

Ecrit par le 29 janvier 2026

Vaucluse Provence Attractivité : le rayonnement du Vaucluse est son ADN



“Faire rayonner un Vaucluse accueillant, dynamique et responsable est notre ADN”. Voilà comment **Pierre Gonzalvez**, le Président de VPA (**Vaucluse Provence attractivité**), a ouvert l'assemblée générale, jeudi à l'**INRAE de Montfavet**. Il faut dire que le département est un pôle d'attractivité majeur avec 5 millions de touristes par an, (59% de français et 41% d'étrangers) qui représentent 1,6 Md€ de retombées économiques et emploie 12 000 personnes. « Et il nous faut travailler sur une offre globale qui embrasse les enjeux climatiques, environnementaux, sociétaux et qui permette de promouvoir un territoire où il fait bon vivre, travailler, entreprendre, séjourner et investir » ajoute-t-il.



Ecrit par le 29 janvier 2026

Avec ses 2 Parcs Naturels Régionaux du [Mont-Ventoux](#) et du [Luberon](#), ses Dentelles de Montmirail, ses Ogres du Colorado provençal, sa Vallée du Rhône, ses Gorges de la Nesque, sa résurgence de Fontaine-de-Vaucluse, ses sentiers de randonnées, ses festivals, sa filière vélo et sa romanité à Vaison et Orange, le Vaucluse est un aimant qui attire irrésistiblement.

[Vaucluse Provence Attractivité dresse le profil du touriste dans le département](#)

Mais au-delà des paysages, des vignes et des sites d'escalade, le Vaucluse se doit de créer des emplois, d'accueillir des entreprises à haute valeur ajoutée, des start-up innovantes dans le domaine du renouvelable ou de l'économie circulaire et des filières d'excellence comme l'ICC (Industrie culturelle et créative), le cinéma d'animation, les jeux vidéo, avec l'implantation de « [3IS](#) » à Agroparc, un campus qui accueillera jusqu'à 800 étudiants. La naturalité dans l'agro-alimentaire et les cosmétiques est aussi un axe fort avec par exemple « [Fénix Evolution](#) », un site de transformation des fruits en sucre pour l'industrie, sur 3000m2 des anciens locaux d'Aptunion à Gargas avec, à terme, 80 emplois. « [Newcleo](#) » créé par un physicien de Turin va développer sur le territoire du Grand Avignon, un réacteur nucléaire de nouvelle génération avec, une centaine d'emplois d'ici 3 ans. « [Aerodrive](#) », spécialiste du drone au Maroc va s'implanter sur le Pôle Pegase à côté de l'aéroport d'Avignon et proposer son service de cartographie.

[VPA donne tout son lustre à l'attractivité du territoire](#)

[Cathy Fermanian](#), la directrice de VPA ajoute : « Certes, nous voulons développer le tourisme mais de façon responsable, maîtrisée, en sourçant des projets à impact positif, décarboné, des circuits courts. Nous devons élargir le champ des possibles mais sans oublier la qualité de vie ». Le Vaucluse attire la moitié des touristes l'été, mais 25% environ viennent également au printemps et 15% à l'automne. Il s'étire donc tout au long de l'année, au bonheur des restaurateurs, hôteliers, hébergeurs de plein air, loueurs de vélos, musées et sites patrimoniaux. Le festival d'Avignon In + Off, ce sont plus de 400 000 spectateurs, les Chorégies d'Orange 35 000. Le Salon des Antiquaires à Pâques, 80 000 visiteurs à l'Isle-sur-La Sorgue, Cheval Passion en janvier 55 000 entrées sur le Parc de Expositions à Châteaublanc.

Pour amplifier ce désir de Vaucluse, VPA se décarcasse en participant à nombre de manifestations en France et à l'étranger, au Salon de l'Agriculture à Paris, de l'Aéronautique au Bourget, à « Cartoon Next » à Marseille, un événement dédié à l'animation, à Berlin aux côtés des investisseurs de l'hôtellerie ou encore à un Road-Show en Tunisie.

Ecrit par le 29 janvier 2026



© VPA/Alain Hocquel

Comme « Le Vaucluse est le Sud des possibles, » une vaste campagne de communication s'affiche tous'azimuts. Papier, digital, plateformes avec des spots dans les gares, les métros d'Ile-de-France, les revues Côté Sud et Côté Ouest, la presse locale et nationale. 30 000 cartes vélo, 20 000 VTT en multilingues, 40 000 exemplaires de circuits de randonnées ont été diffusés. Pour amplifier cette notoriété un numéro spécial de « MAsTer Chef » sur papier glacé a été publié avec Florent Pietravallo, le chef étoilé de La Mirande en couverture. Il donne à savourer le Vaucluse avec ses bonnes tables, ses domaines viti-vinicoles, ses producteurs, ses représentants de l'excellence.

Web et e-Commerce ne sont pas en reste avec, par exemple près de 2 millions de visites sur le Top 10 des plus beaux villages de Vaucluse, des lieux de baignade, des spots pour admirer les champs de lavande ou pour pique-niquer, des propositions de balades sur l'eau, l'itinéraire de la Via Venaissia et de la Via Rhona. Pour les investisseurs, la liste des zones où on peut installer son entreprise malgré la rareté et la cherté du foncier disponible.

[Vaucluse santé attractivité : le département poursuit son parcours de santé](#)

Ecrit par le 29 janvier 2026

VPA peut aussi s'appuyer sur sa « Team 84 », un collectif d'entrepreneurs engagés sur l'ensemble du territoire, des ambassadeurs qui se battent pour que le Vaucluse gagne des parts de marchés en France et à l'international grâce à ses pépites, ses talents, son patrimoine, ses projets de réindustrialisation à taille humaine.

« Le désir de Vaucluse, c'est une juxtaposition de volontés et de synergies partagées, transversales, dynamiques. Ensemble, nous devons faire ruisseler le flux touristique, apporter une valeur ajoutée éco-responsable à ce département et construire le Vaucluse de demain » a conclu Cathy Fermanian.



© VPA / Alain Hocquel

Les offices de tourisme du Ventoux créent

Ecrit par le 29 janvier 2026

leur marque 'Ventoux - Des terres aux sommets'



Les communautés d'agglomération [Ventoux Comtat Venaissin](#) et [Les Sorgues du Comtat](#), ainsi que les communautés de communes [Ventoux Sud](#) et [Vaison Ventoux](#) ont une ambition commune : promouvoir l'attractivité de la destination Ventoux. C'est pourquoi elles se sont alliées, aux côtés des offices de tourisme du Ventoux, et ont créé la marque de destination '[Ventoux - Des terres aux sommets](#)'.

En 2017, la Région Sud a lancé le [programme 'Smart Territoires'](#) dans le cadre du schéma de développement touristique régional. Un programme que les quatre établissements public de coopération intercommunale (EPCI) du territoire Ventoux ont rejoint un an plus tard, afin de promouvoir l'attractivité de leur destination.



Ecrit par le 29 janvier 2026

S'est ensuivie la création de l'association Destination Mont Ventoux Provence en septembre 2021, qui a le même objectif et qui est portée par les EPCI sur le plan financier et par les directeurs des quatre offices de tourisme du Ventoux pour la partie opérationnel et les plans d'actions.

Une stratégie autour de la destination Ventoux

L'objectif de l'association est d'avoir une gouvernance pour avoir le plus de liberté possible avec la constitution d'un bureau et d'un conseil d'administration composés de membres des quatre EPCI, mais aussi d'institutionnels comme le [Parc naturel régional du Mont-Ventoux](#), l'[AOC Ventoux](#), le [CRT Paca, Vaucluse Provence Attractivité](#), l'association touristique et destination Mont-Ventoux, ainsi que l'[association Ventoux Métiers d'Art](#).

Peu après sa création, l'association Destination Mont Ventoux Provence a fait appel à un cabinet pour monter une stratégie autour de la destination Ventoux et définir un positionnement, mais aussi établir un plan d'actions jusqu'en 2024, dont la première étape est la création de la marque 'Ventoux - Des terres aux sommets', qui a été validée en février dernier et dont le dépôt auprès de L'Institut national de la propriété industrielle (INPI) est en cours.

Une marque de destination

« L'objectif premier de cette marque était d'enlever les frontières administratives que les touristes ne connaissent pas forcément, c'est-à-dire que pour quelqu'un qui veut venir dans le Ventoux, il veut aller à Vaison-la-Romaine mais il veut aussi bien aller à Sault, qui correspondent à deux offices de tourisme différents mais à un même territoire », explique [Angélique Carballo](#), animatrice chargée de communication et marketing touristique et seule salariée de l'association Destination Mont Ventoux Provence, dont le poste est subventionné par la [Région Sud](#) à travers le [programme Leader](#).

Ainsi, le but de 'Ventoux - Des terres aux sommets' est de créer une promotion assez générale sur l'ensemble du territoire Ventoux et d'être présents sur des actions de promotion communes aux offices de tourisme du territoire [Vaison Ventoux Tourisme](#), [Porte du Ventoux Tourisme](#) et [Ventoux-Provence](#). Cette union des forces permet aux offices de tourisme de faire des économies mais aussi de représenter une même destination ensemble au lieu de faire de la représentation chacun de leur côté, notamment sur des salons.

Ecrit par le 29 janvier 2026



Le logo de la marque a été pensé en accord avec les valeurs du territoire. Le 'V' se veut le symbole de l'environnement vallonné et de la nature végétale et animale. Sa partie détachée à gauche de la lettre représente la pointe des sommets du territoire : le Mont Ventoux, les Monts de Vaucluse et les Dentelles de Montmirail.

Une valorisation du territoire dans sa globalité

« Aujourd'hui, lorsqu'on cherche 'tourisme Ventoux' sur internet, on tombe sur Ventoux-Provence, l'office de tourisme basé à Carpentras, mais le touriste ne va pas forcément trouver la promotion du territoire de Vaison », poursuit Angélique.

Ainsi, l'idée est d'assurer une cohérence territoriale et que tous les acteurs puissent disposer d'un outil de communication qui va permettre de favoriser l'attractivité du territoire dans son ensemble. À travers cette marque, tous les prestataires du Ventoux seront mis en lumière.

Prochaine étape : le site internet

La seconde étape du plan d'actions de l'association et de sa marque est de créer un site internet de destination, pour que ce soit plus clair pour le touriste, qui sera la première passerelle générale de l'ensemble du territoire du Ventoux.

Sur le site, si le touriste cherche une information plus précise, il sera redirigé sur le site d'un des offices de tourisme du territoire, qui pourra compléter sa demande. Le site sera également disponible en anglais, pour renforcer davantage cette ambition d'attractivité, et permettre aux étrangers de découvrir le territoire de façon simple et accessible.

Quelle différence avec le travail des offices de tourisme ?

L'idée n'est pas de créer cet outil dans le but de faire la même chose que les offices de tourisme. La marque 'Ventoux - Des terres aux sommets' se veut une valeur ajoutée qui va se distinguer du travail des offices de tourisme afin de les compléter, et de rendre le territoire plus accessible à l'international.

Ecrit par le 29 janvier 2026

« La marque n'a pas vocation à faire disparaître les particularités locales et les communications propres à chaque acteur, mais de faire un lien entre chaque structure et d'amplifier l'image et la puissance touristique de la destination Ventoux », développe Angélique Carballo.

Le Ventoux, une destination qui bouge toute l'année

À l'instar de l'agence [Vaucluse Provence Attractivité](#), la marque 'Ventoux - Des terres aux sommets' souhaite faire valoriser un tourisme responsable afin de faire face au réchauffement climatique. L'objectif est donc de valoriser les ailes de saison pour étaler la fréquence touristique pour montrer que la destination Ventoux bouge toute l'année et pas seulement en juillet et en août.

« Notre mission est d'être l'allié d'un tourisme plus responsable au fil des saisons tout en partageant des valeurs fortes telles que le partage, l'équilibre des sens et la quiétude parce que le territoire Ventoux est une destination où l'on peut pratiquer des activités intenses, mais aussi se ressourcer », conclut Angélique.

[Lire également : 'Le Vaucluse, une destination touristique responsable en devenir'](#)

Luberon en tous sens : le nouveau rendez-vous œnotouristique du Vaucluse

Ecrit par le 29 janvier 2026



Luberon en tous sens est un nouveau rendez-vous œnotouristique imaginé par [Destination Luberon](#). Le 14 mai prochain, tous vos sens seront en éveil à travers randonnée, dégustation de vin, et pique-nique élaboré par un chef étoilé.

L'œnotourisme prend de plus en plus place dans le milieu touristique du Vaucluse. Depuis quelques années, Destination Luberon et l'[AOC Luberon](#) organisent des événements autour des vins du Luberon, comme les Wine and Dine et Sunsets Vignerons en Luberon. D'autres offices de tourisme vauclusiens ont, eux aussi, été emportés par la folie de l'œnotourisme, tels que [Luberon Sud Tourisme](#), [Pays d'Apt Luberon](#), [Isle sur la Sorgue Tourisme](#) et l'[Office de tourisme de Pertuis](#). De nombreux lieux ont obtenu la labellisation 'Vignobles & Découvertes' qui permet la valorisation de cette filière.

Cette année, c'est un nouveau rendez-vous autour du vin qui voit le jour, une initiative de Destination Luberon, en partenariat avec le [Crédit Agricole Alpes Provence](#) qui soutient la relance des activités touristiques du territoire au travers de sa plateforme solidaire [Tourisme by CA](#). Ainsi, la première édition de Luberon en tout sens aura lieu le dimanche 14 mai prochain à Bonnieux.

Un tourisme en dehors de la saison estivale



Ecrit par le 29 janvier 2026

C'était une volonté qu'avaient déjà affiché [Vaucluse Provence Attractivité](#) et [Isle sur la Sorgue Tourisme](#) : faire du Vaucluse une destination touristique toute l'année, en favorisant un tourisme de quatre saisons. Avec ce nouveau rendez-vous, Destination Luberon se joint à cette dynamique en promouvant les vins de la destination et l'offre œnotouristique dans son ensemble au printemps et à l'automne.

L'objectif de l'AOC Luberon et des offices de tourisme est de pérenniser cette opération et de l'organiser chaque année, dans le courant du mois de mai, avec l'ambition que Luberon en tous sens devienne l'événement œnotouristique phare du printemps.

Un événement aux cinq sens

Luberon en tous sens porte bien son intitulé puisque, au travers des activités qui seront proposés lors de l'événement, tous les sens seront mis en éveil. La vue, le goût, le toucher, l'odorat, ou encore l'ouïe, aucun sens ne sera épargnée, à l'image d'une dégustation de vin, durant laquelle la plupart de ces sens sont requis.

Les cinq sens seront donc stimulés tout au long de la journée grâce à une activité en pleine nature, un pique-nique proposé par un chef étoilé ou de renom au sein d'un domaine viticole ou d'un lieu labellisé 'Vignobles et Découvertes', ainsi que la découverte d'un de ces derniers.

Le programme

Pour cette première édition de Luberon en tous sens, la barre a déjà été placée très haute. La journée débutera au petit matin, entre 8h30 et 9h15 avec une randonnée pédestre de 9km au départ de la cave coopérative vinicole de Bonnieux. De quoi se mettre en jambe pour se préparer au reste du programme. Les randonneurs feront une halte sur les terrasses du Château de Sade à Lacoste pour un moment lecture des paysages et dégustation de vins proposé par le Syndicat des vins de l'AOC Luberon. Chaque participant sera muni d'un carnet de route spécialement édité pour l'occasion.

Avant de passer à table afin de reprendre des forces après une matinée sportive, les participants pourront visiter la Cave vinicole de Bonnieux, qui est la plus ancienne du Vaucluse et qui a été labellisée 'Vignobles et Découvertes' en mars 2022. S'ensuivra un pique-nique composé de cinq mets proposés et présentés par Xavier Mathieu, chef étoilé du Phébus à Joucas. Le tout accompagné bien évidemment par les vins de l'AOC Luberon, mais aussi par une ambiance musicale proposée par le groupe de jazz [Tchava Genza](#).

Ecrit par le 29 janvier 2026



Lors de la conférence de presse durant laquelle l'événement a été présenté. DR

Les vins proposés pour l'événement

Les vins qui seront à déguster viendront de la [Cave coopérative vinicole de Bonnieux](#), la [Cave de Sylla](#) à Apt, le [Mas Edem](#) à Gault, le [Domaine de Mas Lauris](#) à Lauris, le [Domaine Le Novi](#) à La Tour d'Aigues, la maison de vigneron [Marrenon](#) à la Tour d'Aigues, le [Domaine de Fontenille](#) à Lauris, le [Château Constantin](#) à Lourmarin, la [Cave du Luberon](#) à Maubec, le [Domaine de la Citadelle](#) à Ménerbes, le [Mas des Infirmières](#) à Oppède, le musée de l'huile d'olive [La Royère](#) à Oppède, le [Château La Verrerie](#) à Puget, et le [Château Saint-Pierre de Mejans](#) à Puyvert.

Les participants auront la possibilité d'acheter du vin auprès de l'ensemble des vigneron présents.

Ecrit par le 29 janvier 2026

Informations pratiques

Chaque participant devra déboursier 65€ pour participer à cette première édition de Luberon en tous sens. L'événement ne pourra accueillir que 150 personnes maximum.

Les réservations et l'achat des billets se font directement sur [le site de Destination Luberon](https://www.destinationluberon.com) ou au Bureau d'information touristique de Cavaillon (Place François Tourel ; 04 90 71 32 01), à celui de Lourmarin (Place Henri Barthélemy ; 04 90 68 10 77), ou à celui de Gordes (Le Château ; 04 90 72 02 75).




V.A.

Ecrit par le 29 janvier 2026

Les offices de tourisme de l'Isle-sur-la-Sorgue et du Pays d'Apt, nouveaux partenaires de Luberon.fr



Luberon.fr, le guide touristique vauclusien lancé en 2013 par l'agence web pertuisienne **UP'nBoost**, vient d'annoncer deux nouveaux partenariats avec les offices de tourisme du **Pays d'Apt** et de l'**Isle-sur-la-Sorgue**.

Ces deux nouveaux partenaires viennent s'ajouter à l'office de tourisme **Destination Luberon Cœur de Provence** qui s'était allié à Luberon.fr l'année dernière. L'objectif de ces rapprochements est de multiplier l'offre touristique et d'étendre le rayonnement du Luberon. Avec l'intégration des offices de tourisme cumulée à l'influence digitale de Luberon.fr, les quatre entités (Luberon.fr, Destination Luberon Cœur de Provence, Pays d'Apt Luberon Tourisme et Isle-sur-la-Sorgue Tourisme) visent les 3 millions de



Ecrit par le 29 janvier 2026

visiteurs sur l'ensemble des sites Internet du réseau et 1 500 000 touristes touchés, et ce, dès cette année.

Un projet déjà bien en place

Avec ce premier partenariat mis en place l'année dernière avec Destination Luberon Cœur de Provence, Luberon.fr a déjà pu constater des résultats. « Nous nous attendions, avec ce partenariat, à atteindre le million de visiteurs en ligne sur notre réseau de diffusion, explique [Gaël Minier](#), responsable éditorial du guide touristique. Un objectif atteint et largement dépassé car nous avons touché 1 134 000 visiteurs. »

Le projet commun de faire briller le territoire a donc déjà fait ses preuves, mais avec l'adhésion des offices de tourisme du Pays d'Apt et de l'Isle-sur-la-Sorgue, tous voient encore plus loin. « Nous désirons tous nous engager dans une démarche mutualisée, efficiente et ouverte afin d'offrir à notre destination touristique une caisse de résonance inégalée sur Internet », ont ajouté [Franck Delahaye](#), [Ludovic Laffitte](#) et [Xavier Feuillant](#), respectivement directeur de l'office de tourisme Destination Luberon Cœur de Provence, directeur de l'office de tourisme du Pays d'Apt et directeur de l'Isle-sur-la Sorgue Tourisme.

Le plan d'actions en route

Afin d'augmenter le rayonnement du Luberon et de stimuler les effets des partenariats au maximum, Luberon.fr a élaboré un plan d'actions opérationnel sur trois ans. Sur sept actions listées, cinq sont déjà engagées depuis l'année dernière : 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', et la promotion des billetteries de la destination sur Luberon.fr.

Ainsi, deux actions sont encore à mettre en route : permettre aux acteurs locaux de modifier et faire vivre la partie qui les concerne sur Luberon.fr, et l'harmonisation des tarifs entre les différents acteurs. L'entrée en jeu des offices de tourisme de l'Isle-sur-la-Sorgue et du Pays d'Apt devrait permettre de faire évoluer davantage ce plan d'actions.

Un partenariat qui profite à tous

Si ce rapprochement entre les quatre entités permet à Luberon.fr de proposer une offre plus variée aux touristes, il profite également aux trois offices de tourisme. En effet, chacun peut s'enrichir des idées des autres membres du projet.

Cette coalition leur permet donc de grandir ensemble mais aussi de façon individuelle puisque chaque acteur co-construit sa présence digitale, mutualise ses compétences et ses ressources, augmente sa visibilité et son influence digitale, diversifie ses sources de revenus, développe son nombre d'adhésions en ciblant un territoire plus large.

V.A.

L'office de tourisme d'Avignon rouvre le 8 mai



A partir de samedi 8 mai 2021, l'Office de tourisme d'Avignon ouvre ses portes aux avignonnais et aux visiteurs qui feront le choix de venir (re)découvrir les richesses de la région, en amont de la réouverture des monuments, musées et lieux culturels prévue le 19 mai prochain.

L'office de tourisme, lieu incontournable pour les visiteurs et les habitants, proposera à nouveau ses services d'informations sur l'actualité culturelle, les activités de loisirs, les commerces, les restaurants et

Ecrit par le 29 janvier 2026

les hébergements.

Informations pratiques

L'accueil, situé 41 cours Jean Jaurès, est ouvert : du mardi au samedi : 10-16h ; les dimanches : 10-14h ; les jours fériés samedi 8, jeudi 13 et lundi 24 mai : 10-14h. La boutique est ouverte à partir du jeudi 13 mai, du mardi au dimanche de 10h à 14h et le lundi 24 mai aux mêmes horaires. L'office est également joignable par téléphone du lundi au samedi de 10h à 16h ; les dimanches et jours fériés de 10h à 14h au 04 32 74 32 74. Et par mail : officetourisme@avignon-tourisme.com.

Le site www.avignon-tourisme recense au jour le jour les hôtels ouverts, les restaurants qui livrent, le 'click and collect' chez les partenaires ainsi que toute l'activité culturelle et de loisirs proposée à Avignon-Grand Avignon. Le public y trouvera ainsi toutes les informations utiles pour répondre à leurs questions, tout comme les propositions culturelles et les initiatives locales proposées.

Dispositif sanitaire d'accueil

L'ensemble des équipes, en concertation avec les services de la préfecture, travaille depuis plusieurs jours à la mise en place des mesures sanitaires qui permettent de recevoir à nouveau du public, dans les conditions optimales de sécurité et de confort. Gestion des flux, signalétique de distanciation, limitation à 10 personnes simultanées, boutique billetterie en accès unique, gel hydroalcoolique, installation d'écrans de protection transparents, rien n'est laissé au hasard pour garantir la sécurité de tous.

Les visites du mois de mai

Il en faut beaucoup plus pour décourager les amoureux de la cité des papes qui comptent bien profiter des week-ends de l'Ascension et de la Pentecôte pour prendre l'air. Les fragrances du printemps et les couleurs éclatantes de mère nature nous gratifient d'un spectacle que l'on ne manquerait pour rien au monde. Qu'à cela ne tienne, Avignon tourisme continue ses propositions de visites en plein air et à petites jauges. L'opportunité de (re)découvrir la ville en famille, de façon insolite et ludique, à pied ou en vélo. [Cliquez ici](#) pour en savoir plus.

Fontaine-de-Vaucluse, L'Isle-sur-la-Sorgue, Le Thor, hurra, les offices de tourisme ré-

Ecrit par le 29 janvier 2026

ouvrent !



Les Offices de Tourisme de Fontaine-de-Vaucluse, L'Isle-sur-la-Sorgue et le Thor ré-ouvrent leurs portes à partir de ce lundi 3 mai. Pendant la fermeture, l'Office de Tourisme de L'Isle-sur-la-Sorgue s'est refait une beauté mêlant mobiliers épurés et vintages. Voici les horaires d'ouverture.

Fontaine-de-Vaucluse

L'office de tourisme sera ouvert du 1er avril au 30 juin, du lundi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 14h à 17h. Du 1er juillet au 26 septembre, du lundi au samedi de 10h à 18h et dimanche de 13h30 à 17h. Maison du tourisme. Résidence Jean Garcin. Place de la Colonne. 84 800 Fontaine-de-Vaucluse. 04 90 20 32 22. accueil@islesurlasorguetourisme.com <http://www.oti-delasorgue.fr>

Isle-sur-la-Sorgue

L'office de tourisme sera ouvert du 1er juillet au 30 septembre, du lundi au samedi de 10h à 18h et le



Ecrit par le 29 janvier 2026

dimanche de 9h30 à 13h. Du 1er octobre au 30 juin, du lundi au samedi de 9h30 à 12h30 et de 14h à 17h30, le dimanche de 9h30 à 12h30. Office de tourisme de l'Isle-sur-la-Sorgue. 13, place Ferdinand Buisson, 84800 L'Isle-sur-la-Sorgue. 04 90 38 04 78. www.islesurlasorgue.fr

Le Thor

L'office du tourisme sera ouvert du 1^{er} avril au 26 septembre du lundi après-midi au samedi matin, de 9h à 13h et de 14h à 17h. Il sera, en revanche, fermé le mercredi. Du 27 septembre au 31 mars, il sera ouvert du lundi au vendredi de 9h à 13h et de 14h à 17h et fermé le mercredi.

Office de tourisme 41, place du marché 84250 Le Thor. 04 90 38 04 78
<https://islesurlasorguetourisme.com/>