Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Pays d'Apt Luberon : un tourisme « en légère baisse mais pas catastrophique »



L'équipe de l'office de tourisme intercommunale (OTI) Pays d'Apt Luberon a donné rendez-vous aux professionnels du tourisme du territoire ce mardi 18 novembre à la Fondation Blachère à Bonnieux pour la traditionnelle clôture de saison. L'occasion de faire un bilan de l'année.

C'est après une visite de la nouvelle exposition 'Sinon j'oublie' de la Fondation Blachère, lieu qui représente « l'un des symboles les plus marquants du territoire », comme la décrit Dominique Santoni, présidente du Département de Vaucluse et vice-présidente de la communauté de commune Pays d'Apt Luberon (CCPAL) déléguée au Tourisme, OGS, Grands projets et Communication, que les professionnels du tourisme ont dressé le bilan des derniers mois.

Chaque année, que ce soit pour le lancement ou la clôture de la saison touristique, qui est maintenant

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

étalée sur toute l'année et plus seulement sur la période estivale, l'office de tourisme Pays d'Apt Luberon choisit un lieu emblématique du territoire pour réunir hébergeurs, restaurateurs, commerçants et autres acteurs du tourisme.



L'exposition 'Sinon j'oublie' est en place jusqu'au 8 mars 2026 à la Fondation Blachère. ©Vanessa Arnal-Laugier / L'Echo du Mardi

Une légère baisse des nuitées

« Ça a été une saison riche, intense et agitée comme à son habitude », affirme Dominique Santoni. Pour autant, l'office de tourisme a recensé une légère baisse au niveau des nuitées (-4%), qui s'élèvent à 2,5M du 1er janvier au 31 octobre 2025, avec une baisse assez marquée au début de l'automne (-12%), notamment à cause des variations du calendrier avec des jours fériés et des ponts moins bien répartis que l'année dernière, mais avec une baisse de seulement -1% en cœur de saison.

Cependant, si une légère baisse a été remarqué, l'équipe de l'office de tourisme n'est pas pour autant en alerte. « Les ailes de saison ont diminué, explique Bettina Matias, directrice de l'office de tourisme. On observe une baisse mais ce n'est pas catastrophique pour autant. » Du côté des excursionnistes, c'est-à-dire ceux qui viennent faire des activités au sein du territoire mais qui n'y dorment pas, on en compte 3,6M cette année, ce qui est équivalent aux chiffres de 2024.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Une clientèle française et étrangère

Les sept bureaux d'information de l'office de tourisme ont accueilli plus de 37 000 visiteurs entre janvier et novembre 2025, notamment ceux d'Apt, Roussillon et Bonnieux, où les touristes ont afflué en nombre. Les anglophones et germanophones étant les plus présents sur le territoire, les brochures sont traduites en anglais et en allemand.

> « Ça a été une belle saison grâce à un travail collectif. Il faut continuer à travailler ainsi ensemble. »
>
> *Dominique Santoni*

Depuis le début de l'année, à l'instar de l'année 2024, le Pays d'Apt a compté 48% de nuitées étrangères avec notamment des Allemands, des Anglais, des Belges, des Américains, et des Suisses, et 52% de nuitées françaises, avec principalement une clientèle francilienne et une clientèle de proximité (venant de la région).



Dominique Santoni et Bettina Matias. ©Vanessa Arnal-Laugier / L'Echo du Mardi

Les problèmes soulevés par la clientèle

Comme chaque année, l'office de tourisme Pays d'Apt Luberon accorde une attention particulière aux

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

retours des touristes dans le but de s'adapter à leur demande et de créer une stratégie compétitive et rendre le territoire davantage attractif.

La mobilité reste un des points principaux à améliorer avec pas assez de panneaux signalant le plan d'eau de la Riaille et de bornes de recharges, ou encore la fermeture de l'accueil de la gare routière d'Apt. C'est pourquoi un chargé de mission mobilité a été embauché. « Au niveau mobilité, le Vaucluse n'est pas en retard, c'est une bonne nouvelle, explique Alain Gevaudan, de Vaucluse Provence Attractivité (VPA). Plus de 50% de l'offre touristique peut être rejointe par autre chose que la voiture, et une quarantaine de randonnées sont accessibles via des arrêts de bus. On ne part pas de rien, ce n'est pas une phlébite dans le département. »

En parallèle, il y a aussi une forte demande d'une ligne téléphonique pour le Sentier des ocres, de documentations en italien sur Roussillon, ou encore de la révision des horaires de la piscine du plan d'eau.

Les points positifs

Si les touristes font part de quelques détails à revoir auprès des acteurs du tourisme, l'OTI relève tout de même des points positifs appréciés comme les brochures qui sont complètes et traduites, et les chevalets avec les QR codes pour obtenir les informations du territoire sur smartphone.

> « On a eu cette année une équipe saisonnière polyvalente et impliquée, qu'on aimerait fidéliser. »
>
> *Bettina Matias*

L'OTI met également en lumière le bon démarrage de la commercialisation en ligne avec des produits expérientiels originaux, qui plaisent à la clientèle et donnent de la visibilité à ses partenaires. « On souligne aussi qu'on a eu une fréquentation estivale quasi stable malgré un pouvoir d'achat en baisse », s'enthousiasme Bettina Matias.

Une stratégie commerciale en finalisation

Il y a près de deux ans, l'office de tourisme a lancé une nouvelle stratégie qui a pour priorités le tourisme durable, la formation linguistique des acteurs du tourisme, et la commercialisation. « Les objectifs sont de coconstruire une offre touristique compétitive pour les groupes, en se concentrant sur les marchés étrangers prioritaires et les saisons creuses, de renforcer la collaboration avec les agences réceptives et les prescripteurs de la destination, mais aussi pour les professionnels de développer avec l'office de tourisme les démarches de prospections, offres, outils, formations et définir un plan marketing partagé, adaptés aux besoins du terrain », explique la directrice.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Ainsi, l'OTI déploie une communication sur le « Luberon secret » pour éviter le surtourisme dans certains villages, tout en faisant la promotion de l'intersaison de novembre à mars avec une attention particulière sur les AOC (vins et huile d'olive), les fruits confits et la truffe.

Exemple de vidéo (traduite en anglais) thématique pour faire la promotion du territoire autrement :

De plus, l'OTI souhaite devenir exemplaire en termes de développement durable afin de mieux accueillir le public dans un territoire qui doit être préservé. Cela passe notamment par l'éducation des touristes, au travers de brochures pour apprendre à économiser l'eau, ou encore un jeu de société sur les ocres que l'office de tourisme est en train d'élaborer. VPA a aussi créé une plateforme de diagnostic d'écoresponsabilité pour les professionnels du tourisme avec une proposition d'accompagnement personnalisé. « Ensemble on peut construire un tourisme plus durable et social pour les visiteurs, mais aussi pour les habitants », conclut Bettina Matias.

Quelques chiffres :
Le tourisme représente **13%** du PIB régional, soit plus de **20Mrds€**, dont plus de **1,6Mrds€** en Vaucluse.
Pour le vélo, **1€** investi correspond à **3€ à 6€** de retombées économiques locales.
Pour la randonnée, **1€** investi correspond à **8€ à 12€** de retombées économiques locales.

Spirou Provence et Wave island : une belle saison 2025

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Les deux parcs situés sur la zone de Beaulieu à Monteux ont réalisé un été positif malgré les aléas météorologiques. Le Wave village, nouvel hébergement touristique, a bien tourné au mois d'août. Le pass de 55€ pour les deux parcs sur deux jours pas forcément consécutifs a très bien fonctionné.

« Nous avons connu une saison normale. Nous avons été impactés par la météo du printemps qui a été pluvieuse pour le Parc Spirou qui a connu sa huitième saison. Le mois de juin a été très positif pour Wave Island car il a fait très chaud. La saison estivale sur juillet et août a été positive sur les deux parcs, notamment Spirou. La saison va se jouer sur la période automnale. Le Parc Spirou est en effet ouvert jusqu'au 11 novembre et nous attendons beaucoup de monde avec notre thématique Halloween », explique Hervé Lux, le directeur général depuis 2020. L'année a été dans l'ensemble positive avec le même chiffre qu'en 2024 qui avait été une année record. « Même si la conjoncture économique est morose, le phénomène le plus important pour nous reste la météo. À titre d'exemple, la première semaine des vacances de Pâques de notre zone a été très pluvieuse et cela a eu un impact négatif pour nous. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Un succès pour l'hébergement

Wave village est un lieu d'hébergement qui permet aux touristes de passer la nuit au bord de l'eau et de profiter des deux parcs avec une entrée combinée. Les premiers résultats sont très positifs, au-dessus de l'objectif. Ce concept d'hôtellerie au sein d'un parc d'attraction a été ouvert cette année. « Wave village a été très bien accueilli par notre clientèle et les résultats sont satisfaisants. Nous avons eu un excellent taux de remplissage au mois d'août, autour de 90%. L'offre proposée est celle attendue de nos visiteurs, avec la possibilité de profiter des deux parcs sur deux jours avec une nuit d'hébergement sur place », indique Hervé Lux. Cette diversification dans l'hébergement permet aux deux parcs d'agrandir leur zone d'attraction avec une clientèle venant de plus loin. « Notre zone de chalandise primaire des deux parcs est le Vaucluse évidemment ainsi que les départements limitrophes que sont le Gard, les Bouches-du-Rhône, le Var la Drôme et l'Ardèche. Avec Wave village, nous allons toucher le grand sud-est avec des départements comme l'Hérault ou la région lyonnaise mais également plus loin. »

Naruto en 2026

L'année 2026 sera importante pour l'entreprise avec une grande diversification sur le Parc Spirou, se concrétisant par un agrandissement de 1,5 ha et deux nouvelles attractions, autour de la thématique Naruto. « Nous ouvrirons cela pour la saison 2026, à une date qui sera donnée ultérieurement. Le Parc Spirou s'agrandit de 25%. C'est un gros challenge. Ce sera un land dédié au personnage Naruto, qui est une des licences manga les plus puissantes au monde. C'est un moyen pour nous de proposer quelque chose d'unique au monde. Il existe en effet un seul petit parc au Japon autour de Naruto. En revanche, dans le monde occidental, il n'y en a pas », explique Hervé Lux. Ceci a été rendu possible grâce à un gros travail de collaboration avec l'actionnaire principal qui est la maison d'édition Média-Participations. Cette dernière est étroitement liée à la licence Naruto. L'investissement global de ce projet tourne autour de 18M€.

« Nous sommes très fiers d'accueillir cette licence mondiale très connue. Elle fait en effet partie des marques les plus populaires en France auprès des jeunes », explique Nicole Diasparra, responsable marketing et commercial du site. La première attraction sera la family launch thrill coaster, montagne russe d'une distance d'un kilomètre qui est déjà montée, décorée sur le thème de Kyubi. Cette attraction à sensation permettra de prendre une accélération instantanée de 80 km/h. La seconde attraction familiale est un bras rotatif, déjà monté également. Le gros chantier restant concerne toute la thématisation.

Parc Spirou : les premières images des attractions Naruto dévoilées

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

L’histoire des deux parcs

Spirou Provence a été inauguré en 2018, avec 27 attractions en 2025. Le groupe Média-Participations, qui est une grosse entreprise du monde de l’édition avec 700M€ de chiffre d’affaires, est l’actionnaire majoritaire. Le parc est ouvert de début avril à mi-novembre.

Les éditions Dupuis portent le projet Spirou via Média-Participations. Elles travaillent principalement sur la bande dessinée franco-belge, avec tous les personnages représentés sur le Parc Spirou (Spirou, les Marsupilamis, les Schtroumpfs, Lucky Luke, Boule et Bill et Kid Paddle). Média-Participations possède 80 maisons d’édition dont Dupuis. Il gère les droits de Naruto pour l’Europe via un de ses maisons d’édition, Kana.

Wave Island a été créé en 2015. Il a été racheté en juillet 2024 par son voisin, le Parc Spirou, après des difficultés financières. Ce parc de 5 ha a 22 attractions. Il est ouvert de mi-juin à fin août.

Parc de loisirs : Spirou s’offre Wave Island

Tourisme : Avignon explose les compteurs cet été avec une fréquentation exponentielle

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Alors qu'Avignon célèbre cette année les 25 ans de son titre de capitale européenne de la culture au travers d'une saison culturelle d'exception intitulée 'Terre de culture 2025', sa fréquentation touristique s'est vue grimper en flèche cet été.

+600% pour le Musée du Lapidaire, puisqu'on est passé de 4 101 visiteurs à 28 464, +260% au Muséum Requien (de 1 205 à 4 327 entrées), +20% sur le Pont Saint-Bénézet avec 182 032 billets vendus…

Voilà les chiffres d'Avignon Tourisme, qui se félicite de ce record historique. Certains ont parlé d'effet 'JO', sans doute… Mais la plupart évoque l'exposition 'Cosmos Les Fantômes de l'Amour' inaugurée fin-juin en présence de l'artiste. Les 'Astrolabes', les bulles et les pavés de cristal de Murano, les 260 oeuvres de Jean-Michel Othoniel déployées à travers toute la ville, au Palais des Papes, dans les Jardins pontificaux, dans les musées municipaux gratuits, à la Chapelle Sainte-Claire comme à la Collection Lambert et aux Bains Pommer ont été un facteur indéniable d'attractivité.

Une progression quasi globale

Avignon a fait le plein. En détails, cela donne par exemple +130% au Musée du Petit Palais-Louvre en Avignon où les entrées ont triplé en juillet-août par rapport à 2025 puisqu'on est passé de 3 929 visiteurs à 9 048. Pour les six musées avignonnais, la fréquentation a été boostée de +190% (de 17 825 entrées à 51 825) rien qu'en juillet ! L'exposition, qui reste visible jusqu'au 4 janvier, a joué un rôle d'aimant en attirant 469 831 personnes. A contrario, le Musée du Rouren qui n'accueille aucune œuvre d'Othoniel, a vu sa fréquentation reculer de -50%, passant de 4 549 visiteurs l'été dernier à 2 205 en 2025.

Mais Avignon Tourisme, autour notamment de son directeur Arnaud Pignol et de Carine Meriaux, sa directrice du Pôle Communication, a d'autres chiffres de progression dans son escarcelle. L'office du tourisme, en bas de la Rue de la République, a vu sa fréquentation progresser de +13% avec 56% de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

touristes français, 32% internationaux et 12% locaux. Les demandes concernaient les Festivals In et Off d'Avignon, les horaires et tarifs de visite du Palais des Papes et du Pont d'Avignon, et bien sûr l'exposition-déambulation Othoniel.

Malgré la canicule et une ambiance globalement anxiogène, les touristes ont voulu se changer les idées. Avignon a fait le plein en juillet-août et comme un été indien a l'air de se profiler, cette manne pourrait bien se prolonger encore pendant de nombreuses semaine à l'automne.

Avec 100 000 spectateurs en 18 mois, Confluence Spectacles s'impose comme la 1re salle de Vaucluse



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

« C'est un honneur pour nous de voir autant de talents se succéder sur notre scène depuis un an et demi », se félicite Grégory Cometti, l'un des trois dirigeants de la salle avec René Kraus et Patrice Fabre. Il est vrai que depuis que ce site — qui avait accueilli pendant les longs et coûteux travaux de rénovation (24M€), le public de l'Opéra du Grand Avignon — a été racheté par le trio d'associés, ils ont investi 3,4M€ pour agrandir les lieux, les équiper en matériel numérique, son, lumière, régie, climatisation, accès à tous et proposer soit 1650 places debout, soit 1049 assises, avec en prime un parking gratuit et attenant de 400 places.

« Avoir un public aussi divers avec une programmation éclectique est une vraie satisfaction », ajoute-t-il, lui qui a réussi à attirer depuis l'inauguration le 15 février 2024 avec Christophe Willem, Pascal Obispo, Sheila, Chico et les Gypsies, Dany Boon et Paul Mirabel et afficher un fréquentation en hausse constante aussi bien pour des Avignonnais que pour des spectateurs venus de tout le Vaucluse, mais aussi de Montpellier, Nîmes, Nice, Marseille, Aix ou la Drôme.

Au programme de septembre à décembre

Et pour la rentrée cet automne, les dates se succèdent pour les têtes d'affiche. 'Cloclo' avec les centaines de choristes de Spectacul'Art dirigé par Vincent Fuchs le 4 octobre, François Feldman le 11, Hugues Aufray le 12, Zaz le 26, mais il reste seulement quelques places VIP en loges comme pour Gad Elmaleh le 8.

En novembre, Jeff Panacloc le 9, Marie-Claude Pietragalla pour une chorégraphie en hommage à Barbara le 18, une soirée J-J Goldman le 21, les Celtic Legends le 30. Et en décembre, le groupe polyphonique corse des Muvrini le 3, Elie Semoun le 4, et la plus célèbre des Avignonnaises, « notre » Mireille Mathieu pour deux récitals avec grand orchestre qui concluront sa tournée mondiale, chez elle, dans la Cité des Papes les 5 & 6. Au programme également d'ici la fin de l'année, Booder dans 'Ah…l'école !' le 9 décembre, Vincent Dedienne, ancien chroniqueur chez Yann Barthès dans *Quotidien* le 11, deux jours de Festival Mondial de la Magie les 13 et 14 et Casse-Noisette de Tchaikovsky le 21.

De beaux projets pour la suite

« Le chemin est encore long, explique Grégory Cometti. Nous sortons à peine de la période de lancement de cette nouvelle scène. Et, même si je ne peux pas encore parler de tout, nous avons signé ferme pour la venue en 2026 de Roberto Alagna, Yannick Noah, Laurent Gerra, Calogero et Garou. Nous maintenons nos efforts pour nous développer, nous améliorer et proposer de beaux spectacles au public qui surprend souvent les artistes par son accueil, tant il est chaleureux et généreux. » L'an prochain, il espère afficher une centaine de dates à Confluence Spectacles qui renforcera sa présence incontournable de scène avec laquelle il faut compter pour le spectacle vivant. Qu'il s'agisse de théâtre, de musique, de chanson, de mime, de danse, de magie ou d'humour, avec des tarifs accessibles au plus grand nombre.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



©Andrée Brunetti / L'Echo du Mardi

Contact : contact@confluencespectacle.fr / 04 86 84 22 04

Où trouve t'on le plus de bars et restaurants en Vaucluse ?

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Recoupant 900 indicateurs issus de plus de 130 sources et jeux de données, la start-up Ville de rêve a établi un classement du nombre de bars et restaurants au km2 situés dans les cœurs de ville.

Sans surprises, en Vaucluse c'est à Avignon que l'on trouve la plus forte densité du département avec 430 établissements au km2 en centre-ville. Au niveau national, la cité des papes se classe en 22e position en se situant dans la même strate de chiffres que Lille, Grenoble, Cannes ou bien encore Ajaccio.

Dans le Vaucluse arrive ensuite Orange. La cité des princes totalise ainsi pour sa part 251 bars et restaurants au km2. Derrière, on trouve Apt 158 établissements au km2, Cavaillon (151) et Carpentras (95). Les grandes villes de la Région Sud caracolent en tête (voir paragraphe suivant), mais on constate que Nîmes (13e avec 527 établissements/km2) fait la course en tête au sein du triangle de la grande Provence. En effet, avec 252 bars et restaurants Arles est plutôt dans les pas d'Orange que de ses grandes voisines.
A noter que Pont-Saint-Esprit (153), Bagnols-sur-Cèze (135) et Beaucaire (92) tirent leur épingle du jeu (voir détail dans le tableau ci-dessous). Au final en France, la moyenne s'établit à 188 bars et restaurants par km².

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Nombre de bars ou restaurants au km2 dans le centre-ville en 2025

Ville	Nombre d'établissements
Toulon	775
Marseille	729
Aix-en-Provence	651
Nice	602
Montpellier	590
Nîmes	527
Avignon	430
Arles	252
Orange	251
Apt	158
Pont-Saint-Esprit	153
Cavaillon	151
Bagnols-sur-Cèze	135
Carpentras	95
Beaucaire	92

Source : villedereve.fr

La Région Sud en pole position

Si ce classement est forcément dominé par Paris (1 191 établissements/km2), la Région Sud est particulièrement présente avec Toulon (2e avec 775 établissements/km2), Marseille (4e avec 729 établissements/km2), Aix-en-Provence (7e avec 651 établissements/km2) et Nice (8e avec 602 établissements/km2). Le grand Sud est largement représenté puisque Bordeaux (5e avec 683 établissements/km2), Bayonne (6e avec 682 établissements/km2) ainsi que Montpellier (9e avec 590 établissements/km2) figurent dans ce top 10. Seules les villes d'Annecy (3e avec 738 établissements/km2) et Rennes (10e avec 541 établissements/km2) troublent ce presque grand schelem sudiste.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Le Grand Café Barretta à Avignon. Crédit : Alain Hocquel-VPA

« Cette hyper-concentration reflète la transformation de l'économie locale en faveur de l'accueil touristique, constate ville de rêve. Cette configuration génère des nuisances croissantes pour les habitants (bruits, flux piétons, livraisons, odeurs) et modifie profondément la composition commerciale traditionnelle. »
Pour la plateforme statistique, cette densité représente également un indicateur d'un potentiel surtourisme.

L.G.

Festival Off d'Avignon, un point d'étape qui marque déjà une très bonne fréquentation du public

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Harold David et Laurent Domingos, les deux co-présidents d'Avignon Festival & Compagnies –AF&C- du Festival Off d'Avignon et Sophie-Anne Lecesne, vice-présidente ont fait un point d'étape du festival qui se déroule aux mêmes dates que le Festival In du 5 au 26 juillet 2025 pour 21 jours de festival –relâches comprises-. Les premiers chiffres collectés, cinq jours après le début du off, sont excellents et promettent un festival exceptionnel.

Pour les deux présidents et la vice-présidente, le Festival off a démarré très fort, peut-être parce que les deux festivals -In et Off- sont organisés aux mêmes dates.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Laurent Domingos Copyright MMH

Ticket'off, l'ergonomie booste la fréquentation de la plateforme

«Nous vivons un festival extraordinaire avec des rues foisonnantes de monde, relate Laurent Domingos. Près de 137 000 contremarques Ticket Off ont été vendues au 10 juillet, ce qui est une hausse très nette par rapport à l'année dernière. En 2024, sur tout le festival nous étions à 200 000. Il est vrai que la plateforme s'améliore d'année en année et que le public commence à avoir l'habitude de s'y rendre pour commander ses places.»

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Sophie-Anne Lecesne Copyright MMH

Les cartes du Off

«L'autre excellent indicateur est le nombre de cartes du off vendues : 51 600 à ce jour, alors qu'à la fin du festival, en 2024, il y en avait 62 898, donc presque 63 000, rappelle Sophie-Anne Lecesne. Cela démarre fort alors que, côté compagnies, nous parlions entre nous de semaine 'modérée' avant que la fréquentation des salles ne soit boostée autour du 14 juillet et ne retombe la dernière semaine.» «Pour la première fois également, nous avons ouvert une boutique physique de vente de billets –au village du Off- ce qui rend la vente plus concrète, précise Laurent Domingos. Nous sommes également dans une année 2025 normale, où il n'y a pas d'événements géopolitiques majeurs, ni les Jeux Olympiques, également, le festival a commencé au début des vacances scolaires. Enfin, la météo est plutôt clémente. S'il est difficile de savoir aujourd'hui si l'élan va perdurer et si l'on est vraiment dans une dynamique très forte, on peut tout de même observer une anticipation plus importante de l'acte d'achat du public.»

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Harold David Copyright MMH

Depuis 3 ans, Le chemin du spectateur avec Cultures du cœur

«Cultures du cœur est une billetterie solidaire qui permet de rapprocher les théâtres des publics du territoire, relate Harold David. Mission ? Offrir des places de spectacles aux publics éloignés de la culture. Près de 10 000 invitations sont ainsi distribuées. Le dispositif est financé par des fonds privés via la Fondation AF&C qui collecte les fonds de mécénat auprès des entreprises du territoire. En contrepartie les compagnies proposent un temps de dialogue et de médiations avec les publics. Le dispositif fonctionne bien puisque 900 billets ont été achetés, l'an passé, grâce à la dotation d'AF&C. Près de 84 sorties collectives ont été organisées par une quarantaine de structures maintenant liées au Festival pour favoriser l'accès à la culture.»

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Les auteurs de l’ouvrage Le Souffle du Off sur Avignon Copyright MMH

Le souffle du Off sur Avignon

‘Le souffle du Off sur Avignon’ est un ouvrage collectif écrit par Emilie Pamart, Maud Pélissier-Thiériot et Paul Rasse, paru ce mois aux Éditions universitaires d’Avignon. L’ouvrage restitue les résultats d’une enquête collective menée pendant deux ans sur le festival Off d’Avignon. « Ce livre est né d’une volonté commune d’investir le terrain du Off durant deux années consécutives qui ont été l’occasion de rencontres denses, variées, dissonantes parfois, mais toutes riches d’enseignements qui nous ont amenés à voir dans le Off un miroir grossissant des enjeux, des mutations et des défis que traversent la filière du spectacle vivant dans un contexte de post-crise sanitaire et de transitions – environnementale, économique, numérique et sociale,» précise Maud Pélissier-Thiériot.

Collecte et analyse des données

«C’est un travail remarquable qui aborde beaucoup d’aspects du festival, très prudent, dans ses mutations, dans sa spécificité des publics, et qui met véritablement en lumière la manière dont l’offre est

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

aujourd'hui en train de devenir une plateforme d'échanges pour la culture, la filière du spectacle vivant, et l'ensemble des acteurs qui participent, détaille Harold David. C'est vraiment un ouvrage de référence pour les années à venir et sur lequel, AFC va pouvoir s'appuyer pour pouvoir approfondir notre travail de compréhension et de réflexion sur le festival.»



Copyright Festival Off Communication

10 000 personnes entrent au Village du Off chaque jour

«Le village du Off est un lieu ressource où l'on peut trouver de l'info, reprend Laurent Domingos. On va essayer d'en décrypter la typologie. Le Village du off pour enfant de 0 à 14 ans –Tadamm, 1 rue des Ecoles à Avignon, Ecole Simone Veil- a connu un engouement presque immédiat depuis son ouverture le 7 juillet. Les enfants peuvent participer à des ateliers et les parents se poser un peu.» Au programme des ateliers artistiques, des scènes découvertes, des jeux, des rencontres, un coin lecture, un espace détente, pour y vivre le festival autrement.

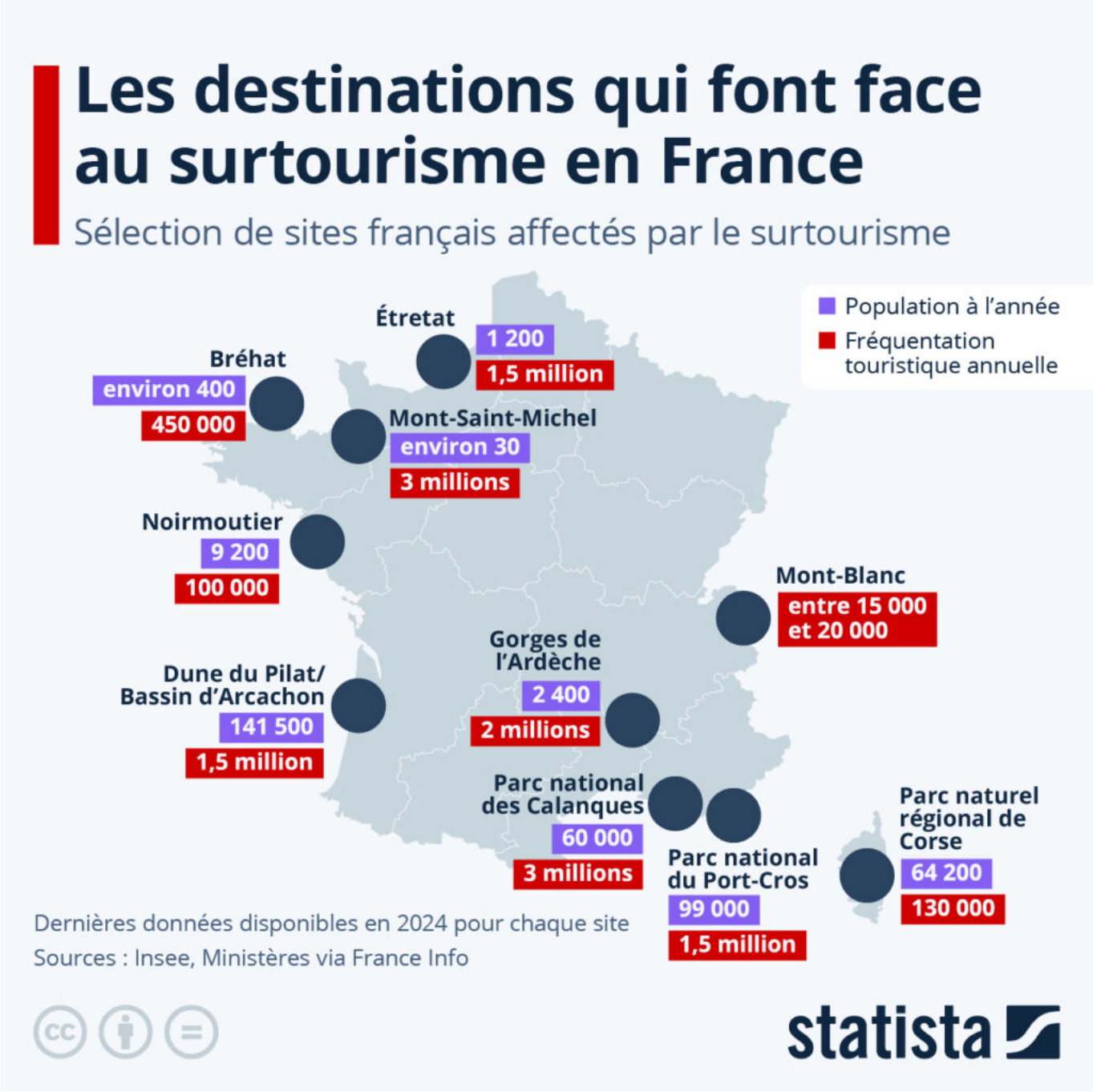
«Lors d'une enquête nous avons demandé aux artistes et aux techniciens s'ils avaient renoncé au festival Off faute de mode de garde pour leur enfant, relève Sophie-Anne Lecesne. La réponse a été oui une fois sur deux. Nous allons travailler là-dessus : Créer un crèche pour les enfants de 0 à 3 ans, pour les travailleurs du Off.»

Tout le programme du Village du Off ici. Il s'y déroule plus de 300 événements.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Quels lieux en France font face au surtourisme ?



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Avec plus de 100 millions de visiteurs internationaux l'année dernière, la France reste la première destination touristique mondiale. En 2024, le tourisme international a généré 71 milliards d'euros de recettes dans le pays, d'après l'agence de développement touristique française Atout France. Les bénéfices du tourisme – international et domestique – sont indéniables. Cependant, comme le montre notre infographie, de nombreux sites en France sont victimes de leur succès, et doivent ainsi face à des problèmes liés au surtourisme, une présence de touristes excessive et potentiellement nuisible.

Si un trop important afflux de touristes peut avoir des conséquences négatives sur l'expérience des visiteurs, et causer des problèmes pour la vie locale (par exemple en réduisant le marché locatif de long terme en faveur de locations touristiques), le surtourisme peut également avoir un impact irréversible sur l'environnement. La hausse de visiteurs, particulièrement internationaux, dans le village normand d'Étretat ces dernières années a par exemple causé la destruction d'une partie du site naturel. L'impact sur l'environnement du tourisme intensif s'est également fait sentir sur l'île de Bréhat. La petite île bretonne, dont la population à l'année n'est que d'environ 400 personnes, reçoit chaque année 450 000 touristes.

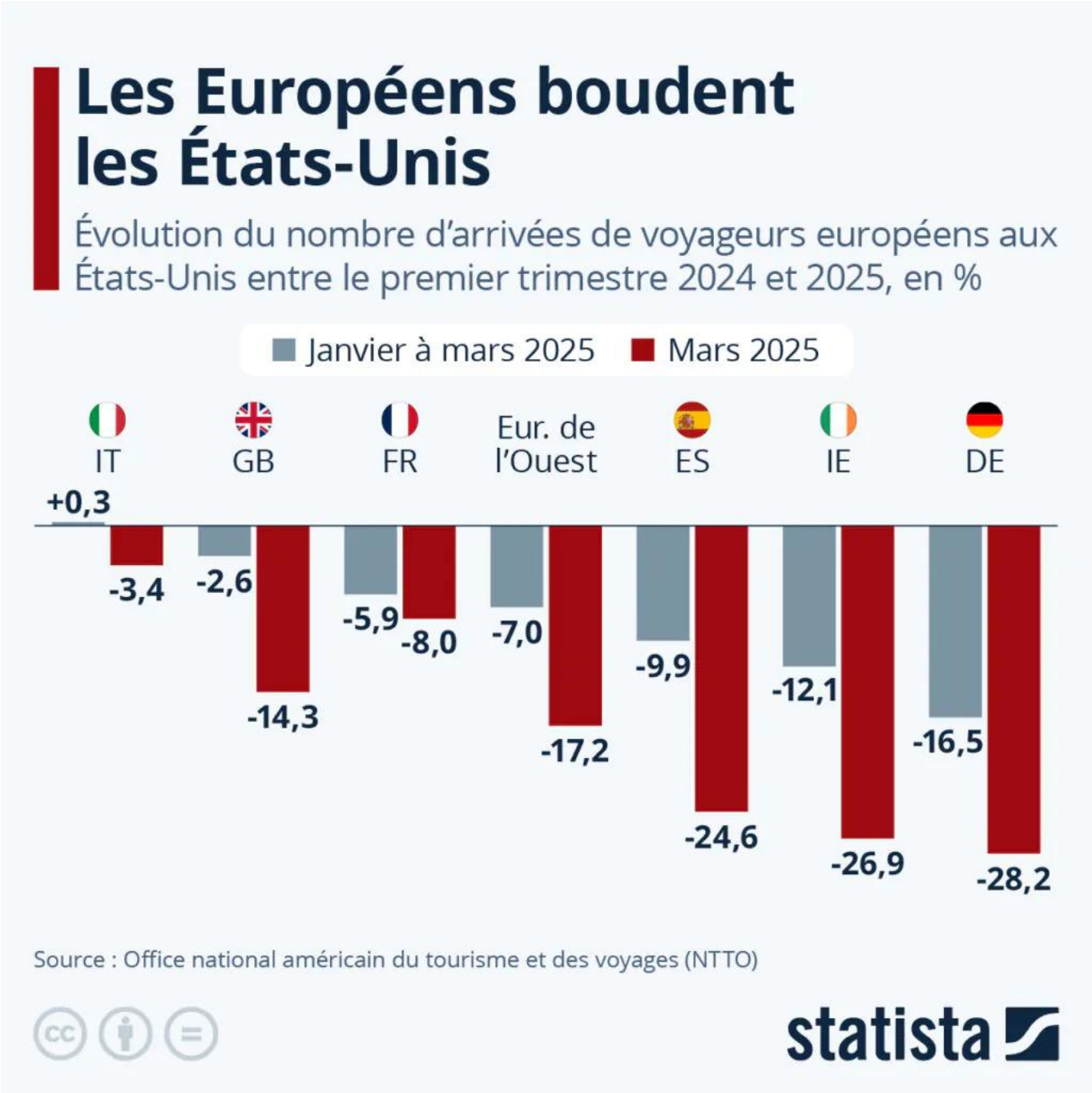
Plusieurs sites français ont d'ores et déjà mis en place des mesures afin de mitiger l'effet du surtourisme : l'accès à certaines calanques est par exemple soumis à une réservation gratuite mais obligatoire en haute saison.

De Valentine Fourreau pour Statista

Les Européens boudent les États-Unis

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Donald Trump et sa politique vont-ils coûter cher à l'industrie du tourisme des États-Unis ? En raison de l'actualité, de plus en plus d'Européens décident d'annuler leur projet de voyage aux États-Unis. C'est ce que révèlent les derniers chiffres publiés en avril par l'Office national américain du tourisme et des voyages (NTTO), qui indiquent que les arrivées de visiteurs internationaux ont baissé au premier trimestre 2025, et que cette situation s'est aggravée en mars.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Par rapport à la même période en 2024, le nombre de voyageurs en provenance d'Europe de l'Ouest, incluant aussi bien les touristes que les voyageurs d'affaires, a chuté d'environ 17 % le mois dernier, et depuis janvier, de 7 %. Comme le détaille notre infographie, la diminution des flux de voyageurs est particulièrement marquée en provenance d'Allemagne, d'Irlande et d'Espagne, avec une chute de plus de 20 % mesurée en mars. Le nombre de voyageurs français aux États-Unis a lui baissé de 8 % le mois dernier et d'environ 6 % sur la totalité du premier trimestre.

Récemment interviewés par le journal Le Monde, des porte-paroles et dirigeants de l'industrie du voyage en France confirment la tendance : « des clients qui avaient commencé le processus ont renoncé, dans la foulée de l'arrivée de Trump », « on a vu une vraie différence après l'épisode du bureau Ovale », « pour des raisons politiques, c'est rare ».

De Tristan Gaudiaut pour Statista

Grand Avignon, depuis 2022 l'agglo a investi plus de 41M€ dans les bus Orizo et navettes de ville Cityzen

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026



Dans le cadre du renouvellement partiel de sa flotte de 159 bus Orizo et navettes Citizen au profit de véhicules plus écologiques, le Grand Avignon a investi 41,2M€ depuis 2022, accueillant 28 bus 100% électriques, 36 bus hybrides et 20 de plus dans le courant de l'année.

Les cinq dernières navettes reçues 100% électriques proposent une capacité d'accueil de 21 voyageurs -11 places debout et 10 assises-, une accessibilité UFR (usager en fauteuil roulant), une caméra de surveillance, et desserviront le centre-ville d'Avignon ainsi que le parking relais des Italiens via les lignes Cityzen République et Cityzen Italiens. Elles disposent de 210 km d'autonomie et se rechargent en moins d'1h30.

70% de la flotte sera renouvelée entre 2022 et 2026

En 3 ans, le Grand Avignon a renouvelé 53% de sa flotte, constituée de 159 bus et navettes dont bientôt 56 bus hybrides et de 28 autres 100% électriques. En 2024, 820 000 voyageurs ont emprunté la Cityzen Italiens et 170 000 la Cityzen République.

Promesse de mandat tenue

Joël Guin, président du grand Avignon a précisé : «Après les investissements lourds réalisés par le Grand Avignon dans le tramway et les Chron'hop, nous faisons progresser notre offre de transport de proximité. La stratégie retenue au cours de ce mandat porte ses fruits, avec une offre qui a recueilli l'adhésion de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

plus de 14 millions de voyageurs en 2024.»



Daniel Bellegarde, Fabrice Tocabens, Joël Guin et Jean-Firmin Bardisa

En savoir plus

Tecelys, société publique locale, est une société anonyme de droit privé dont les actionnaires sont les collectivités locales, le Grand Avignon, les villes d'Avignon, Les Angles, Le Pontet et Villeneuve lez Avignon. Tecelys assure le pilotage et la mise en œuvre de projets structurants pour l'ensemble des aménagements urbains. Elle exploite le réseau Orizo.

Projets et réalisations

Les grands projets portés par la Société Publique Locale Tecelys : Le Tram du Grand Avignon ; Les 2 lignes Chron'Hop du Grand Avignon ; La création du centre de Maintenance du Tramway du Grand Avignon ; La création du P+R Saint Chamand ; La création du P+R Agroparc ; L'aménagement et la végétalisation de la voie verte sur l'avenue du Général de Gaulle pour la Ville d'Avignon ; La requalification des rues Carnot et Carreterie pour la Ville d'Avignon.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 18 novembre 2026

Organisation de la mobilité

Depuis le 1er juillet 2022, le Grand Avignon qui a la compétence transport, a délégué sous la forme d'un contrat d'obligations de service public des services de mobilité, l'exploitation du réseau Orizo à la SPL Tecelys pour une durée de 6,5 ans. La société Tecelys est dirigée par Joël Guin, président directeur général et Daniel Audibert directeur.