

Écrit par le 1 juillet 2026

# Isle-sur-la-Sorgue, Un bilan touristique au top pour cause de stratégie affûtée



**L'Isle-sur-la-Sorgue fait partie des villes les plus visitées du Vaucluse. Pour cela, elle a mis en place une stratégie, faisant naturellement alliance avec ses voisins. Résultat ? Un maillage territorial séduisant qui propose aux touristes des circuits cohérents comme Fontaine-de-Vaucluse, Gordes et l'Isle dans la même journée. L'info la plus importante de cette 2<sup>e</sup> année de pandémie ? 95 % des touristes proviennent de l'hexagone et de la région.**

## Ce succès ?

L'Isle-sur-la-Sorgue le doit à une professionnalisation à tous les étages de l'accueil physique et à des photos artistiquement travaillées, en passant par des textes dignes de Giono, sur Internet, mon tout étant délivré en plusieurs langues. Au final ? Tout le monde est gagnant. Dans les coulisses ? Le recrutement de profils affûtés et talentueux. L'exigence ? Elle paie ! Ce qui est visé ? Un tourisme pluriel mêlant toutes les propositions : Patrimoine, culture, art, œnologie, aventure, tourisme agricole, antiquité

Ecrit par le 1 juillet 2026

décoration, métiers d'art.



DR La Venise Comtadine

### Un nouveau tourisme

C'est dans les salons du Grand Hôtel Henri qu'[Eric Bruxelles](#), président de l'Isle-sur-la-Sorgue Tourisme, vice-président de la Communauté de communes Pays-des-Sorgues et Mont-de-Vaucluse, également délégué au tourisme et à l'événementiel et [Xavier Feuillant](#), directeur [Isle-sur-la-Sorgue Tourisme](#) ont présenté 'La stratégie touristique de l'Isle-sur-la-Sorgue tourisme et les projets 2022 et 2023'.

### Les enjeux ?

Lisser dans le temps et l'espace le flux touristique pour une destination vivante toute l'année. Autre donnée ? Les habitants de l'Isle-sur-la-Sorgue sont au cœur de l'offre touristique puisque plus de 50% de l'offre d'hébergement se fait via des plateformes collaboratives et les privés. Un atout majeur aussi pour éviter les conflits habitants-touristes et tendre vers l'aplanissement du sur-tourisme.

### Ce qui a fait la différence ?

Si l'offre touristique se déploie désormais plus aisément, c'est qu'en amont, l'ensemble des acteurs professionnels et particuliers, se sont engagés à travailler ensemble, se sont professionnalisés et exercés au numérique. Et aussi : «Nous sommes une des rares villes de France à pouvoir proposer des hébergements, des commerces et une restauration continuellement ouverte sur l'année, relève Eric Bruxelles.»

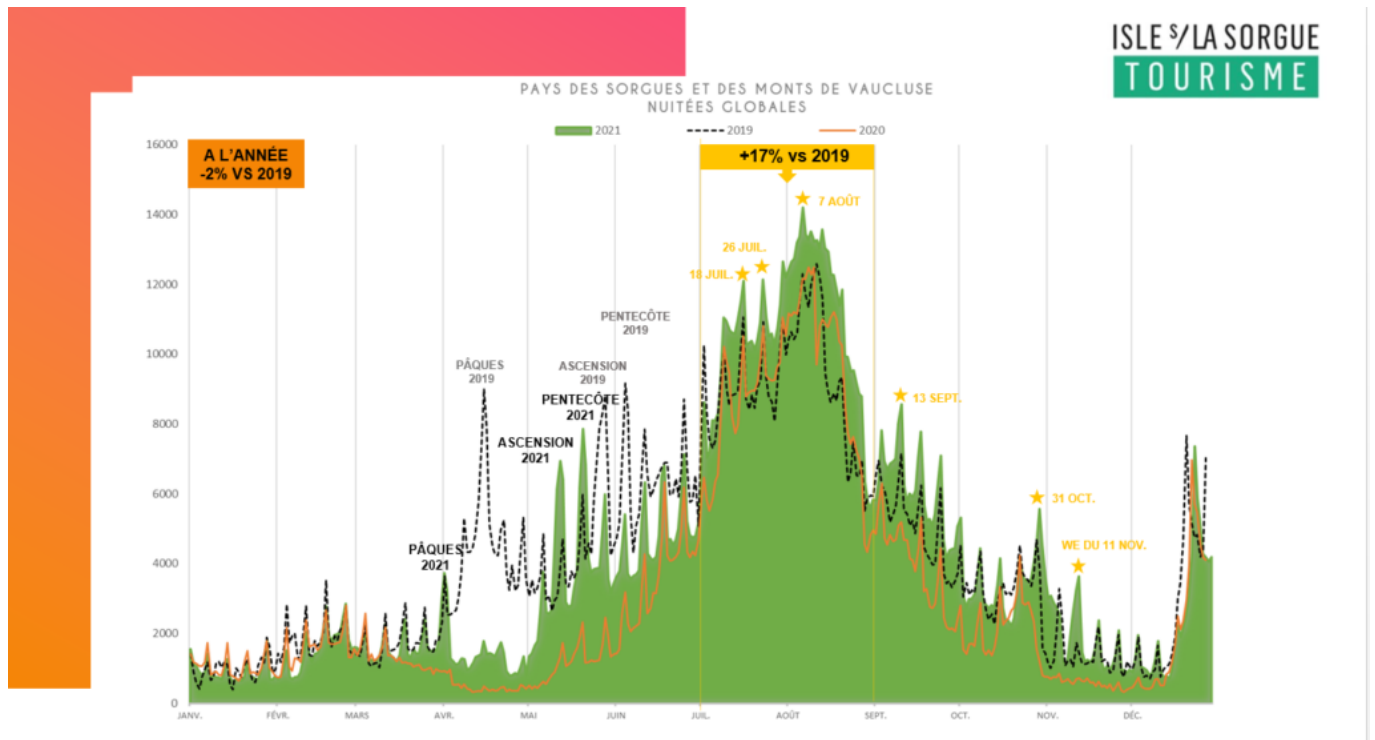
### Tourisme mode d'emploi

Parce que l'habitant est devenu un acteur majeur du tourisme, l'Isle-sur-la-Sorgue Tourisme a créé une plateforme dédiée pour échanger, former, communiquer sur les programmes touristiques, les

Ecrit par le 1 juillet 2026

événements tout au long de l'année mais également sur les règles et comportements quand on est loueur saisonnier ou locataire saisonnier : gestion des déchets, relation avec le voisinage, découverte du territoire, développement de services...

Autre chose ? Les grands événements nationaux et internationaux sont dorénavant planifiés en dehors des pics estivaux. Enfin, l'Office de tourisme s'est lancé dans la recréation de son site Internet pour en optimiser la visibilité.



En pointillés noirs l'année 2019, en orange l'année 2020 et en vert l'année 2021

### Une fréquentation record malgré la Covid

L'année 2021 ? Elle s'est révélée extraordinaire, et cela malgré la Covid et l'absence de touristes étrangers. La preuve ? Par exemple la fréquentation à Fontaine de Vaucluse s'élève à 800 000 visiteurs en 2021 tandis qu'à l'Isle-sur-la-Sorgue elle atteint un niveau record avec 1,5 million de visiteurs répartis sur toute l'année, même si la clientèle étrangère a repointé le bout de son nez au dernier trimestre.

### Les chiffres à la loupe ?

«En 2021, les hôtels du territoire enregistrent environ 11 000 nuitées, soit 9% de plus par rapport à 2019, précise Xavier Feuillant. Concernant les nuitées globales (tout type d'hébergement y compris les nuitées étrangères), le pourcentage s'élève à plus 17 % par rapport à 2019. Si logiquement le nombre de nuitées étrangères enregistre une baisse de - 4 % par rapport à 2019 sur la saison estivale et -31 % sur l'ensemble de l'année en raison des restrictions liées à la crise sanitaire, le nombre de nuitées, toutes périodes confondues, est supérieure à 2019 et à 2020 sur l'ensemble des temps forts à l'année, et ce, en étant pénalisé par l'absence des touristes étrangers. 2021 reste donc une année record par rapport à

Ecrit par le 1 juillet 2026

2020 et 2019. »

### Les restaurateurs aussi se frottent les mains

«Si ces très bons résultats sont avérés pour ce qui est du locatif, les restaurateurs enregistrent en 2020 et 2021 des années exceptionnelles avec un record battu de fréquentation et ce, malgré la distanciation et les périodes de fermeture. Il faut dire que l'Isle-sur-la-Sorgue a mis en place une stratégie offensive : avec l'espacement des tables imposé, les restaurateurs ont pu agrandir les terrasses sur l'espace public et ont ainsi pu compenser partiellement leurs pertes et avoir une meilleure année que hors Covid.»

### Di-ver-si-fier

Si la Venise Comtadine adore qu'on la qualifie de Capitale des antiquités toute l'année et du shopping indépendant, elle veut ouvrir encore plus grand l'éventail de son charme... Pour développer le tourisme vert alors elle cible «les vacanciers traditionnels -qui ne bénéficient pas d'une communication particulière pour éviter le sur tourisme- ; la clientèle nature/outdoor dont l'approche nature et sport peut se faire toute l'année ; la clientèle de proximité qui s'est révélée essentielle pendant la crise -la clientèle étrangère. Et puis il y a le tourisme d'affaires qui pourrait être développé par [Belambra](#) (plus de 50 clubs nichés dans les plus beaux endroits de France),» assure Eric Bruxelles.



DR Les roues à aubes de l'Isle-sur-la-Sorgue

### Mettre au jour des richesses encore trop inexploitées

Ecrit par le 1 juillet 2026

Eric Bruxelles et Xavier feuillant pensent coopération et planification. Alors on s'organise autour du Festival du [Château de Saumane-de-Vaucluse](#) avec ses expositions temporaires d'ici 2022/2023 ; de la [Fondation Villa Datriis](#) pour l'art moderne; du [Pôle multiculturel](#) de l'Isle-sur-la-Sorgue avec son cinéma de trois salles en cours de réalisation qui sera opérationnel en 2024 dans le cadre de la Réhabilitation de l'Ilot de la Tour d'Argent et des expositions du Centre d'art contemporain [Campredon](#). Le patrimoine culturel mettra, lui, en valeur la brocante, l'histoire de l'Isle-sur-la-Sorgue ainsi que les sites remarquables mis en lien pour une proposition plus variée.

### **Question d'urbanisme**

L'urbanisme n'a pas été oublié et pour cause car mal adapté, il peut clairement freiner le tourisme et reste un outil essentiel du bien vivre et de l'apaisement de la ville. Ainsi il est prévu la construction d'un hôtel 5 étoiles en 2024 ; l'embellissement du centre historique du [Thor](#) ; la piétonisation du centre-ville de Fontaine de Vaucluse ; la rénovation du site de Belambra pour accueillir un important tourisme d'affaires ; un nouvel office de tourisme en services partagés à [Châteuneuf-de-Gadagne](#)

### **Dans les cartons ?**

Un accueil, une gestion et une exploitation de l'office entièrement numérisée ; Un développement de la commercialisation des offres touristiques, billetterie ; Un pôle événements chargé de fédérer l'offre événementielle de la communauté de communes et la création d'un symposium international de l'attractivité en territoire rural premier trimestre 2023.

### **La Labellisation**

Elle est dorénavant incontournable et marque l'obligation de remplir de sévères critères de qualité. C'est notamment le cas de l'Epic tourisme (Établissement public industriel et commercial) qui vise l'obtention du label d'Excellence première catégorie sachant que la marque 'Qualité tourisme' a été obtenue en janvier dernier, « avec la meilleure note jamais obtenue pour un office de tourisme », a souligné Eric Bruxelles qui vise de devenir une station classée de tourisme, et, en 2022, obtenir le classement en catégorie 1. Évidemment un tourisme harmonieux réclame d'inscrire les activités touristiques dans une démarche sociale, bienveillante et plus éco-responsable. En cela Xavier Feuillant vise l'obtention du Label Grand site de France dans 5 ou 6 ans.

Ecrit par le 1 juillet 2026



Xavier Feuillant et Eric Bruxelle, très satisfaits du bilan touristique 2021, et cela malgré la pandémie qui a démontré que le tourisme est avant tout national et régional

## **Carpentras, c'est la Fête de la truffe !**

Ecrit par le 1 juillet 2026



**La fête de la truffe aura lieu le 3 décembre à partir de 8h, sur le parvis de l'Office de tourisme 97 place du 25 Août à Carpentras.**

**Au programme**

8h : Accueil et rassemblement des confréries en tenue d'apparat

8h15 : Discours de Serge Andrieu, maire de Carpentras et vice-président de l'agglomération Ventoux-Comtat-Venaissin et bénédiction des truffes en langue provençale par le Père Olivier Dalmet,

8h30 : Intronisation des personnalités,

9h : Ouverture du marché professionnel

MH

Ecrit par le 1 juillet 2026

# Tourisme : une carte interdépartementale pour (re)découvrir la Vallée du Rhône



**Plusieurs offices de tourisme, implantés en Drôme, Vaucluse, Gard et Ardèche, ont souhaité créer une carte touristique commune. Une mutualisation des moyens qui permet de découvrir un territoire dans son intégralité.**

Pour cette saison estivale 2021, l'Office de tourisme intercommunal Provence Côté Rhône (dont le siège est situé à Bollène), l'Office de tourisme Drôme Sud Provence (Pierrelatte), l'Office de tourisme Porte Sud Ardèche (Le Teil), l'Office de tourisme Du Rhône Aux Gorges de l'Ardèche (Bourg-Saint-Andéol), l'Office de tourisme Provence Occitane (Bagnols-sur-Cèze), la Communauté de communes Aygues Ouvèze Provence (Camaret-sur-Aigues), l'Office de tourisme Pays d'Orange Châteauneuf-du-Pape (Orange), et l'Office de tourisme de Montélimar Agglomération (Montélimar), ont décidé de jouer collectif. Ces différentes structures ont en effet travaillé ensemble à la création d'une carte touristique commune.

Ce sont ainsi tous les territoires qui se situent de part et d'autre du fleuve Rhône qui sont mis à l'honneur. « Cette carte, c'est une grande nouveauté. Nous sommes arrivés à fédérer 8 offices de tourisme des régions avoisinantes afin de développer un support touristique interdépartemental. L'idée est montrer les points d'intérêts situés sur les deux rives du Rhône. En moins d'une heure, le touriste peut faire le plein de découvertes », confirme souligne Marc Rousseau, président de l'Office de tourisme Drôme Sud Provence, à l'initiative de cette collaboration.

Ecrit par le 1 juillet 2026

### **À la découverte des richesses du territoire**

La carte, éditée à plusieurs milliers d'exemplaires (et que l'on peut aussi télécharger gratuitement sur les sites internet des offices de tourisme concernés), s'étend ainsi de Vallon-Pont-d'Arc aux contreforts des Baronnies, et de Châteauneuf-du-Pape à Cruas. Les différentes curiosités y sont indiquées, à l'instar des points de vue, des villages perchés, etc.

Des thématiques communes sont aussi évoquées, à l'image des produits du terroir (huiles d'olive, fromages de chèvre, nougat...), des sites inscrits à l'Unesco (grotte Chauvet, théâtre antique et arc de triomphe d'Orange), l'œnotourisme ou encore les randonnées. « Pour nous, il s'agit de montrer la Vallée du Rhône dans son intégralité. Un touriste ne va pas rester cantonner à son hôtel ou dans sa chambre d'hôtes. Il va vouloir visiter le territoire dans lequel il séjourne », note encore Marc Rousseau.

***Il est possible de télécharger gratuitement cette carte touristique interdépartementale sur <https://www.drome-sud-provence.com/pratique/brochures-et-plans>.***

---

## **Tourisme, Direction le paradis vert du Luberon !**

Ecrit par le 1 juillet 2026



**[Luberon.fr](#), guide touristique en ligne dédié au territoire du Luberon lancé en 2013 par l'agence Vauclusienne Web [up'nBoost](#), vient de signer un partenariat de trois ans avec l'Office du tourisme 'Luberon Cœur de Provence'. Objectif ? Développer l'offre séduction.**

Mission ? Séduire les 2 millions de touristes qui fréquentent, chaque année, cette destination et qui sont 1 million à fréquenter les deux sites internet. Ambition ? Ce partenariat public-privé pourrait augmenter de 40% la visibilité de ses offres promotionnelles et multiplier ses canaux de diffusion.

### **Concrètement ?**

«Ce partenariat va permettre à [Luberon Cœur de Provence](#) de co-construire une stratégie numérique cohérente et adaptée au territoire, tout en étant complémentaire aux actions que nous développons par ailleurs, remarque Franck Delahaye, directeur de la structure. Nous allons ainsi financer et travailler 'à la carte' des services de promotion communs avec Luberon.fr. Une centrale de réservation basée sur de véritables expériences clients ainsi qu'une régie publicitaire digitale commune sont les premiers outils mis en place sur Luberon.fr.»

«Il nous semblait important d'avancer avec les Offices du Tourisme de notre territoire avance Gaël Minier, responsable éditorial de Luberon.fr. Des discussions sont en cours avec deux autres Offices du tourisme et pourraient rejoindre le projet début 2022 puis d'autres d'ici 2023.»

Ecrit par le 1 juillet 2026

## Dans le détail

Le plan d'actions opérationnel propose, pour les 3 ans à venir : l'Intégration des données touristiques des acteurs locaux sur Luberon.fr ; La mise en avant des acteurs locaux sur Luberon.fr ; La mise en place d'une régie publicitaire commune sur l'ensemble du réseau ; La coordination des communications 'Promotion de territoire' ; La promotion des billetteries de la destination sur Luberon.fr ; D'offrir la possibilité aux acteurs locaux de modifier et faire vivre la partie qui les concerne sur Luberon.fr ; La mise en place d'une monétisation commune des adhésions et l'harmonisation des tarifs entre les différents acteurs.

## Les chiffres

Chaque année, le Luberon accueille 2 millions de touristes. Plus de 6 millions de nuitées touristiques dont 46% en cœur de saison estivale dont 53% de clientèle française et 47% de clientèle étrangère (Allemagne, Belgique, USA, Suisse, Italie, Pays-Bas, Royaume-Uni, Asie...) et plus de 34 000 lits touristiques, soit 38% des lits touristiques du Vaucluse.

## Luberon.fr

La plate-forme digitale a été créée en 2013 par Upn'boost, agence Web Pertuisienne. Elle comptait 650 000 visiteurs en 2020 ; 1 500 000 pages vues en 2020 ; Près de 4 600 abonnés sur Instagram, 40 000 fans sur Facebook et entre 50 000 et 100 000 personnes contactées par semaine.

## Luberon cœur de Provence

Luberon cœur de Provence ce sont 310 000 visiteurs en 2020 ; 820 000 pages vues en 2020 ; Près de 17 400 abonnés sur Instagram ; 36 000 fans sur Facebook et entre 100 000 et 150 000 personnes atteintes par semaine.

M.H.