiment d'appartenance au territoire
- Renforcer les liens sociaux
- Valoriser les cultures locales dans leur diversité
- Accroître la résilience du territoire face aux crises écologiques, climatiques et sociales à venir
- Restaurer les écosystèmes fragilisés

Ce cap s'inscrit pleinement dans les valeurs portées par les institutions locales et dans sa volonté de faire du tourisme un levier de cohésion territoriale et de transition écologique.

3. Les conditions de succès du nouveau schéma

L'ambition posée à travers le Cap 2040 invite à un changement de posture profond : penser le tourisme non plus comme une fin en soi, mais comme un levier de transformation territoriale au service du vivant, des habitants et de la prospérité locale. Pour que cette vision ne reste pas un horizon théorique, il s'agit de la traduire en actions concrètes, gouvernables et appropriables.

1. Assumer une ambition forte et mobilisatrice

La vision portée par le Cap 2040 est exigeante : elle engage un changement de paradigme. Elle appelle à sortir des logiques de croissance linéaire, à questionner les indicateurs de performance et à assumer des choix différenciants, en cohérence avec les limites planétaires et les spécificités locales. Cette ambition devra être incarnée à tous les niveaux : dans les discours, les décisions, les investissements et les pratiques quotidiennes.

2. Mettre en œuvre une coopération représentative

La réussite de cette trajectoire repose sur la capacité du territoire à se doter d'une gouvernance ouverte, agile et transversale, capable de porter la complexité des enjeux territoriaux (ressources limitées, vulnérabilités climatiques, diversité des usages) sans la simplifier à l'excès. Il s'agit d'impliquer l'ensemble des parties prenantes – élus, professionnels, habitants, scientifiques, associations – dans un cadre d'écoute, de confrontation bienveillante des visions et de co-responsabilité.

3. Garantir la compréhension et l'appropriation collective

Enfin, pour réussir, le Schéma devra être approprié largement. Cela implique un travail de médiation, de pédagogie et d'accompagnement au changement. Des formats d'échange adaptés, des récits inspirants et des outils de mise en pratique devront accompagner la diffusion de cette vision, pour qu'elle soit comprise, portée et prolongée dans l'action par l'ensemble des acteurs du territoire.

UN SCHÉMA EN COHÉRENCE AVEC LES CADRES MÉTROPOLITAINS ET RÉGIONAUX

Le Schéma départemental de développement du tourisme et des loisirs des Bouches-du-Rhône s'inscrit pleinement dans la continuité et la mise en cohérence des grandes stratégies territoriales portées à l'échelle métropolitaine et régionale.

Il vient renforcer, à une échelle d'action stratégique et opérationnelle, les ambitions communes de la Métropole Aix-Marseille-Provence, du SRADDET de la Région Sud et du Schéma régional du tourisme et des loisirs 2023-2028.

Une cohérence forte avec le Schéma métropolitain Aix-Marseille-Provence (2024-2028)

Le Schéma métropolitain du développement et de l'organisation du tourisme durable adopté en 2024 partage plusieurs fondements avec ce Schéma départemental :

- la **volonté d'un tourisme durable et équilibré**, conciliant attractivité économique, qualité de vie des habitants et préservation des ressources naturelles ;
- la **structuration des filières prioritaires** (culture, nature et plein air, gastronomie, événementiel, tourisme d'affaires, croisière), en articulation avec les filières économiques métropolitaines ;
- la **régulation des flux et l'étalement des pratiques touristiques dans l'espace et dans le temps**, pour favoriser un tourisme quatre saisons ;

- le développement d'un **réseau cohérent d'offices de tourisme**, maillant les bassins de vie métropolitains et s'appuyant sur les destinations locales (Pays d'Aix, Côte Bleue, Provence salonnaise, etc.) ;
- et enfin, la prise en compte des **habitants** comme acteurs de l'hospitalité et de l'expérience territoriale.

Un ancrage dans les orientations du SRADDET Région Sud

Le SRADDET Provence-Alpes-Côte d'Azur fixe, à l'horizon 2050, une trajectoire fondée sur trois lignes directrices : **attractivité, résilience et solidarité**.

Le Schéma départemental en traduit les principes dans le champ touristique :

- en renforçant l'attractivité du territoire par une offre modernisée, qualitative et différenciante ;
- en participant à la **résilience environnementale** par la sobriété foncière, la préservation des ressources et la gestion raisonnée des flux ;
- et en contribuant à la **solidarité territoriale** par une meilleure répartition des retombées économiques et des efforts d'investissement entre les territoires urbains, littoraux et ruraux.

Une convergence avec le Schéma régional du tourisme et des loisirs 2023-2028

Le Schéma départemental s'inscrit également dans la continuité du **SRDTL 2023-2028**, qui vise à faire de la Région Sud un **modèle d'excellence touristique durable, innovant et résilient**.

Les convergences sont fortes autour de trois priorités partagées :

- **L'adaptation au changement climatique** et la transition des acteurs touristiques ;
- **La structuration et la montée en gamme des filières** (hébergement, culture, œnotourisme, sport et nature, nautisme) ;
- **L'innovation et l'expérimentation** comme leviers d'évolution des modèles touristiques et de renforcement de la compétitivité régionale.

Une spécificité départementale : la mise en mouvement collective

Enfin, le Schéma départemental apporte une contribution originale : celle d'un **outil d'animation et de coopération** à l'échelle des territoires infra-départementaux.

Son ambition n'est pas seulement d'orienter, mais de **mettre en mouvement les acteurs publics et privés** autour d'une trajectoire commune vers 2040, en articulant les politiques métropolitaine, régionale et nationale.

Par son approche fondée sur l'expérimentation, la proximité et la gouvernance partagée, le Schéma des Bouches-du-Rhône constitue ainsi le **maillon indispensable** d'une politique touristique multiscalair, cohérente et régénérative pour la Provence.

4. Trois axes structurants pour construire l'avenir

Axe 1 : Réinventer l'attractivité

L'ambition

Le territoire des Bouches-du-Rhône dispose d'atouts considérables – une notoriété mondiale, des paysages emblématiques, une offre culturelle et gastronomique reconnue – mais son attractivité doit désormais se conjuguer avec équilibre et responsabilité. L'enjeu est d'assurer la pérennité des filières et de renforcer la compétitivité du territoire tout en préservant la qualité de vie des habitants et la richesse des écosystèmes. Cet axe vise à accompagner la transition et la différenciation de l'offre, à consolider les filières fortes, à accueillir & créer des événements exemplaires, et à repenser la communication autour d'une Provence réelle, plurielle et accueillante.

L'objectif

Structurer une attractivité durable, fondée sur des filières renforcées, une offre adaptée aux nouveaux usages et une image renouvelée du territoire. Il s'agit d'accompagner les professionnels dans la transition environnementale et sociale, de valoriser l'offre sous son angle durable, de créer et d'accueillir des événements qui valorisent les savoir-faire et l'identité et enfin de porter un discours cohérent, sincère et fédérateur, à la hauteur des ambitions du territoire.

Les axes opérationnels et les pistes d'actions

1. Accompagner la transition de l'offre

- Convaincre et aider les professionnels à relever les défis de la transition, en favorisant la rénovation et la décarbonation des entreprises

du tourisme (hébergements, restaurants, sites de loisirs, transporteurs...) et en encourageant les démarches de labellisation environnementale et d'accessibilité

- Soutenir le développement d'hébergements innovants et expérientiels (écolodges, agriturismo, itinérances douces)
- Intégrer les loisirs de proximité et les mobilités douces dans la stratégie touristique

2. Valoriser la destination durable

Il conviendra de promouvoir un voyage respectueux de l'environnement au sein d'une Provence réelle en :

- Participer à des salons grand public sous la bannière Expérience Provence
- Travaillant sur l'intermédiation des offres expérientielles à haute valeur ajoutée et responsable et sur les filières prioritaires
- Poursuivant le co-pilotage du Contrat de destination Provence

3. Accueillir et créer des événements

Il conviendra de s'appuyer sur des événements qui attirent des visiteurs, génèrent des retombées économiques et projettent une image dynamique et moderne du territoire, en lien notamment avec les filières économiques de la métropole Aix Marseille Provence.

- Proposer des événements festifs autour de la gastronomie permettant de valoriser les savoir-faire, l'agriculture, l'alimentation sous la marque MPG
- Encourager l'organisation d'événements, séminaires et congrès en cohérence avec les valeurs du Département : inclusion, ancrage local... et les filières économiques de la métropole
- Positionner la Provence comme terre d'accueil d'événements professionnels / grand public exemplaires

- Intégrer la démarche ISO 20121:2024 comme référentiel de pilotage des manifestations soutenues par Provence Tourisme et le Département

4. Repenser la communication

- Refonder le récit territorial autour d'un discours de vérité : associer habitants et professionnels pour construire une image sincère et accueillante
- Dépasser la communication "carte postale" et valoriser la diversité des territoires et des modes de vie, leur hospitalité
- Mettre en avant les efforts de transition, d'innovation et de régénération portés par les acteurs du tourisme
- Rédiger un Manifeste du tourisme régénératif
- S'appuyer sur MyProvence et les relations presse comme plateformes de récits autour de l'attractivité responsable
- Anticiper la diffusion et l'influence du récit à l'ère des moteurs de réponse IA

En résumé, cet axe vise à conjuguer attractivité et équilibre. Il repositionne la Provence comme une destination inspirante, compétitive et fière de ses savoir-faire, capable d'allier réussite économique, cohésion sociale et respect du vivant.



Axe 2 : Expérimenter et soutenir les dynamiques locales

L'ambition

La Provence doit rester une terre d'initiatives et d'expérimentations. Le Département et Provence Tourisme souhaitent faire du territoire un véritable laboratoire d'innovations touristiques, capable de tester de nouvelles pratiques, de renforcer les liens entre acteurs et d'accompagner concrètement les transitions. Cet axe mise sur la créativité locale, la proximité et la coopération pour construire, à partir des territoires, les modèles touristiques de demain.

L'objectif

Les offices du tourisme, les réseaux professionnels, les associations, les entreprises sont les partenaires essentiels du développement local. Il ne s'agit pas de redéfinir leurs rôles, mais de donner à ces acteurs les moyens d'expérimenter, d'apprendre et de progresser ensemble. Faire émerger des projets pilotes, outiller les professionnels et conforter les offices de tourisme en lieux d'appui, d'innovation et de services partagés au bénéfice de tous : visiteurs, habitants et entreprises.

Les axes opérationnels et les pistes d'actions

1. Faire émerger des projets pilotes pour expérimenter des solutions innovantes

- Déployer des appels à manifestation d'intérêt (AMI) sur des thématiques clés : mobilité douce, sport, gastronomie, agriculture urbaine, accueil et accessibilité.
- Soutenir la mise en œuvre de projets concrets sur des territoires pilotes.
- Capitaliser et partager les réussites : mise en réseau des territoires, documentation des expériences, diffusion des bonnes pratiques.

2. Conforter le rôle des offices de tourisme

- Accompagner les OT dans leur évolution vers des tiers-lieux d'accueil et de services ouverts à tous : visiteurs, habitants, professionnels.
- Renforcer leur rôle d'animation et d'accompagnement des acteurs économiques locaux.
- Développer des outils communs : espaces partagés, services mutualisés, guichets multiservices, applications locales.
- Accompagner les équipes d'OT aux nouvelles missions : conseil stratégique, animation de réseau, accompagnement au changement.

3. Soutenir les filières prioritaires et les acteurs du territoire dans leur évolution et leur engagement

- Valoriser les filières identitaires en tant que piliers de différenciation pour qu'elles restent compétitives et exemplaires face aux défis environnementaux, économiques et sociaux :
 - Structurer l'offre de pleine nature et notamment rando / vélo
 - Construire une véritable destination de tourisme fluvial
 - Contribuer au rayonnement des acteurs culturels
 - Faire des Bouches-du-Rhône une destination gastronomique de 1er plan
 - Accompagner le développement de la filière cinéma et tournages en lien avec la métropole Aix Marseille Provence
- Proposer des cycles de formation et de sensibilisation (fresques du climat, tourisme responsable, accessibilité).
- Mettre à disposition des kits pratiques pour aider chaque entreprise à progresser : gestion de l'énergie, accueil, communication, labels.
- Créer des communautés de pratiques entre acteurs d'une même filière pour échanger, mutualiser et progresser.

4. Accompagner les destinations sous tension

- Appuyer les territoires dans la régulation des locations saisonnières, notamment en créant un observatoire départemental dédié
- Suivre et accompagner les territoires sur la gestion des flux de visiteurs notamment sur les sites naturels sensibles (Calanques, Alpilles, Camargue, Sainte Victoire)
- Soutenir les filières confrontées à des tensions sur le recrutement et à la saisonnalité des emplois.

En résumé, cet axe traduit la volonté d'encourager l'action concrète et la coopération locale. Chaque expérimentation devient une vitrine du savoir-faire provençal : pragmatique, ouverte, et orientée vers des solutions utiles à tous.

Axe 3 : Copiloter avec les territoires

L'ambition

Le développement touristique ne peut se concevoir sans une gouvernance claire, partagée et efficace. Le Département veut affirmer son rôle de coordination et de soutien tout en donnant plus de place aux territoires, aux professionnels et aux habitants. Cet axe vise à renforcer la cohérence des politiques touristiques, à élargir l'observation et à sécuriser les moyens financiers nécessaires au développement local.

L'objectif

Mettre en place une gouvernance ouverte, une observation élargie et des modes de financement adaptés. Il s'agit d'aider les acteurs à mieux comprendre les dynamiques touristiques, à suivre les impacts en temps réel et à décider collectivement des priorités d'action.

Les axes opérationnels et principales pistes d'action

1. Renforcer la gouvernance du tourisme et la coordination

- Associer davantage les collectivités, les professionnels et les habitants à la définition des priorités grâce notamment à la poursuite de la Caravane comme outil de concertation et de suivi de la mise en œuvre du schéma.
- Créer des espaces de dialogue réguliers entre les institutions et les acteurs de terrain.
- Renforcer la coordination entre le Département, la Métropole Aix-Marseille-Provence et la Région Sud pour garantir la cohérence des politiques touristiques, notamment au travers de One Provence Promotion, outil en charge de renforcer la visibilité internationale du territoire, attirer davantage d'investissements et d'emplois, et positionner le territoire comme un acteur majeur de l'innovation et du développement durable en Europe.

2. Elargir l'observation

- Développer de nouveaux indicateurs de durabilité et d'acceptabilité pour mieux comprendre la population résidente en intégrant l'économie, l'environnement, la satisfaction des habitants et la qualité de vie.
- Mettre à disposition des outils simples de pilotage pour les élus et offices de tourisme : suivi de la taxe de séjour, occupation, retombées économiques....
- Poursuivre et développer le suivi en temps réel des flux touristiques (fréquentation touristique et de loisirs, comportements...).

3. Développer de nouveaux moyens de financement du tourisme

- Encourager les partenariats public-privé et les démarches de mécénat pour cofinancer les initiatives à fort impact territorial.

- Orienter les financements vers les priorités partagées : hébergement, mobilité, culture, inclusion sociale et préservation environnementale.
- Élargir les sources de financement des acteurs institutionnels avec l'objectif d'être plus agiles.
- Favoriser la recherche de financements européens en s'appuyant sur les ressources communes du Département et de la Métropole.

En résumé, cet axe donne au Département les outils pour mieux comprendre, décider et agir. Il ancre la stratégie dans une gouvernance partagée, une observation fine et des moyens concrets au service de la compétitivité et de la durabilité du tourisme provençal.

3. PROGRAMME D' ACTIONS

AXE STRATÉGIQUE 1 : RÉINVENTER L'ATTRACTIVITÉ

n°	Axe opérationnel	Actions	Sous-actions
1	Accompagner la transition de l'offre	Convaincre et aider les professionnels à relever les défis de la transition	Accompagnement technique et financier des entreprises du tourisme sur la rénovation énergétique et la modernisation des équipements par des appels à projets. Création de guides pratiques et diagnostics énergie / eau / déchets. Accompagnement au label tourisme et handicap. Soutien aux démarches de labellisation environnementale (Clé Verte, Ecolabel).
		Soutenir le développement d'hébergements innovants (écolodges, agritourisme)	Appui à la création d'offres en lien avec le foncier agricole et naturel (fermes-auberges, gîtes durables). Recensement et promotion des hébergements atypiques et patrimoniaux.
		Mieux intégrer les loisirs de proximité et quotidiens dans l'offre globale	Développement d'une offre coordonnée "Provence week-end" pour les habitants et excursionnistes. Promotion des loisirs de proximité (randonnées, vélo, patrimoine, culture). Intégration de ces offres dans la communication et les outils numériques de Provence Tourisme.
2	Valoriser la destination durable	Promouvoir une destination respectueuse de ses touristes et de ses habitants	Présence sur les salons français sous la bannière Expérience Provence. Travail sur l'intermédiation sur des offres expérientielles à haute valeur ajoutée et responsable et sur les filières prioritaires. Valorisation sur les marchés européens de proximité autour des axes ferroviaires. Poursuite du co-pilotage de contrat de destination.
3	Accueillir et créer des événements	Marseille Provence Gastronomie - MPG	Proposer des événements festifs et gourmands permettant de valoriser les savoir-faire, l'agriculture, l'alimentation.
		Positionner la Provence comme terre d'accueil d'événements professionnels / grand public exemplaire	Accueillir des séminaires et congrès à rayonnement international en accord avec les valeurs de tourisme durable et avec les filières économiques de la métropole. Réaliser un catalogue des offres. Définir et commercialiser une offre compétitive. Intégrer la démarche 2021:2024 comme référentiel de pilotage des manifestations soutenues par Provence Tourisme/le département et ses partenaires.
4	Repenser la communication	Construire un récit partagé et réaliste sur la Provence	Organisation d'ateliers participatifs avec habitants, professionnels et communicants en prolongeant "La Caravane" dans les territoires.
		Dépasser la "carte postale" en valorisant la diversité des territoires	Harmonisation du discours entre les acteurs institutionnels. Mise en avant des territoires moins connus et des initiatives locales. Création d'une banque d'images et de récits réalistes pour les supports de communication.
		Anticiper la diffusion et l'influence du récit à l'ère des moteurs de réponse IA	Structurer et ouvrir les données touristiques et le récit territorial (open data, API, Data narratives synthétiques...). Veiller à la compatibilité IA des sites, bases de données, outils et plateformes (myprovence, Apidaé, OT..). Positionner la destination "Bouches-du-Rhône" comme source experte et fiable en matière de tourisme, hospitalité, innovation et durabilité. Favoriser l'émergence d'assistants conversationnels IA propriétaires.

AXE STRATÉGIQUE 2 : EXPÉRIMENTER ET SOUTENIR LES DYNAMIQUES LOCALES

n°	Axe opérationnel	Actions	Sous-actions
5	Faire émerger des projets pilotes pour expérimenter des solutions innovantes	Déployer des appels à manifestation d'intérêt sur des thématiques clés (mobilité, sport, gastronomie, accueil, accessibilité...)	Tester des projets innovants autour de la mobilité douce, du sport, de la gastronomie ou de l'agriculture urbaine... Sélection de territoires pilotes pour expérimenter de nouvelles pratiques touristiques et mise en place d'un programme d'accompagnement : ingénierie, financements, évaluation. Organisation d'un forum annuel des projets innovants pour mutualiser les expériences réussies.
		Capitaliser sur les réussites et diffuser les bonnes pratiques	Création d'un centre de ressources en ligne (portail des initiatives locales). Mise en place d'une base de cas pratiques issue des expérimentations pilotes. Promouvoir des solutions de mobilités responsables. Diffusion des enseignements via newsletters, webinaires et journées d'échanges inter-territoires.
6	Conforter le rôle des offices du tourisme	Accompagner les OT dans leurs rôles de demain : conseil, services, espaces partagés	Développement du concept d'"Office de tourisme tiers-lieu" : lieu d'accueil, d'information, mais aussi d'entraide entre habitants, professionnels et visiteurs. Soutien aux OT pour l'aménagement d'espaces de coworking, de boutiques locales ou de points de service. Expérimentation de services mutualisés entre OT et autres structures (transport, culture, sport).
		Renforcer leur rôle d'animation et d'accompagnement des professionnels	Organisation de rencontres interprofessionnelles dans les territoires (cafés pros, journées thématiques) en co-animation avec les OT Outils pédagogiques de pilotage : mise à disposition des OT et des élus de guides méthodologiques et d'outils simples pour observer.
		Expérimenter de nouvelles offres de services pour habitants et visiteurs	Création de services d'accueil partagés (guichets multiservices : billetterie, transport, patrimoine). Développement de "pass destination" intégrant hébergement, mobilité et activités de proximité. Tests d'outils numériques (chatbots, applications locales) pour mieux orienter visiteurs et habitants.

n°	Axe opérationnel	Actions	Sous-actions
7	Soutenir les filières prioritaires et les acteurs du territoire dans leur évolution et leur engagement	Proposer des cycles de formation adaptés aux nouvelles attentes	Sensibilisation via l'organisation de fresques auprès des acteurs professionnels. Appui sur les thématiques "inclusion et accessibilité". Accompagnement pour la montée en compétence managériale et environnementale. Lancement d'un programme de qualité / accueil à l'échelle départementale.
		Mettre à disposition des outils simples pour améliorer la qualité d'accueil	Élaboration d'un "kit de l'hospitalité" (accueil, accessibilité, gestion durable). Diffusion d'outils d'auto-diagnostic pour les acteurs touristiques (hébergeurs, sites, restaurateurs). Accompagnement à la digitalisation raisonnée (réservation, gestion de flux, fidélisation).
		Créer des communautés de pratiques pour échanger et progresser ensemble	Mise en réseau des acteurs autour de communautés thématiques comme le culture store Animation de groupes d'échanges réguliers entre professionnels et techniciens des OT. Valorisation des retours d'expériences réussies dans les filières.
		Valoriser certaines filières clés (agritourisme, gastronomie, œnotourisme, croisière fluviale, etc.) comme piliers de différenciation	Poursuivre la structuration de l'offre loisirs de pleine nature : Développer la connaissance de l'offre rando et vélo auprès des locaux et des touristes, accompagner dans la prévention aux risques incendie, promouvoir la pratique des loisirs de pleine nature. Construire une véritable destination de tourisme fluvial (Acculturation des professionnels aux attentes des opérateurs, identification et valorisation des nouvelles offres). Faire des Bouches-du-Rhône une destination gastronomique de 1 ^{er} plan. Faire rayonner les acteurs culturels. Accompagner le développement de la filière cinéma tournages en lien avec la métropole.
8	Accompagner les destinations sous tension	Accompagner les territoires dans la gestion des locations saisonnières	Encadrer la croissance des locations saisonnières pour préserver le logement des habitants. Mise en place d'un observatoire départemental des locations saisonnières. Organisation de sessions d'information pour les élus. Accompagnement réglementaire et soutien à la communication locale.
		Suivre et accompagner les territoires sur la gestion des flux de visiteurs	Partenariats avec les gestionnaires d'espaces naturels pour la médiation et la sensibilisation. Expérimentation de dispositifs d'accès régulé et de suivi de fréquentation avec les gestionnaires des espaces sensibles (Calanques, Alpilles, Camargue, Sainte-Victoire). Élaboration de plans d'action locaux intégrant mobilités, stationnement, médiation. Animation d'un réseau de territoires "en tension" pour partager les retours d'expérience. Production d'indicateurs de suivi territorial (fréquentation, impact, perception habitants).
		Soutenir les filières et les territoires soumis à des problématiques de recrutement	Coopération avec les lycées hôteliers, CFA et organismes de formation. Campagne de valorisation des métiers du tourisme et de l'accueil.

AXE STRATÉGIQUE 3 : COPILOTER AVEC LES TERRITOIRES

n°	Axe opérationnel	Actions	Sous-actions
9	Renforcer la gouvernance du tourisme et la coordination	Associer davantage les territoires, les professionnels et les habitants aux décisions	Organisation de concertations territoriales régulières (réunions, ateliers, webinaires) pour impliquer les collectivités, les offices et les acteurs socio-professionnels en continuant La Caravane sur les territoires, dans une logique de concertation sur les sujets locaux à traiter. Intégration de représentants des habitants, jeunes et "métiers invisibles" dans certaines instances de travail.
		Créer des espaces de dialogue réguliers entre institutions et acteurs locaux	Lancement de groupes de travail thématiques (hébergement, culture, nature, mobilité) Animation d'un réseau de communicants territoriaux pour assurer la cohérence du discours Provence.
10	Elargir l'observation	Développer de nouveaux indicateurs pour mieux comprendre la population présente	Mise en place d'un tableau de bord départemental intégrant des indicateurs quantitatifs et qualitatifs (fréquentation, emploi, perception des habitants). Construction d'indicateurs de durabilité et d'acceptabilité du tourisme (pression sur sites, satisfaction habitants, accessibilité). Intégration d'un volet "suivi des flux de loisirs locaux" pour mieux comprendre les usages de proximité.
		Mettre à disposition des outils simples pour les offices et les élus (taxe de séjour, etc.)	Poursuite de la connaissance de l'activité locale : suivi de la taxe de séjour, retombées économiques, occupation des hébergements. Organisation de sessions de formation pour les élus et techniciens sur les outils de suivi et d'aide à la décision. Mise à disposition d'un outil de cartographie interactive (SIG touristique) pour le suivi des projets et des flux.
		Poursuivre et développer le suivi en temps réel des flux touristiques (mobilités, fréquentation)	Accompagner les dispositifs de gestion des flux dans leurs expérimentations et leur déploiement Création d'un observatoire des sites sensibles
11	Développer de nouveaux moyens de financement du tourisme	Élargir les sources de financement des acteurs institutionnels	Faire évoluer les modèles économiques vers plus d'agilité autour notamment de la notion de valeur vendue.
		Favoriser les partenariats public-privé pour financer des projets structurants	Développement de contrats d'innovation touristique entre collectivités, entreprises locales et investisseurs privés. Mise en réseau des acteurs économiques (CCI, entreprises mécènes, banques locales). Appui au montage de projets via un guichet unique Provence Tourisme / Département.
		Cibler les financements sur des priorités partagées (hébergement, mobilité, culture, inclusion sociale, préservation, etc.)	Élaboration d'une grille de priorisation des projets selon des critères partagés (emploi local, retombées économiques locales, impact environnemental, attractivité). Mise en place d'écoconditionnalité sur les aides vers des projets à impact territorial mesurable. Communication annuelle transparente sur l'utilisation des fonds et les résultats obtenus.
		Favoriser la recherche de financements européens	S'appuyer sur les ressources communes du département et de la métropole, représentant le territoire au Parlement européen.

Ce programme sera détaillé sous forme de fiches actions, construites et évaluées chaque année en concertation entre Provence Tourisme et le Département.

