Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

# ‘Voyagez chez vous’ : Isle sur la Sorgue Tourisme invite les locaux à redécouvrir le territoire



**L’office de tourisme Isle sur la Sorgue Tourisme a lancé une campagne inédite à destination des habitants, et non des touristes, afin de les encourager à redécouvrir le territoire dans lequel ils vivent autrement.**

‘Voyagez chez vous’, c’est le nom que porte la nouvelle campagne d’Isle sur la Sorgue Tourisme qui invite les habitants du territoire « à porter un regard nouveau sur leur ville et à (re)découvrir ses trésors comme s’ils y mettaient les pieds pour la première fois. »

« Les habitants sont les meilleurs ambassadeurs de leur ville. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

*Isle sur la Sorgue Tourisme*

Cette campagne incite les locaux à lever les yeux et observer les rues qu'ils arpentent tous les jours pour rentrer chez eux, aller au travail ou encore aller faire leurs emplettes. L'objectif est de mettre en lumière les talents, savoir-faire et lieux emblématiques du territoire, parfois méconnus de ceux qui y vivent, dans le but de renforcer le lien entre habitants et territoire.

« Pas besoin de billet d'avion, l'évasion est ici. Loin des destinations lointaines, l'aventure se vit aussi chez soi. » Telle est le slogan de cette campagne qui se traduit par différentes affiches mettant en avant divers aspects du territoire.

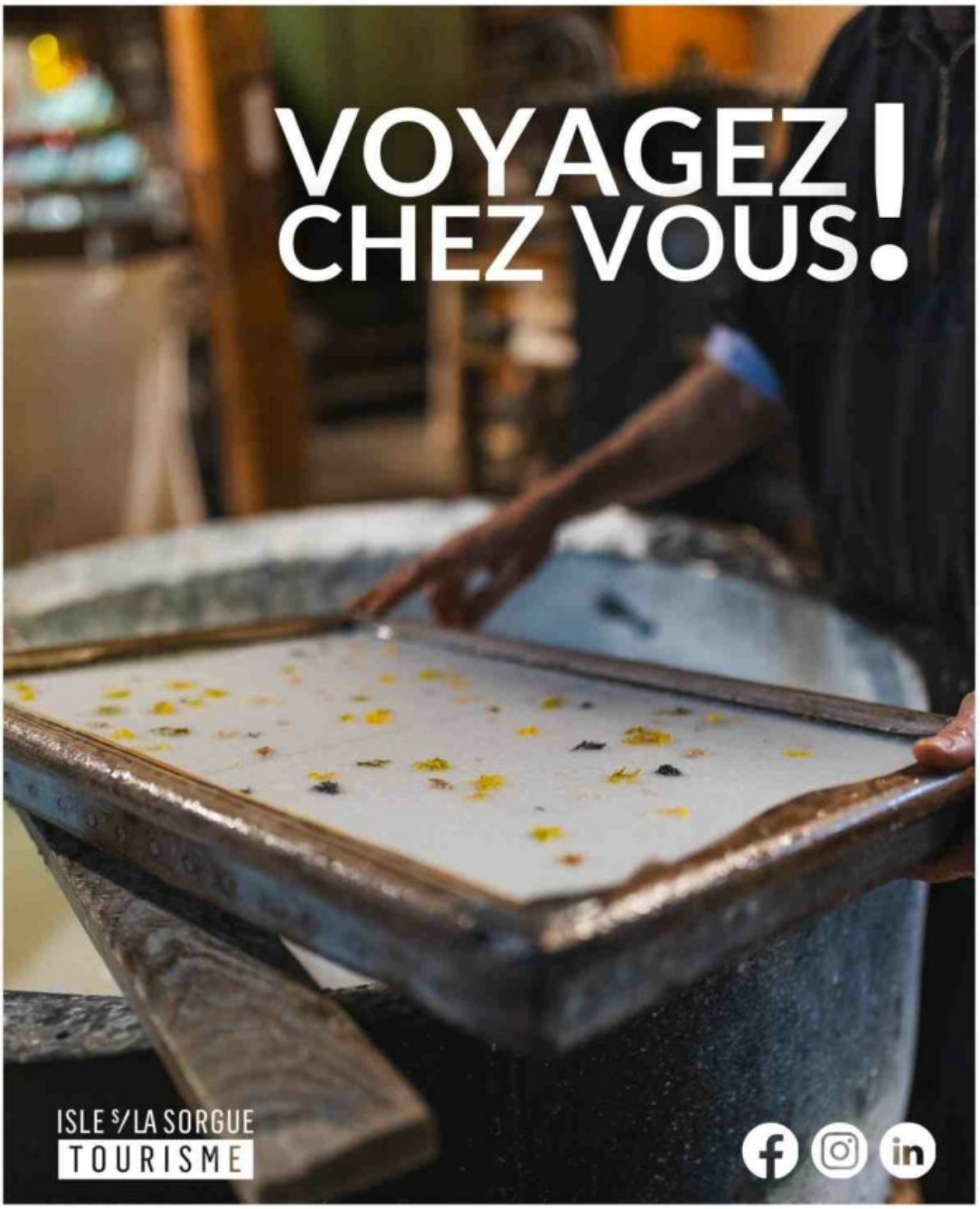
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

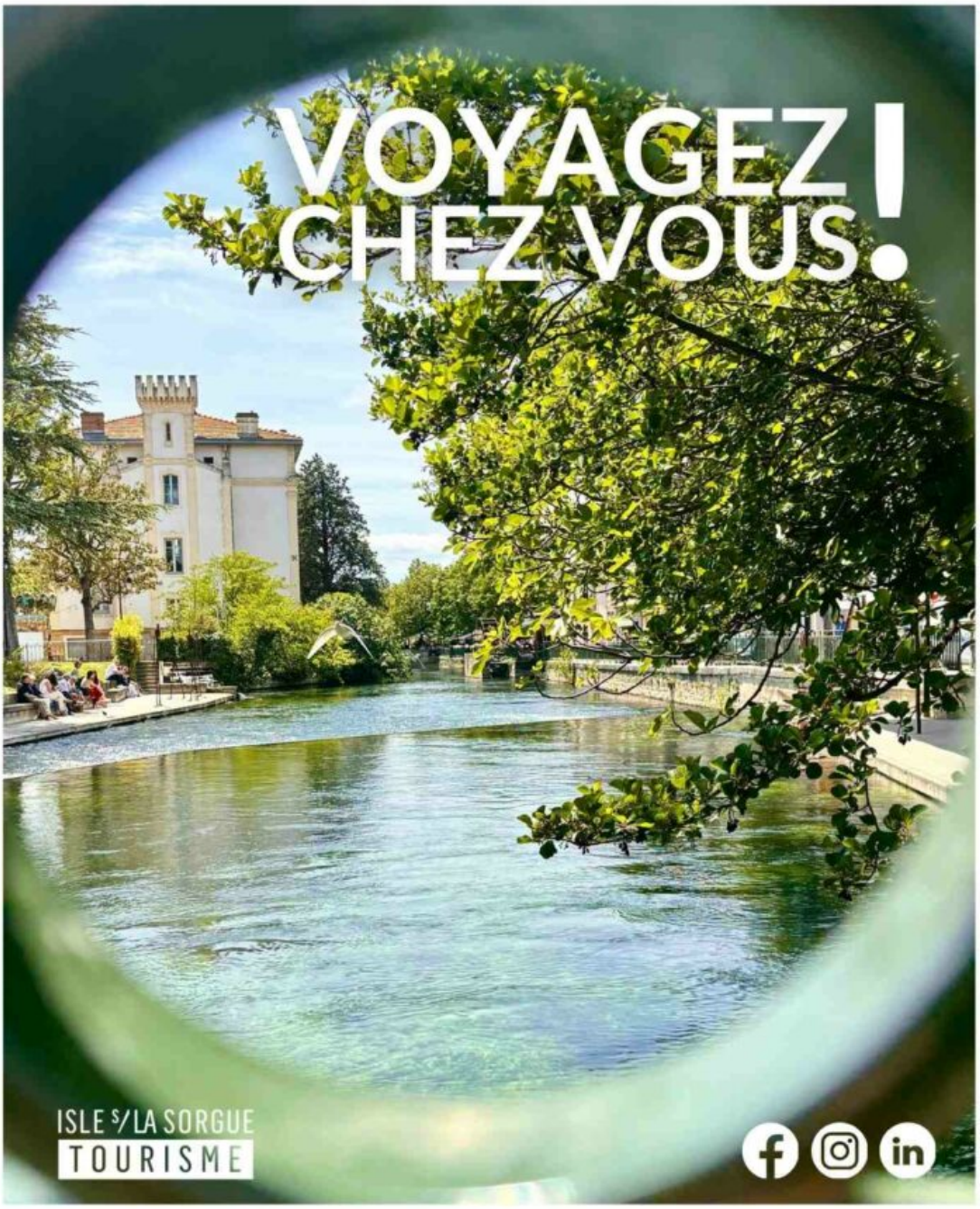



Explorez les pépites
de votre coin de paradis !

www.islesurlasorguetourisme.com

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026




Explorez les pépites de votre coin de paradis !

www.islesurlasorguetourisme.com

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

©Isle sur la Sorgue Tourisme

# Abbaye Saint-André : bilan de la campagne de mécénat



**Samedi 3 décembre, l'ensemble des 560m2 de toitures et l'imposante charpente du palais abbatial de l'abbaye Saint-André ont été inaugurés en présence d'une grande partie des donateurs. Le chantier aérien aura duré plus de huit mois et s'est achevé l'été dernier.**

Les salons à voûtes plates et le hall d'entrée de l'abbaye sont désormais hors de danger et le palais abbatial, qui date de la fin du XVIIe, a retrouvé une étanchéité sans faille. Le projet de restauration, d'un montant de près de 500 000 €, a pu être mené grâce à un fort engagement des institutionnels : de la Drac Occitanie et de la région Occitanie ainsi que de la mairie de Villeneuve-lez-Avignon, mais aussi d'une large communauté d'une centaine de mécènes en grande partie de la région, à commencer par l'entreprise mécène Emile Garcin Propriétés en tant que « Grand Bâtisseur ». Une campagne de mécénat conduite en partenariat avec la Fondation du Patrimoine, auprès des amis de l'abbaye et des entreprises du territoire qui ont répondu présent. Selon un vaste programme de restaurations, l'abbaye souhaite poursuivre les chantiers afin de continuer d'accueillir ses visiteurs amateurs d'art, de jardin et de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

patrimoine.

**Un budget de 499 000 euros**
**61% partenaires institutionnels (304,2 K€)**

- 49% Drac Occitanie 248 K€
- 10% Région Occitanie 48 K€
- 2% Mairie de Villeneuve-lez-Avignon 8,2 K€

**14% mécénat (71 K€)**

- 6,5% campagne de mécénat particuliers/TPE Fondation du Patrimoine 34 K€
- 4,5% Emile Garcin Propriétés 22 K€
- 3% Fondation du Patrimoine 15 K€ (don direct de l'organisme)

**25% abbaye Saint André (123,8 K€)**

**111 donateurs particuliers et TPE**

- 1 « Grand Bienfaiteur »
- 12 « Bienfaiteurs »
- 6 « Grands mécènes »
- 22 « Mécènes »
- 39 « Compagnons »
- 21 « Membres »
- 10 Dons inférieurs à 50 €

- *Montant collecté : 34 235 €*
- *Don moyen : 308 €*
- *Une majorité de donateurs gardois*

**Mécénat Emile Garcin Propriétés, un partenariat privilégié depuis 2018**
Première entreprise mécène mobilisée, Emile Garcin Propriétés conclut cette campagne, en tant que « Grand-Bâtisseur ». L'entreprise familiale renouvelle sa participation à une campagne dédiée à l'abbaye Saint-André et affirme son engagement en signant un partenariat de 22 000 euros. « Un partenariat dans la durée qui fait de cette entreprise un précieux ambassadeur pour l'abbaye Saint-André et tisse des liens de confiance avec une famille très engagée dans le patrimoine régional » explique Marie Viennet, gestionnaire de l'abbaye.

*Abbaye Saint-André – rue Montée du Fort – Villeneuve-lez-Avignon.*

J.R.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

# ‘On a tous besoin du Sud’ : relancer le tourisme après deux ans de pandémie




**Pour la troisième année consécutive, le Conseil départemental de Vaucluse et l’agence Vaucluse Provence Attractivité ont décidé de prendre part à la campagne de relance ‘On a tous besoin du Sud’.**

Cette campagne a été lancée en 2020 par le comité Sud, et coordonnée par le Comité régional de tourisme, dans le but de contrer la pandémie qui a fortement impacté le tourisme et a privé la région de ses visiteurs internationaux. « L’impact de la campagne est tel qu’avec Dominique Santoni, Présidente du Conseil départemental de Vaucluse, nous avons d’emblée donné notre accord à l’idée d’un troisième round », a déclaré Pierre Gonzalvez, président de Vaucluse Provence Attractivité.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

L’objectif reste inchangé : inciter les Français à redécouvrir la richesse des territoires via un plan de communication d’envergure. Pour ce faire, la campagne, qui va durer jusqu’au mois de juin, s’étale notamment dans les grands médias nationaux comme le journal Le Monde ou encore les chaînes télévisées TF1, TMC et LCI. Les territoires de la région seront mis en avant lors de créneaux de diffusion stratégiques. « Sous la bannière de ‘On a tous besoin du Sud’, nous avons pu accéder à des leviers de communication forts et puissants que nous n’aurions pas pu nous offrir seul », a ajouté Pierre Gonzalvez.

V.A.

---

# ‘On a tous besoin du Vaucluse’ : le Département mise sur les touristes français



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

**Le Conseil départemental de Vaucluse et son agence d'attractivité, Vaucluse Provence Attractivité (VPA), associée à ses partenaires, ont décidé d'unir leurs moyens pour porter un plan de relance touristique incluant une campagne de communication, forte d'un budget global approchant le million d'euros**.

Le collectif Sud, coordonné par le Comité régional de tourisme (CRT), lance à partir du 2 mai une nouvelle campagne : 'On a tous besoin du sud'. Dans un contexte sanitaire fragile, le comité et ses partenaires misent sur la clientèle française pour compenser la faible présence des clients internationaux. En collaboration avec la Région Sud, 11 acteurs majeurs du tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur se sont regroupés, permettant ainsi de mutualiser les moyens. Le CRT abonde 60% de la mise de départ de chaque partenaire, en parallèle, l'approche collective permet des achats groupés et des négociations avantageuses auprès des médias et des partenaires privés.

Le concept, signé par l'agence Sunmade, se déclinera en plusieurs slogans départementaux et s'adressera à la fois à une cible nationale et à une cible de proximité pour séduire nos voisins de Rhône-Alpes et d'Occitanie ou même encourager le tourisme intra-régional. « Un Marseillais peut être séduit par le tourisme patrimonial en Vaucluse, un Alpin par un circuit oenotouristique dans la vallée du Rhône et un Niçois par les paysages du Luberon », précise le Département.

## Fédérer autour du tourisme local

La communication collective fédère la Région, les six Départements et les grands offices métropolitains. Une campagne qui s'inscrit dans un plan de relance d'envergure pour soutenir les professionnels du tourisme et « démontrer la diversité, la richesse et la complémentarité de l'offre touristique. » Selon Maurice Chabert, président du Conseil départemental de Vaucluse et Président de Vaucluse Provence Attractivité : « quatre visuels ont été retenus, qui évoquent quatre visages du tourisme d'excellence en Vaucluse : le tourisme patrimonial, avec une famille qui s'apprête à découvrir le Palais des papes d'Avignon, la randonnée et le slow tourisme au cœur des Dentelles de Montmirail, la balade dans un paysage de carte postale typique du département (un champ de lavande entre Sault et Aurel) et enfin le tourisme sportif avec des vététistes prêts à dépasser leurs horizons. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026













©Teddy Verneuil/Sunmade

**1M€ d'achat d'espaces publicitaires**

La campagne se traduira par près de 180 spots TV sur France Télévisions aux heures de grande écoute, et près de 370 spots radio sur Europe1 et NRJ seront diffusés d'ici la fin-mai. En parallèle, une vaste campagne digitale sera déployée en mai, juin et septembre, en collaboration avec Le Monde.fr. A cela, viendra s'ajouter une présence sur des sites premium news et lifestyle, sur les réseaux sociaux et sur le replay de France Télévisions.

Trois acteurs privés ont été retenus par le collectif : Webedia, Hotels.com, voyage-privé, renforcés par une opération spéciale sur Facebook pour promouvoir les campings de la Région Sud. Cette collaboration représente ainsi tous les types d'hébergements, de l'hôtel toutes catégories au locatif. Outre la cible grand public, VPA et le collectif ont également proposé à une centaine de tour-opérateurs des séjours originaux : week-ends vélo assistance électrique concoctés, séjours concoctés par les offices de tourisme Avignon Tourisme et Luberon Cœur de Provence, ou encore des offres oenotouristiques sur la Vallée du

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 7 novembre 2026

Rhône conçues par l'agence A la Française.




©Teddy Verneuil/Sunmade

L.M.