

Ecrit par le 2 février 2026

Destination Luberon et Isle sur la Sorgue Tourisme collaborent depuis 7 ans pour un tourisme de territoire



Le jeudi 27 mars, les offices de tourisme intercommunaux (OTI) [Destination Luberon](#) et [Isle sur la Sorgue Tourisme](#) se sont réunis à Cavaillon pour leur traditionnel lancement de saison, qu'ils font communément. Quelque 150 acteurs du tourisme, provenant des deux territoires, étaient présents.

« Vous êtes au cœur du développement économique du territoire », a lancé [Gérard Daudet](#), maire de Cavaillon et président de Destination Luberon, face aux acteurs du tourisme qui se sont réunis au Marché d'Intérêt National (MIN) de Cavaillon à l'occasion du lancement de la saison touristique de Destination Luberon et Isle sur la Sorgue Tourisme.

Les deux établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) organisent conjointement cette

Ecrit par le 2 février 2026

réunion annuelle depuis plusieurs années et collaborent depuis maintenant sept ans dans une logique de territoire et de parcours client. « On a une logique de tourisme de territoire, sans frontières administratives car le touriste ne sait pas s'il se trouve sur le territoire de Destination Luberon ou d'Isle sur la Sorgue Tourisme », a expliqué [Eric Bruxelle](#), président d'Isle sur la Sorgue Tourisme.

Un tourisme à l'année

Si les deux OTI conservent chacune une stratégie globale qui leur est propre, ils ont tous deux décidé de mettre leurs forces en commun il y a quelques années. « On ne peut pas rester isolé, a ajouté Eric Bruxelle. On vit dans un monde de concurrence. Le Vaucluse a de nombreux atouts mais ce n'est pas le seul, que ce soit en France ou ailleurs. » Ainsi est née cette collaboration qui aujourd'hui perdure. L'objectif d'Isle sur la Sorgue Tourisme et de Destination Luberon est de promouvoir une activité touristique à l'année et plus seulement durant la saison estivale. Une stratégie dont Isle sur la Sorgue Tourisme a été précurseur en 2021.

« On ne parle plus d'ailes de saison ou de saison estivale. »

Eric Bruxelle

Le 1er trimestre affiche un bilan assez contrasté, avec des résultats pas trop mauvais pour l'hôtellerie et la restauration, mais pas terrible pour les commerces. Un autre sujet inquiétant vient s'ajouter : Fontaine-de-Vaucluse. Le gouffre étant la force attractive de la commune mais étant inaccessible depuis plusieurs mois et pour une durée indéterminée pour des raisons de sécurité, l'avenir du tourisme à Fontaine-de-Vaucluse est en grande réflexion afin de mettre en lumière les autres atouts de la commune.

Une belle année 2024 pour le tourisme

L'année 2024 a compté 6,6M de nuitées touristiques cumulées sur les territoires des deux EPCI. Ces nuitées concernent à 36% le cœur de l'été, 28% d'avril à juin, 20% l'arrière-saison et 16% l'hiver, avec une durée de séjour de 4,6 jours en moyenne. 44% des touristes étaient des étrangers, la plupart provenant de l'Allemagne, du Royaume-Uni et des États-Unis, contre 56% de Français venant principalement d'Île-de-France, d'Auvergne-Rhône-Alpes, ou de Provence-Alpes-Côte d'Azur.

70 000 personnes ont été accueillies en 2024 dans les deux OTI, qui comptent en tout 21 conseillers en séjour et 7 points d'accueil. Destination Luberon et Isle sur la Sorgue Tourisme ont pu observer un étalement de la fréquentation dans l'année, ainsi qu'une augmentation de la fréquentation d'excursionnistes originaires des Bouches-du-Rhône, du Gard et du Var. « On a volonté de fidéliser ces excursionnistes afin d'en faire des clients séjour », ont ajouté [Xavier Feuillant](#) et [Franck Delahaye](#), respectivement directeur d'Isle sur la Sorgue Tourisme et directeur de Destination Luberon. Les deux OTI visent les labels 'Destination d'Excellence' et 'Tourisme & Handicap' pour tous leurs bureaux

Ecrit par le 2 février 2026

d'information touristique en 2025 et 2026.

Vers un tourisme durable

En plus de proposer un tourisme quatre saisons, afin de répondre aux enjeux environnementaux actuels, les deux territoires veulent se tourner plus globalement vers un tourisme durable en passant par l'accompagnement des professionnels avec notamment la création, depuis 3 ans, d'un guide écoresponsable pour ces derniers.

« Beaucoup de personnes ne se rendent pas compte que quasiment tout est recyclable, a expliqué [Sandrine Moy](#), chargée Prévention Déchet pour la communauté d'agglomération Luberon Monts de Vaucluse (LMV). La première poubelle aujourd'hui, ce n'est plus celle des déchets ménagers, mais c'est la poubelle jaune. » Les deux EPCI souhaitent sensibiliser les professionnels à ce sujet afin qu'eux-mêmes puissent sensibiliser les touristes. « Ce n'est pas parce qu'on est en vacances qu'on peut faire n'importe quoi », a insisté Xavier Feuillant.

Le sujet de la mobilité a également été abordé, avec l'intervention de [Sébastien Riou](#), responsable des mobilités pour LMV. « La mobilité et la mobilité douce se travaillent ensemble, afin de toucher le plus de monde possible », a précisé Xavier Feuillant. Les deux territoires sont dotés de quatre gares, à Châteauneuf-de-Gadagne, Le Thor, L'Isle-sur-la-Sorgue et Cavaillon, qui sont en lien direct vers Avignon, Vitrolles et Marseille. Un bon moyen pour les touristes de moins utiliser la voiture une fois sur place. Les deux territoires disposent aussi d'une offre assez large, qui s'agrandit d'année en année, en terme de véloroute, avec notamment la Voie Venaissia et la véloroute du Calavon. La Région Sud, de son côté, a créé une ligne de bus estivale (ligne 921) qui relie L'Isle-sur-la-Sorgue à Coustellet, ainsi qu'une offre Cavaillon-Apt en passant par Gordes (ligne 917). Ces offres estivales devraient être lissées sur toute l'année à partir de 2026.

Au service des professionnels des deux territoires

Si les deux EPCI se veulent au service des touristes et du territoire, ils sont également présents pour les professionnels. Cela passe notamment par les collaborateurs des deux OTI qui sont en 'back office', qui agissent dans l'ombre, que ce soit pour la communication, le marketing ou la stratégie. En 2024, Isle sur la Sorgue Tourisme et Destination Luberon ont comptabilisé plus de 2M de pages vues sur leurs deux sites, et ils totalisent aujourd'hui 141 000 followers sur les réseaux sociaux.

« On est offices de tourisme mais aussi agences d'attractivité. »

Franck Delahaye

Un atout considérable pour les acteurs du tourisme sur les deux territoires pour qui ces 'clics' ont des

Ecrit par le 2 février 2026

répercussions et peuvent générer des retombées économiques. « 64 025 contacts ont été générés vers les professionnels en 2024, soit environ 125 par jour », a précisé le directeur de Destination Luberon.

Moins de documentation, plus d'action

Les deux OTI essayent de plus en plus d'éviter le surplus de documentations, qui peuvent vite devenir obsolètes, d'où leur présence forte sur internet et les réseaux sociaux, afin que tout soit à jour en permanence. Cela permet non seulement de prévenir la frustration des touristes, mais aussi celles des professionnels.

À la place, des planches avec des QR codes ont été créées. Une façon aussi de vivre avec son temps, à l'ère numérique, durant laquelle les touristes planifient leurs séjours directement depuis leurs smartphones. Les OTI élaborent également des sortes de carnets de voyage « à la carte » qui permettent de répondre précisément et directement aux demandes des touristes et qui s'adaptent en fonction de ces dernières.

Deux territoires d'événements

Destination Luberon et Isle sur la Sorgue Tourisme soutiennent aussi les organisateurs d'événements sur leurs territoires en se faisant les relais de communication, en proposant un service de billetterie, avec une billetterie croisée entre les deux OTI, et en mettant à disposition l'expertises des deux OTI qui sont eux-mêmes organisateurs d'événements.

En 2025, l'agenda des événements des deux territoires va être bien chargé avec des incontournables comme : les Sunsets Vignerons en Luberon du 24 juin au 9 septembre, la Foire internationale & brocante de L'Isle-sur-la-Sorgue du 18 avril au 21 avril, le festival Lire sur la Sorgue du 28 au 31 mai, Melon en fête du 4 au 6 juillet, Wine & Dine à Lourmarin le 17 juillet, les festivals de la Sorgue les 3 et 4 mai et le 11 octobre.

Cette année, il faudra aussi s'attendre à des nouveautés telles que : le Festival Vin, Vélo, Copain en Luberon le 20 septembre, ou encore le Festival du cinéma FESTIFF du 7 au 11 octobre. Une année 2025 qui promet d'être riche en événements et en convivialité.

Pour accéder aux agendas des événements, rendez-vous sur les sites de [Destination Luberon](#) et [Isle sur la Sorgue Tourisme](#).

Ecrit par le 2 février 2026

L'office de tourisme Pays d'Apt Luberon lance la saison 2025



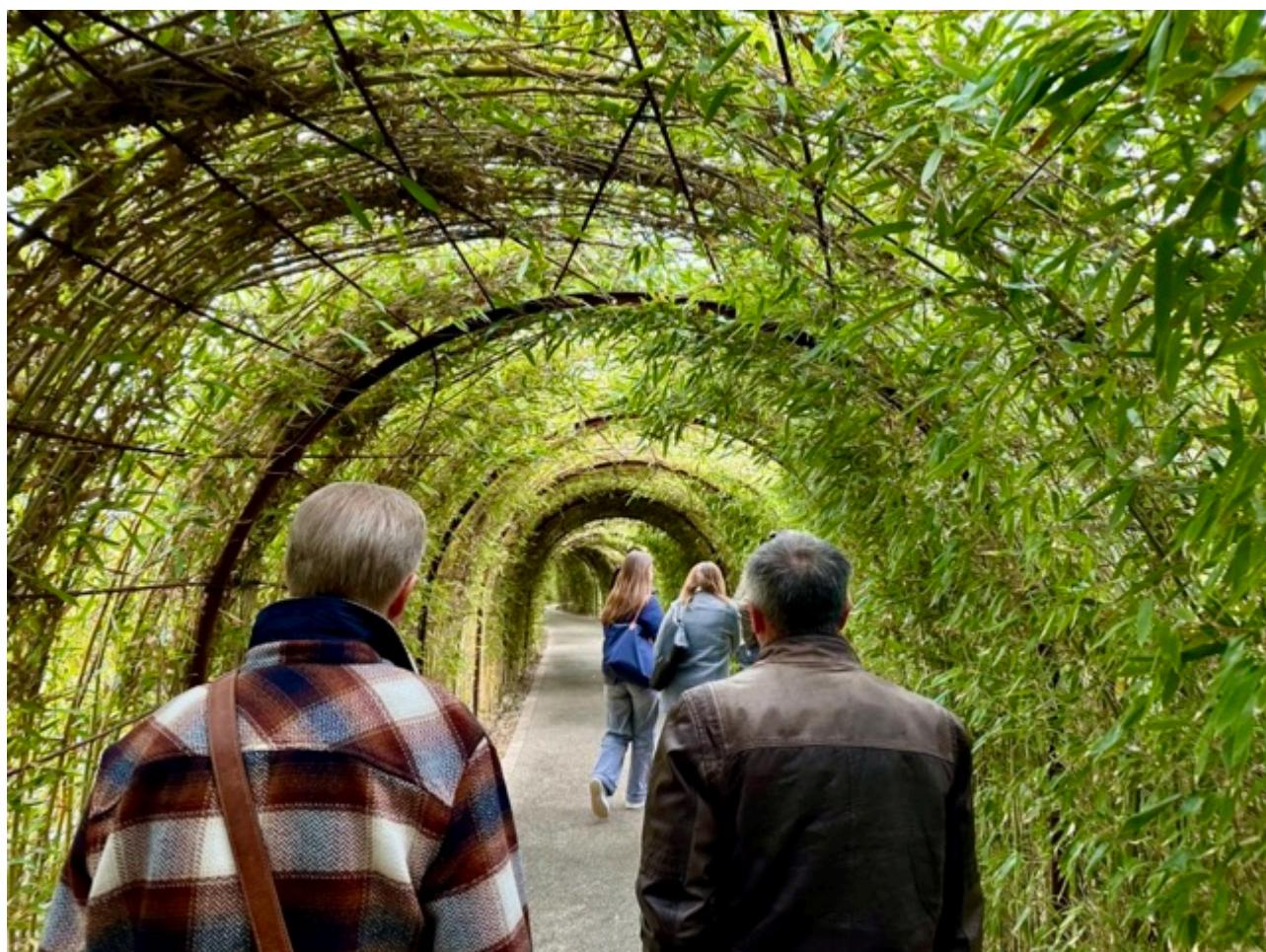
L'office de tourisme intercommunal (OTI) [Pays d'Apt Luberon](#) a organisé un événement avec ses partenaires au [Domaine des Andéols](#) à Saint-Saturnin-lès-Apt le jeudi 20 mars. L'occasion de faire un bilan de la nouvelle stratégie de l'OTI après un an de mise en œuvre, de présenter les nouveaux entrepreneurs du secteur du tourisme arrivés récemment sur le territoire et d'évoquer les temps forts de l'année.

Même si le tourisme en Pays d'Apt, c'est toute l'année, c'est du moins vers quoi tendent l'OTI et la communauté de communes Pays d'Apt Luberon ([CCPAL](#)), l'office de tourisme garde tout de même la

Ecrit par le 2 février 2026

tradition de la soirée de lancement de saison vers l'arrivée du printemps. C'est dans un lieu idyllique plongé au cœur de 32 hectares de nature provençale que l'OTI Pays d'Apt Luberon a donc accueilli les professionnels du tourisme du territoire le jeudi 20 mars.

Le Domaine des Andéols offre calme et sérénité au milieu des oliviers et des lavandes. Que ce soit le platane multi-centenaire et sa terrasse perchée, la palmeraie et ses bassins, le tunnel de bambous, les deux restaurants et le bar, les huit suites et onze maisons, ce domaine qui est agencé tel un petit village et se veut un musée à ciel ouvert a conquis plus d'un invité lors de la soirée de lancement de la saison touristique. « Nous sommes ravis de vous accueillir », a déclaré Nathalie Pilot, arrivée à la direction du Domaine des Andéols en 2024.



Ecrit par le 2 février 2026



Ecrit par le 2 février 2026



Ecrit par le 2 février 2026



©Vanessa Arnal / L'Echo du Mardi

Une nouvelle stratégie touristique qui porte ses fruits

Après une visite plus qu'appréciée des lieux, tous les professionnels du tourisme du Pays d'Apt ce sont réunis dans la salle du restaurant gastronomique du domaine, La Loggia, pour faire un bilan des derniers mois, mais surtout pour évoquer ce qui est à venir. [Bettina Matias](#), directrice de l'OTI, est revenue sur la nouvelle stratégie touristique élaborée en collaboration avec les acteurs du territoire, notamment avec la création du Club Tourisme en 2024 qui a axé ses priorités sur le tourisme durable, la formation linguistique des acteurs du tourisme, et la commercialisation. « On est assez fiers avec toute l'équipe de ce premier bilan », a-t-elle affirmé.

« Que de chemin parcouru depuis qu'on a repris la compétence tourisme il y a 15 ans. »

Ecrit par le 2 février 2026

Gilles Ripert, président de la CCPAL

Un des plus gros engagements de l'OTI en 2024 était de développer les produits attractifs sur les ailes de saison. Ce sont 65 000€ qui ont été investis pour la création d'événements vélo, la maintenance du balisage pour les sentiers de VTT, etc. Une campagne marketing dédiée à la valorisation de la truffe a été créée avec du cavage ou encore des cours de cuisine. Un événement autour de la truffe verra peut-être le jour en 2026 en Pays d'Apt. L'OTI a également enclenché le travail d'un topoguide d'escalade avec le [Parc naturel régional du Luberon](#).

Une communication bien plus élaborée et diffuse

« En termes de promotion, on a mis le paquet au niveau de la presse », ajoute Bettina. Si l'OTI Pays d'Apt Luberon communique beaucoup via la presse locale, ces derniers mois, elle s'est aussi tournée vers la presse nationale avec une intensification des accueils presse, notamment des chaînes télévisées comme BFMTV, France 2, et bientôt TF1.

La communication passe aussi par les professionnels du territoire pour qui a été créé un guide de communication complet. « Le but est de mieux valoriser les partenaires qui font l'effort d'ouvrir en saison creuse pour donner l'image d'un territoire qui vit toute l'année », développe la directrice de l'office de tourisme. Cette stratégie est en accord avec l'objectif de l'OTI d'aller davantage vers un tourisme quatre saisons. C'est pourquoi l'OTI crée des temps forts en hiver, notamment avec des événements autour de Noël. « Le guide des festivités d'hiver s'étoffe de plus en plus », s'enthousiasme Bettina.

Opération Grand Site pour les Ocres

L'année dernière, le massif des Ocres du Luberon est passé en Projet Grand Site de France suite à l'adoption de son projet et programme d'actions par la Commission supérieure des sites, perspectives et paysages. L'objectif est de proposer une réponse opérationnelle pour un accueil de qualité des plus de 700 000 visiteurs par an. Ce passage en Projet Grand Site de France a permis la mise en place de plusieurs opérations concrètes : un travail d'une étude de mobilité, une demande de subventions pour le GR6 'Tour des Ocres du Luberon', une mise en avant de la valorisation de l'ocre, ou encore la création d'un jeu de société par l'OTI pour sensibiliser sur les enjeux environnementaux.

L'occasion pour Bettina Matias d'évoquer également le futur centre de ressources sur l'histoire de l'Ocre à Roussillon, qui sera aussi un nouveau point d'accueil touristique. Un bâtiment qui sera complètement intégré au paysage local et qui devrait pouvoir accueillir le public à partir de l'été 2026.

Les actions à venir

L'OTI travaille sur différents axes comme la mobilité avec l'amélioration de la desserte en navette des différents lieux touristiques (notamment Roussillon) en travail avec la [Région Sud](#), le projet de déploiement de vélos en libre-service, avec des vélos à assistance électrique). Avec la mobilité vient

Ecrit par le 2 février 2026

l'accessibilité. L'OTI accompagne les professionnels dans leur recherche de subventions pour des équipements durables comme des bornes de recharge.

« L'office de tourisme n'est pas que pour les touristes, c'est aussi pour la population locale. On est un territoire qui vit à l'année donc le lien de proximité avec la population locale participe à ce dynamisme permanent. »

Bettina Matias

Dans les mois à venir, l'OTI va proposer des formations autour de l'écotourisme aux professionnels du territoire. Il souhaite également mieux valoriser les produits locaux à travers la restauration locale. De manière générale, l'OTI veut que la population locale se sente intégrée dans la nouvelle stratégie touristique et dans les événements que proposent le territoire toute l'année.

Les nouveautés et temps phares de la saison

Cette année va être particulière pour le Pays d'Apt qui célèbre les 100 ans de deux caves viticoles : la [Cave de Sylla](#) et la [Cave de Lumières](#). Diverses animations et événements seront proposés toute l'année à cette occasion. Autre anniversaire important, celui du festival [Insane](#) qui fête cette année ses 10 ans avec une programmation toujours plus éclectique et des têtes d'affiche à la renommée internationale comme Ofenbach ou Feder.

Cette nouvelle saison touristique laissera place à de nouvelles expositions très attendues comme 'Sensibilités Vaudou' à la [Fondation Blachère](#) à Bonnieux à partir du 3 avril, ou la nouvelle exposition mode à [SCAD Lacoste](#) du 6 mai au 25 septembre qui sera centré sur les créations de Christian Dior.

L'année 2025 sera, comme les années précédentes, sous le signe du sport avec le week-end Ride and Trail Luberon qui regroupera en septembre deux manifestations : le GF Luberon et le Ride and Trail in Ocre. Le Pays d'Apt accueillera pour la première fois la Grande Fête des Véloroutes pour sa 2e édition, organisée par le [Département de Vaucluse](#) le 27 avril.

Les nouveaux entrepreneurs du Pays d'Apt

Cette année, le Pays d'Apt compte de nouveaux acteurs du tourisme, qui ont été présentés à l'occasion de la soirée de lancement de la saison touristique. Dès à présent, les professionnels et particuliers peuvent faire appel à [Sorre Events](#) pour créer leurs événements parfaits, les amoureux de la nature et de la gastronomie peuvent faire une randonnée thématique autour de la gastronomie locale, avec des sorties insolites de jour comme de nuit, grâce à [Rando Provence Nature](#), ou encore faire une randonnée couplée à une descente en parapente avec [Inspiration Parapente](#).

Ecrit par le 2 février 2026

« Le Pays d'Apt prouve que c'est un territoire capable d'attirer des jeunes entrepreneurs. »

Dominique Santoni, présidente de l'OTI Pays d'Apt Luberon

Le [Domaine du Pont Julien](#), qui ne faisait que du vrac depuis quatre générations, sortira enfin ses premières cuvées cette année. De son côté, le propriétaire du paintball d'Apt et de Mobybase au Plan d'eau de la Riaille, a dévoilé [Koh Lant'Apt](#), un parcours à sensation près du paintball pour repousser ses limites et passer un bon moment. Les terrains de padel, près du Plan d'eau, sont enfin ouverts au public depuis janvier. Côté hôtellerie-restauration, c'est au tour de l'hôtel [Saint-Hubert](#), à Saint-Saturnin-lès-Apt, d'ouvrir ses portes pour la saison. Dans la même commune, une galerie d'art, Galerie 15, ouvre également ses portes et permettra l'accueil d'expositions, la location pour artistes plasticiens, une bibliothèque de livres d'art, des conférences ou encore des ateliers.

Tant de nouveautés et de temps forts qui promettent une belle saison 2025, après une saison 2024 assez satisfaisante.

[Malgré un mois de juillet particulier, la saison touristique a été majoritairement satisfaisante pour le Pays d'Apt](#)