Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Comment le pilote automobile Benoît Tréluyer a pris la route de l'entrepreneuriat



Le mardi 29 novembre, Cap Luberon, pôle intercommunal de services aux entreprises du Pays d'Apt Luberon, a organisé la 7e édition de sa Rencontre Entrepreneur & Territoire à Ménerbes sur le thème 'Du circuit au territoire : entreprendre, choisir et s'ancrer' avec Benoît Tréluyer comme invité d'honneur.

Chaque année, la Rencontre Entrepreneur & Territoire réunit de nombreux entrepreneurs, élus et institutionnels du Pays d'Apt. L'occasion aussi de mettre en avant une entreprise du territoire. Après le Golf des Ocres à Villars, cette 7e édition s'est tenue au Domaine de la Citadelle à Ménerbes. Ce sont près de 140 participants qui se sont réunis dans ce domaine viticole appartenant à Yannick et Valérie Panagiotis. Cette dernière avait d'ailleurs était l'invitée d'honneur de la 4e édition et avait partagé son parcours, de la création de l'entreprise Aroma-Zone au rachat du Domaine de la Citadelle avec son mari.

Cette année, la rencontre a porté sur le thème 'Du circuit au territoire : entreprendre, choisir et

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

s'ancrer'. Pour évoquer cette thématique, Cap Luberon a invité le champion de sport automobile Benoît Tréluyer, triple vainqueur des 24 Heures du Mans, qui a choisi le Pays d'Apt Luberon pour implanter son entreprise Trajectus Motorsport, plus particulièrement la zone d'activité de Pied-Rousset à Goult. « Cette soirée est importante parce qu'elle met en lumière celle et ceux qui font vivre nos territoires et nos entreprises et entreprendre, c'est aussi faire le choix de notre territoire », a déclaré Dominique Santoni, présidente du Département de Vaucluse

L'attractivité économique du Pays d'Apt

Avant de laisser la parole à l'invité d'honneur de cette édition, plusieurs élus se sont succédés pour rappeler l'importance de l'implantation d'entreprises sur le territoire. « L'attractivité ne se résume pas uniquement à nos paysages, elle se repose aussi sur notre capacité à accueillir les entreprises, à accompagner leurs projets et à leur offrir les conditions nécessaires pour se développer et créer de l'emploi », a affirmé Patrick Merle, vice-président du Pays d'Apt Luberon délégué au développement économique.

> **« Accompagner les entreprises, c'est aussi anticiper. Anticiper les besoins futurs tout en trouvant des bons équilibres entre activité économique, maîtrise du foncier, qualité des aménagements et préservation de notre cadre de vie. »**
>
> *Patrick Merle*

Aujourd'hui, le territoire du Pays d'Apt compte 10 zones d'activité économique et plus de 6 000 entreprises. La zone de Pied-Rousset à Goult a fait l'objet d'une extension en 2025, permettant d'en accueillir davantage, où Benoît Tréluyer a choisi d'installer son entreprise.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



La zone d’activité de Pied-Rousset à Goult. ©Pays d’Apt Luberon

Investir pour l’attractivité économique

Mais l’attractivité économique ne passe pas seulement par les paysages et les zones d’activité. Cela passe également par des routes refaites, sur lesquelles il est agréable de conduire, des établissements scolaires pour les enfants et les adolescents, mais aussi l’accessibilité et la mobilité. « Derrière chaque projet public, il y a de l’activité, il y a des entreprises, il y a des mobilités, il y a des emplois, et au final, c’est tout un territoire qui avance », a affirmé Dominique Santoni qui a récemment été élue sénatrice de Vaucluse et qui compte porter les ambitions du département à Paris.

> **« Investir, c’est créer de l’emploi, c’est transmettre des savoir-faire, c’est reprendre des entreprises, c’est innover, c’est contribuer directement à l’attractivité de nos communes et de notre territoire. »**
>
> *Dominique Santoni*

Le sous-préfet d’Apt, Éric Pierrat, a profité de cette Rencontre Entrepreneur & Territoire pour rappeler le rôle accompagnateur de l’État auprès des entreprises et les nombreux dispositifs existants comme

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

‘France 2030’, ‘Fance Ruralité’, le crédit d’impôt recherche, ‘France Simplification’, etc. « Sans l’échelle d’entreprise, sans votre dynamisme, sans votre investissement, sans votre engagement tous les jours, je pense que l’économie d’un territoire ne serait pas très vaillante », a-t-il déclaré.



Lisa Teissier (Cheffe de projet attractivité et développement économique de Cap Luberon), Julia Guasp (chargée de la communication et de l’événementiel et gestionnaire de Cap Luberon), Benoît Treluyer (ancien pilote automobile, dirigeant de Trajectus Motorsport), Eric Pierrat (sous-préfet d’Apt), Christelle Gay (directrice du service de Développement Economique pour le Pays d’Apt Luberon), Gilles Ripert (président de l’intercommunalité), Dominique Santoni (présidente du Département de Vaucluse), Patrick Merle (vice-président du Pays d’Apt Luberon délégué au développement économique), Valérie et Yannick Panagiotis (propriétaires du Domaine de la Citadelle). ©Julia Cassan

Benoît Tréluyer, ancien pilote automobile

Après le sportif Michaël Guigou en 2024 et le producteur et entrepreneur Alex Berger l’année dernière, Cap Luberon a de nouveau porté son choix sur un sportif pour cette nouvelle édition de l’événement. C’est Benoît Tréluyer, ancien pilote automobile, qui a dévoilé son parcours à l’audience. Sa passion pour

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

le sport mécanique est née très tôt, lorsqu'enfant, il a découvert la motocross. « Après plusieurs chutes et traumas crâniens, et les risques du métier, j'ai décidé d'aller sur quatre roues », a-t-il ironisé. Très vite, son talent a été repéré et il a commencé à faire des sélections dans le sport automobile puis à évoluer.

Ce sport étant plutôt coûteux et Benoît Tréluyer venant d'une famille modeste, il a fallu qu'il trouve une solution pour pouvoir continuer. À seulement une vingtaine d'années, il a pris ses affaires et est parti à l'autre bout du monde, au Japon, où il a remporté plusieurs compétitions, propulsant sa carrière, avant d'être appelé par Audi Sport, avec qui il a finalement évolué pendant 10 ans, pour faire les 24 Heures du Mans, qu'il a remporté en 2011, 2012 et 2014.

Vers l'aventure entrepreneuriale

« Je ne me voyais pas continuer à faire des compétitions à 42 ans avec des jeunes de 20 ans », a-t-il expliqué. En fin de carrière sportive, il a donc continué à travailler avec Audi, notamment sur leurs voitures électriques, jusqu'en 2020. « Ces dernières années j'ai développé aussi avec la Fédération internationale de l'automobile la dernière génération de formules électriques », a-t-il poursuivi.

> **« C'était important pour moi de construire quelque chose et de pouvoir être dans un milieu agréable. Et aujourd'hui, c'est ce que je recherche aussi pour mes employés. »**
>
> *Benoît Tréluyer*

Proche de ses 50 ans, Benoît Tréluyer décide de prendre un nouveau chemin et de se diriger vers l'entrepreneuriat en créant son entreprise Trajectus Motorsport, une société de gardiennage de voitures de prestige et sportives de luxe, à Goult, qui emploie une dizaine de personnes à plein temps, mais qui a l'ambition de grandir davantage. « Ce projet a commencé par la conciergerie, parce qu'il y avait une vraie demande, et à force de côtoyer les personnes fans de sport automobile et d'automobile en général, je me suis rendu compte qu'il y avait besoin un besoin de clubs automobiles et surtout d'une société qui puisse gérer les véhicules d'exception », a-t-il expliqué. L'entreprise propose donc l'entretien et le suivi des véhicules, un service de conciergerie, mais aussi un club qui propose des balades, des sorties et des événements. Aujourd'hui, Trajectus Motorsport c'est aussi une écurie de course française dans les domaines de l'endurance et du rallye.

Viser l'excellence en équipe

Que ce soit au cours de sa carrière en tant que pilote où maintenant en tant que chef d'entreprise, Benoît Tréluyer a un objectif, atteindre l'excellence, mais c'est non sans sacrifices et difficultés qu'il a pu atteindre le niveau qu'il avait dans le sport automobile. « Je dis toujours que le plus dur n'a pas été de gagner les 24 Heures du Mans dans une Audi, le plus dur ça a été d'atteindre le niveau pour intégrer

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

l'équipe Audi, a-t-il expliqué. Aujourd'hui c'est ce qui se passe aussi, on travaille très dur pour emmener l'équipe le plus haut possible et pour atteindre l'excellence et travailler dans de bonnes conditions. Pour ça, il faut attirer un constructeur pour pouvoir avoir des projets à la taille de nos espérances, former les jeunes ingénieurs et les jeunes pilotes, et monter une équipe dynamique qui mêle expérience et jeunesse. »

> **« Quand je demande à mes employés de travailler dans l'excellence, il faut aussi que je leur donne les moyens de travailler dans l'excellence.**
>
> *Benoît Tréluyer*

L'esprit d'équipe a d'ailleurs toujours été au cœur des projets de l'entrepreneur et l'est encore à présent. « La stabilité d'une équipe, c'est avoir une équipe qui s'entend bien et qui communique, a-t-il conclu. Quand j'étais plus jeune, j'avais besoin d'être entouré et de m'appuyer sur des personnes expérimentées pour aller plus loin, aujourd'hui, c'est sur moi que mes équipes peuvent s'appuyer. » Ainsi, après une brillante carrière dans le sport automobile, la vie a conduit Benoît Tréluyer jusqu'en Vaucluse où il a décidé d'entreprendre.

Tourisme : les professionnels du Pays d'Apt inquiets face aux aléas climatiques

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



L’office de tourisme Pays d’Apt Luberon fait un bilan de mi-saison du tourisme sur le territoire et dévoile une fréquentation en recul, notamment ces derniers mois à cause des nombreux épisodes caniculaires.

Alors que l’office de tourisme Pays d’Apt Luberon applique désormais une politique de tourisme quatre saisons, il dévoile un bilan de mi-saison en demi-teinte. Globalement, le territoire observe une baisse de fréquentation, due à un recul de la clientèle française, notamment au mois d’août durant lequel elle est habituellement majoritaire.

Pour autant, les clientèles internationales sont toujours présentes et ont généralement un panier plus élevé que les Français, ce qui a permis aux établissements haut de gamme de faire une très bonne saison jusqu’ici. « Le contexte international incertain sur certaines destinations a également pu favoriser le choix de destinations européennes, dont le Luberon, très apprécié pour sa qualité d’offre et son côté nature préservé à mettre particulièrement en avant et répondant aux critères de découverte de ‘La Provence authentique' », explique l’office de tourisme.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

La chaleur devient le point noir du tourisme en été

Alors que le taux d'ensoleillement du Vaucluse fait partie de ses qualités en matière de tourisme, la hausse des températures d'année en année, couplée aux épisode caniculaires à répétition, inquiète de plus en plus les socio-professionnels qui font aussi face à des intempéries, lorsqu'il y en a, de plus en plus violentes.

« Certains professionnels ont par ailleurs subi des conséquences matérielles et des surcoûts, notamment liés à des problèmes techniques sur les équipements frigorifiques, fortement sollicités pendant les épisodes de chaleur », déplore l'office de tourisme qui affirme poursuivre les réflexions engagées avec les partenaires du territoire autour de l'adaptation du tourisme au changement climatique.

Les restaurateurs fortement touchés par la baisse de fréquentation

Les premiers impactés par cette baisse de fréquentation observée lors de cette première partie de saison, ce sont les restaurateurs du territoire. Plusieurs établissements enregistrent un fort recul de la fréquentation, jusqu'à -30% pour certains, mais aussi une baisse du panier moyen, notamment pour la clientèle française.

La chaleur reste l'une des principales raisons de cette baisse de fréquentation, les touristes estimant qu'il fait trop chaud pour sortir le midi, et même en début de soirée. Les établissements davantage en altitude, quant à eux, font figure d'exception, comme le Bistrot de Lagarde, situé à Lagarde-d'Apt et ouvert de mars à novembre, qui a enregistré une saison record.

Un espoir pour le reste de l'année

Comme les restaurateurs, les grands sites touristiques enregistrent une baisse de fréquentation, qui se situe quant à elle entre -7% et -10%, probablement due à la chaleur aussi. Pour les supermarchés, le mois de juillet est resté relativement stable, et une baisse a été observée en août, à cause du recul de la clientèle française.

L'office de tourisme invite cependant les professionnels à « relativiser le bilan à ce stade de la saison », l'automne pouvant stabiliser la fréquentation touristique grâce à des températures plus clémentes mais toujours une belle météo.

À Saint-Saturnin-lès-Apt, la Zone d'Activités

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

des Triquefauts fait peau neuve



Le mercredi 29 avril, la communauté de communes Pays d'Apt Luberon (CCPAL) a inauguré la requalification de la Zone d'Activités des Triquefauts à Saint-Saturnin-lès-Apt.

« En tant que Communauté de communes, notre mission est claire : soutenir le développement économique de notre territoire », a commencé par dire Gilles Ripert, président récemment réélu de l'intercommunalité. C'est dans cette dynamique que s'inscrit la requalification de la ZA des Triquefauts à Saint-Saturnin-lès-Apt, qui a été inaugurée à la fin du mois d'avril.

Après plusieurs mois de travaux, cette zone d'activités, qui comptabilise 14 établissements et concentre près de 60 emplois, fait peau neuve. Les travaux visaient à rendre la zone plus attractive afin de la

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

développer et d'y accueillir de nouvelles entreprises. « Ces zones d'activités ne sont pas que des lieux d'implantation pour les entreprises, a souligné le président de la CCPAL. Elles renforcent notre attractivité, soutiennent l'emploi local, et dynamisent notre économie, pour celles et ceux qui font vivre notre territoire au quotidien. »

De nombreux aménagements

Afin d'établir la liste de travaux à effectuer, des comités de site, en concertation avec les acteurs de la zone, ont été mis en place dès janvier 2025. Le programme des aménagements a été élaboré par l'Agence Planisphère, basée à Vaison-la-Romaine, et les travaux ont été réalisés par Eiffage Route Grand Sud, qui a aussi fait appel à l'entreprise aptésienne Miditraçage.

> **« Notre volonté est claire : développer des aménagements respectueux des ressources naturelles, tout en menant des actions pour renforcer et dynamiser notre écosystème local. »**
>
> *Gilles Ripert*

Ont été réalisés :

- La refonte de la voirie existante pour améliorer l'état des chaussées afin de garantir un meilleur un confort des usagers,
- la réduction des surfaces d'enrobé des espaces communs en utilisant les sur-largeurs et les plantations actuelles pour créer des places de stationnement,
- la valorisation de l'entrée de la zone avec la mise en place d'une signalétique verticale d'information sur les entreprises,
- la sécurisation des déplacements dans la zone avec la création de deux ralentisseurs supplémentaires et la mise en place d'une zone limitée à 30 km/h,
- la création d'écluses et de cheminement piéton pour hiérarchiser et sécuriser les différents espaces,
- la création de bordures coulées en place pour limiter le stationnement sauvage.

Des travaux à près de 390 000€

Les travaux, qui se sont étalés sur six mois, entre septembre 2025 et février 2026, ont représenté un coût total de 388 853€, financés à 60% par la CCPAL, à hauteur de 82 368,27€ par l'État et à hauteur de 68 640,23€ par le Département de Vaucluse dans le cadre du dispositif Ecoparc+, une aide en faveur de la

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

création ou l'extension des quartiers d'activités économiques, de la requalification d'espace économique ou de la réhabilitation de friches, et de la création d'immobilier collectif.

Ainsi, la construction de nouveaux bâtiments est d'ores et déjà en discussion afin d'attirer davantage d'entreprises, de créer de l'emploi et de dynamiser encore plus la zone d'activités.

Le Pays d'Apt Luberon tend de plus en plus vers un tourisme quatre saisons



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

L'office de tourisme (OT) Pays d'Apt Luberon a donné rendez-vous aux professionnels du territoire le mardi 7 avril pour le lancement de saison au Domaine de la Citadelle à Ménerbes. L'occasion de présenter le bilan de 2025 et les perspectives pour les mois à venir.

Chaque année, l'office de tourisme Pays d'Apt Luberon organise une soirée de lancement de saison à l'arrivée des beaux jours dans un lieu touristique phare du territoire. Après le Domaine des Andéols à Saint-Saturnin-lès-Apt l'année dernière, c'est au Domaine de la Citadelle à Ménerbes, « l'un des plus beaux villages de France », comme l'a précisé le maire fraîchement élu de la commune Patrick Merle, que ce sont réunis les professionnels du tourisme du territoire.

Après une visite du domaine, acquis en 2022 par Valérie et Yannick Panagiotis, qui ont été séduits par le vin mais aussi par la diversité de l'offre œnotouristique que le domaine peut proposer avec son Musée du tire-bouchon et son jardin botanique, les participants à cette rencontre ont pu en apprendre davantage sur la fréquentation touristique de 2025 et les aspirations de l'office de tourisme pour 2026.

Une fréquentation en légère baisse en 2025

Pour commencer ce lancement de saison, Bettina Matias, directrice de l'OT Pays d'Apt Luberon, est revenue sur la fréquentation de l'année 2025. Celle-ci a enregistré au total 2,4M de nuitées, soit -4% par rapport à 2024, avec une légère baisse de la clientèle étrangère (48% en 2025 contre 51% en 2024). Une baisse de fréquentation peu inquiétante et surtout dûe au facteur météorologique. « En 2024, l'automne avait été particulièrement beau et chaud », souligne Bettina.

> « Provence-Alpes-Côte d'Azur est la 2e région la plus touristique de France après Paris. »
>
> *Yannick Le Magadure, directeur marketing du CRT PACA*

Le nombre d'excursionnistes, c'est-à-dire les touristes qui viennent pour la journée mais qui ne dorment pas sur le territoire, quant à lui, reste sensiblement le même, à savoir 3,9M. Ces excursionnistes sont 57% originaires de France, notamment des Bouches-du-Rhône, des Alpes-de-Haute-Provence et de Paris. Pour les étrangers, ce sont globalement des Allemands, ou des touristes venant des États-Unis ou du Royaume-Uni.

Le territoire du Pays d'Apt Luberon comptabilise 17 719 lits touristiques marchands et 27 840 lits en résidence secondaire soit 61% en meublés de tourisme, 17% en hôtellerie de plein air, 9% en hôtellerie…

Un tourisme de plus en plus étalé sur l'année

À l'instar d'autres offices de tourisme du département, celui du Pays d'Apt Luberon travaille vers un tourisme quatre saisons et non plus sur un tourisme concentré sur la saison estivale. Ainsi, malgré la

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

légère baisse de fréquentation en 2025, l'OT se félicite d'observer une répartition plus large des nuitées touristiques.

Si le cœur de saison, à savoir les mois de juillet et août, reste une part importante du tourisme avec 38% de fréquentation, le printemps (d'avril à juin) le talonne avec 33% de la fréquentation. Le territoire voit plus de la moitié (62%) de sa fréquentation touristique globale se faire en dehors de l'été.

Un travail continu sur le tourisme quatre saisons

L'OT Pays d'Apt Luberon veut poursuivre dans cette direction vers un tourisme quatre saisons. « L'année 2026 se concentre sur la commercialisation internationale », explique la directrice. L'objectif est d'encourager la fréquentation étrangère pour un tourisme toute l'année. Pour ce faire, l'office affiche une présence forte sur les salons français et internationaux pour démarcher les groupes, les comités d'entreprises, etc.

« De nombreux outils commerciaux sont à dispositions des professionnels comme des guides thématiques ou encore la charte graphique de l'office de tourisme », rappelle Bettina Matias. Cette année, l'OT travaille sur le renouvellement du plan du Pays d'Apt qui devrait aussi être disponible dans les prochains mois. Les professionnels peuvent aussi se tourner vers l'office ainsi que vers l'agence départementale Vaucluse Provence Attractivité (VPA) pour des questions de tourisme durable. « Aujourd'hui, il faut stimuler la demande touristique et accompagner l'évolution de l'offre touristique », affirme Yannick Le Magadure, directeur marketing du CRT PACA.

Vaucluse Provence Attractivité met la lumière sur le tourisme durable

Un territoire qui mise sur ses atouts

Si un territoire compte sur le bouche-à-oreille pour se faire connaître, à l'ère du numérique, il compte aussi sur les réseaux sociaux. Le Pays d'Apt Luberon met de plus en plus en lumière les spécificités qui rendent le territoire unique. L'OT met aussi en avant ses événements phares qui viennent rythmer l'année, de janvier à décembre, tels que la course cycliste Le Gran Fondo Luberon en septembre, les expositions de SCAD Fash Lacoste et de la Fondation Blachère, l'événement 'Apt, Ville de Lumières' en fin d'année, et bien d'autres.

> « On a la chance d'avoir de nombreux étoilés sur le territoire. »
>
> *Bettina Matias*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Aussi, en 2026, l'OT veut davantage miser sur le côté gastronomique du territoire, notamment les restaurants étoilés. Pour rappel, le Pays d'Apt compte quatre chefs chefs étoilés : Christophe Bacquié, Noël Bérard et Julien Allano à Bonnieux, ainsi que Xavier Mathieu à Joucas. À eux quatre, ils totalisent 5 étoiles au Guide Michelin. Pour les mettre en avant, l'office a réalisé une vidéo diffusée sur ses réseaux sociaux. Plusieurs autres vidéos sont à venir sur la lavande, la pierre sèche, l'huile d'olive… « J'invite les professionnels à partager nos vidéos sur leurs propres réseaux sociaux pour toucher un public plus vaste », ajoute Bettina Matias.

Les nouveautés chez les professionnels en 2026

Comme chaque année lors du lancement de saison, la directrice de l'OT a procédé à la présentation des nouveautés sur le territoire. À commencer par le nouveau dépliant pour un nouveau balisage de découverte et le nouveau point de vue pour le Colorado Provençal à Rustrel.

Plusieurs établissements hôteliers vont se renouveler avec de nouvelles unités d'hébergement et une nouvelle proposition bistronomique pour le Domaine des Andéols à Saint-Saturnin-lès-Apt, un nouveau concept de restauration 'La Guingette' avec cuisson au brasero au Mas des Herbes Blanches à Joucas, l'installation d'une cabane perchée au Camping Le Colorado à Rustrel, de nouvelles expériences bien-être à la Distillerie Les Agnels à Apt, etc.

De nouvelles entreprises ont aussi vu le jour depuis le début de l'année comme L'Ocrillon à Roussillon qui propose des cosmétiques et produits senteurs, mais aussi Classic Lane qui propose des voitures de collection à la location, ou encore le service de séjour sur-mesure Sophie Escapes.

Un office de tourisme classé

L'OT Pays d'Apt Luberon étoffe de plus en plus ses services, que ce soit envers les touristes et les habitants qu'envers les professionnels du territoire. Il a d'ailleurs récemment été classé en catégorie II, qui distingue l'accueil et l'accessibilité de l'office, l'accessibilité à l'information pour la clientèle étrangère, l'exhaustivité de l'information touristique, la mise en œuvre de la stratégie touristique locale, et bien d'autres points sur lesquels l'équipe de l'OT travaille au quotidien pour rendre le territoire attractif.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



L’équipe de l’office de tourisme. ©Vanessa Arnal-Laugier / L’Echo du Mardi

---

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



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 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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



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.

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 Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

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 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

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.

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.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

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.

Rencontre Entrepreneur & Territoire : quand la culture, la création et l'ancrage territorial ne font qu'un

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Le jeudi 11 septembre, Cap Luberon, pôle intercommunal de services aux entreprises du Pays d'Apt Luberon, a organisé la 6e édition de sa Rencontre Entrepreneur & Territoire, sur le thème 'Quand les entrepreneurs écrivent l'histoire des territoires', qui a réuni près de 90 chefs d'entreprises, élus et acteurs du territoire au Domaine des Hautes Garrigues à Villars.

C'est sous un soleil radieux que chefs d'entreprises, élus, et acteurs du territoire du Pays d'Apt ont pu frapper quelques balles au Golf des Ocres, situé sur le Domaine des Hautes Garrigues à Villars, à l'occasion de la 6e Rencontre Entrepreneur & Territoire. L'occasion pour le nouveau sous-préfet d'Apt, Eric Pierrat, de rappeler le rôle de l'État envers les entreprises. « Le sous-préfet peut identifier les zones clefs en main où les entreprises peuvent s'installer, mais aussi renseigner sur les nombreux programmes mis en place par l'État pour soutenir le développement des entreprises », a-t-il expliqué.

La 6e édition de cette rencontre avait pour thème 'Quand les entrepreneurs écrivent l'histoire des territoires'. « Le thème de cette soirée est une occasion de rappeler que sur Terre, des hommes et des

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

femmes, avec leurs idées, transforment les territoires », a déclaré Dominique Santoni, présidente du Département de Vaucluse.



©Vanessa Arnal-Laugier / L'Echo du Mardi

Un rendez-vous au Golf des ocres

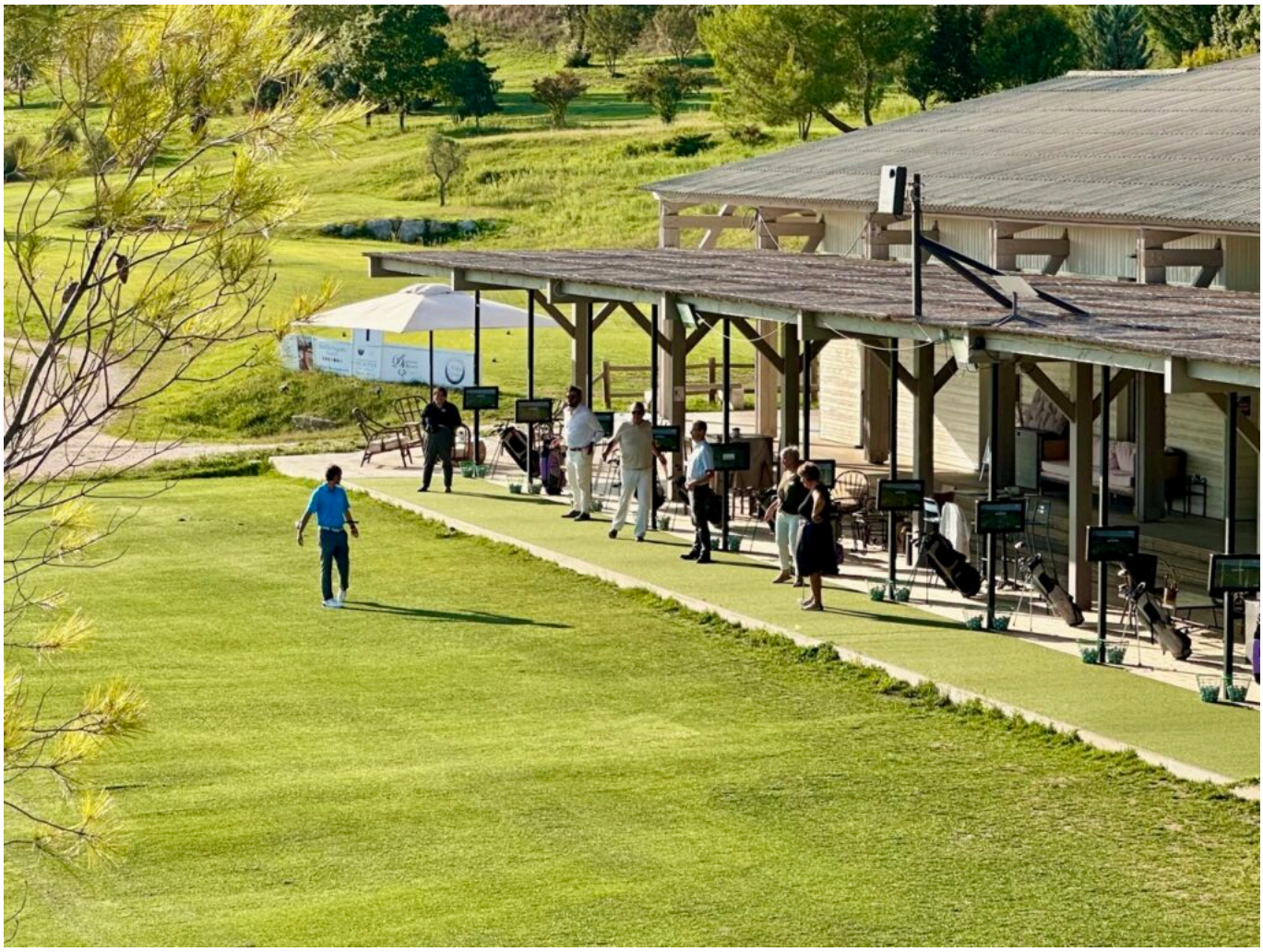
Le domaine des Hautes Garrigues, qui était en train de se désertifier depuis plusieurs années, a été remis sur pied par Christian Vaudaux et ses équipes qui l'ont inauguré en 2024. Ce lieu de 20 hectares, à la clientèle majoritairement locale, compte 2 hectares constructibles pour lesquels l'entrepreneur a un gros projet avec notamment la construction d'un hôtel d'au moins 40 chambres.

« Le domaine représente un catalyseur qui témoigne de la vitalité du territoire et qui illustre parfaitement son potentiel de développement », a assuré Patrick Merle, Vice-président de la communauté de communes Pays d'Apt Luberon (CCPAL) délégué au Développement économique et attractivité du

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

territoire. Il était donc évident pour Cap Luberon de choisir ce lieu pour sa nouvelle Rencontre Entrepreneur & Territoire, après avoir réuni les acteurs économiques locaux au Domaine de Capelongue à Bonnieux en 2024, ou encore à la Fondation Blachère à Bonnieux en 2023.



©Vanessa Arnal-Laugier / L'Echo du Mardi

Un témoignage

Chaque année pour cet événement, Cap Luberon invite un acteur engagé sur le territoire. Après le sportif aptésien Michaël Guigou l'année dernière, c'était au tour d'Alex Berger, producteur et entrepreneur vivant à Roussillon, de délivrer un témoignage inspirant. De son arrivée en France à l'âge de 10 ans à la création du *Bureau des Légendes*, série française la plus exportée au monde qui comptabilise plus de 100M de vues uniquement sur Canal+, Alex Berger a aussi témoigné de sa profonde affection pour le village de Roussillon, et plus largement pour le département de Vaucluse.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

> « Mon travail, c'est le storytelling. J'aime imaginer des histoires, trouver comment les raconter, et surtout créer une émotion. »
>
> *Alex Berger*

Né aux États-Unis, ce n'est qu'au cours de son enfance qu'Alex Berger, ne parlant pas français, a posé ses valises dans les Vosges. Au cours de sa carrière, il a travaillé avec de grands noms de la télévision et du cinéma français comme Alain Chabat, Arthur, Antoine de Caunes, ou encore Pierre Lescure. Des échecs, il y en a eu, mais le Roussillonnais d'adoption a su faire preuve de résilience. Depuis 2008, il est à la tête de The Originals Productions, à l'origine de la série *Le Bureau des Légendes*, diffusée sur Canal+, ou encore de *La Maison*, première série française de la plateforme Apple TV+.



©Vanessa Arnal-Laugier / L'Echo du Mardi

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Quand la culture se met au service du territoire

C'est dans les années 1980 qu'Alex Berger découvre la commune de Roussillon et en tombe amoureux. « J'ai un amour et une gratitude pour le Pays d'Apt qui est dingue, avait-il confié à L'Echo du Mardi au cours de l'été. J'aime tellement vivre ici que je me suis demandé comment je pouvais rendre au village ce que lui m'a apporté ? » Ainsi, le producteur et entrepreneur s'est beaucoup investi dans la vie du village. Aujourd'hui, il est, entre autres, le responsable du Comité Communal de Feux de Forêts (CCFF) de Roussillon, qui œuvre pour la protection de l'environnement.

Alex Berger s'investit également plus largement à l'échelle du Vaucluse, pour lequel il a créé le projet 'LUX Vaucluse', dont l'objectif est de favoriser la création audiovisuelle et de pérenniser la filière au sein du département afin de créer un réel impact sur sa fréquentation et sur son économie.

> « Alex Berger incarne très bien ce que peut apporter un talent sur le territoire : des contacts, des idées, des projets, une vision »
>
> *Dominique Santoni*

The Originals Productions est d'ailleurs en train de développer un projet en Vaucluse : une série polar-comédie qui devrait s'intituler « Roucayrolle » et qui se baserait sur le territoire, notamment Roussillon où les différents acteurs du projet ont passé plusieurs jours au cours de l'été afin de conceptualiser et concevoir la série. Ce projet est coécrit et cocréé par Philippe Mechelen, scénariste de la saga *Les Tuches*.

Le projet du Centre de la Couleur

Un autre projet de grande ampleur sur lequel travaille Alex Berger sur le territoire : le Centre de la Couleur de Roussillon. Un projet qui vise à relier l'écomusée Ôkhra, le centre du village de Roussillon et le Sentier des ocres pour faire des trois lieux une seule entité, un parcours touristique davantage ambitieux, rayonnant, précis et inclusif.

Ce Centre de la Couleur nécessite un investissement de près de 5M€. Une somme qui devrait être atteinte grâce à une campagne de mécénat. Le dépôt des permis et des différents dossiers réglementaires devrait se faire d'ici la fin de l'année, pour permettre à ce projet de sortir de terre d'ici 2027. Au travers de ce dernier, Alex Berger souhaite donner un nouveau souffle à la commune de Roussillon, avec une nouvelle attractivité, tout en préservant le patrimoine qu'elle recèle. Un projet ambitieux qui fera briller la commune, le Pays d'Apt, et le Vaucluse.

Pour en savoir plus sur le projet de Centre de la Couleur de Roussillon :

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

Le futur Centre de la Couleur de Roussillon devrait voir le jour en 2027

Territoire Zéro Chômeur de Longue Durée : où en est le Pays d'Apt ?



Lancée en octobre 2022 dans le Pays d'Apt, l'expérimentation 'Territoire zéro chômeur de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

longue durée‘ (TZCLD) semble pour le moment porter ses fruits. À l’aube d’une 3e loi prévoyant la suite du projet, qui sera examinée à l’Assemblée nationale le 3 juin prochain, les acteurs de l’opération sur le territoire attendent un affinage et une amélioration des dispositions du projet.

Le projet ‘Territoire zéro chômeur de longue durée’ s’appuie sur un principe énoncé par le préambule de la Constitution de 1946 : « Chacun a le droit de travailler et le droit d’obtenir un emploi. » En Pays d’Apt, l’expérimentation était à l’origine une initiative citoyenne lancée en 2019. Un projet qui a rapidement été soutenu par les élus du territoire et porté par la communauté de communes Pays d’Apt Luberon qui a débuté l’expérimentation sur les communes d’Apt, Gargas et Saint-Saturnin-lès-Apt en octobre 2022.

Avec l’habilitation de l’expérimentation est née l’entreprise à but d’emploi (EBE) Zou Vaï qui propose divers services comme l’entretien des extérieurs pour les particuliers comme les professionnels, la fabrication de produits sur-mesure, ou encore des prestations sur-mesure à destination des entreprises.

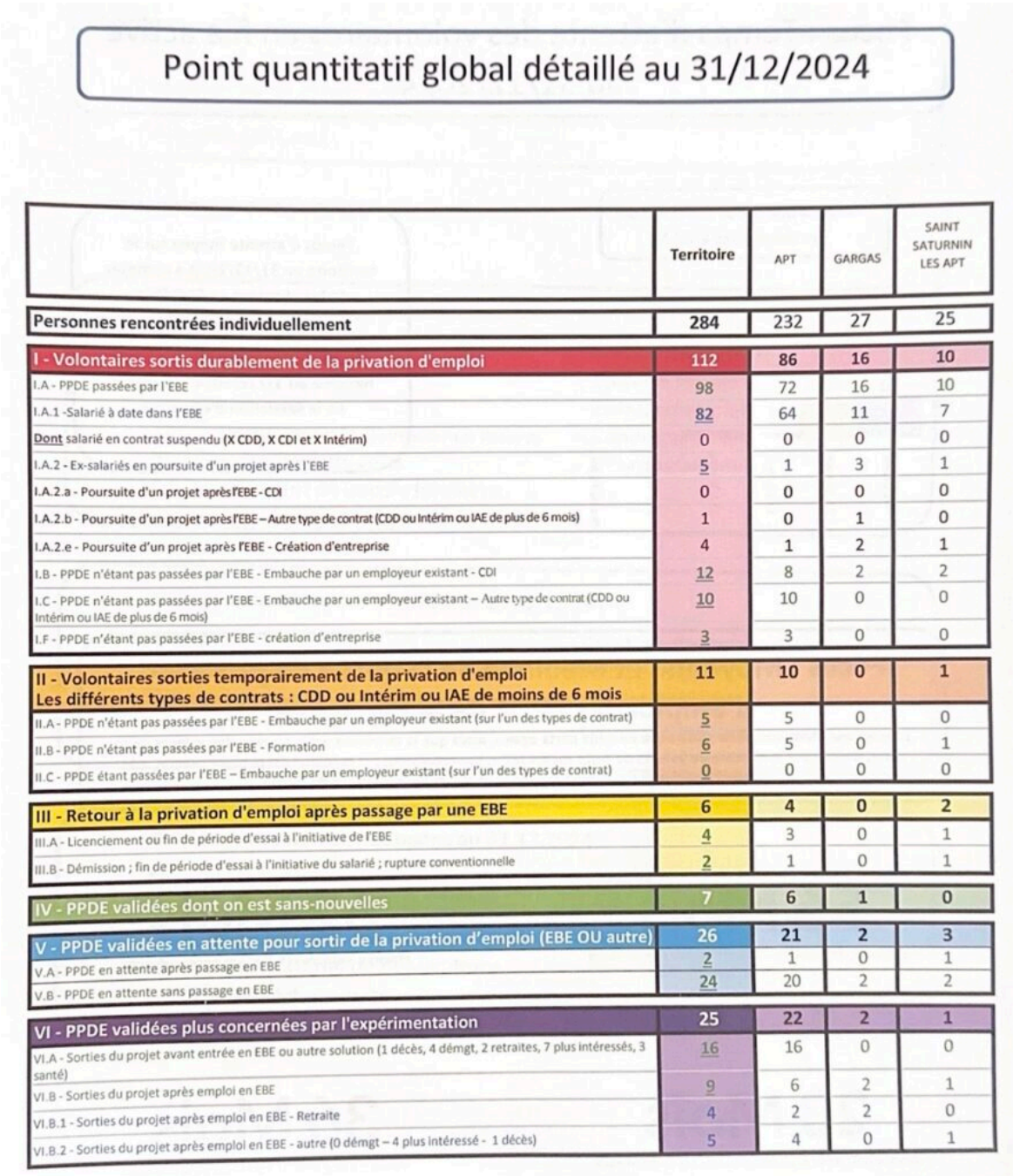
284 personnes privées durablement d’emploi rencontrées

À la mise en place du projet, le Pays d’Apt Luberon, le comité local de l’emploi et l’EBE Zou Vaï se sont donnés pour objectif d’orienter 300 personnes vers les entreprises à but d’emploi (EBE), et 100 personnes de plus vers d’autres sorties positives, et ce, dans les cinq premières années de l’expérimentation.

Plus de deux ans après sa mise en route, l’expérimentation TZCLD a permis la rencontre de 284 personnes privées durablement d’emploi, dont 232 à Apt, 27 à Gargas et 25 à Saint-Saturnin-lès-Apt. Parmi ces 284 personnes, 98 sont passées par l’EBE, et 30 sont sorties de la privation durable d’emploi de façon pérenne en dehors de l’EBE. Parmi les personnes rencontrées, 46% sont des femmes et 54% des hommes. Ces personnes ont entre 18 et 67 ans, dont 35% entre 53 et 64 ans et 12% ont moins de 25 ans. 25% sont diplômées d’un CAP, 16% du BAC, et 20% sont sans diplôme.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Point quantitatif global détaillé au 31/12/2024

	Territoire	APT	GARGAS	SAINT SATURNIN LES APT
Personnes rencontrées individuellement	**284**	232	27	25
I - Volontaires sortis durablement de la privation d'emploi	**112**	**86**	**16**	**10**
I.A - PPDE passées par l'EBE	98	72	16	10
I.A.1 -Salarié à date dans l'EBE	82	64	11	7
Dont salarié en contrat suspendu (X CDD, X CDI et X Intérim)	0	0	0	0
I.A.2 - Ex-salariés en poursuite d'un projet après l'EBE	5	1	3	1
I.A.2.a - Poursuite d'un projet après l'EBE - CDI	0	0	0	0
I.A.2.b - Poursuite d'un projet après l'EBE – Autre type de contrat (CDD ou Intérim ou IAE de plus de 6 mois)	1	0	1	0
I.A.2.e - Poursuite d'un projet après l'EBE - Création d'entreprise	4	1	2	1
I.B - PPDE n'étant pas passées par l'EBE - Embauche par un employeur existant - CDI	12	8	2	2
I.C - PPDE n'étant pas passées par l'EBE - Embauche par un employeur existant – Autre type de contrat (CDD ou Intérim ou IAE de plus de 6 mois)	10	10	0	0
I.F - PPDE n'étant pas passées par l'EBE - création d'entreprise	3	3	0	0
II - Volontaires sorties temporairement de la privation d'emploi Les différents types de contrats : CDD ou Intérim ou IAE de moins de 6 mois	**11**	**10**	**0**	**1**
II.A - PPDE n'étant pas passées par l'EBE - Embauche par un employeur existant (sur l'un des types de contrat)	5	5	0	0
II.B - PPDE n'étant pas passées par l'EBE - Formation	6	5	0	1
II.C - PPDE étant passées par l'EBE – Embauche par un employeur existant (sur l'un des types de contrat)	0	0	0	0
III - Retour à la privation d'emploi après passage par une EBE	**6**	**4**	**0**	**2**
III.A - Licenciement ou fin de période d'essai à l'initiative de l'EBE	4	3	0	1
III.B - Démission ; fin de période d'essai à l'initiative du salarié ; rupture conventionnelle	2	1	0	1
IV - PPDE validées dont on est sans-nouvelles	**7**	**6**	**1**	**0**
V - PPDE validées en attente pour sortir de la privation d'emploi (EBE OU autre)	**26**	**21**	**2**	**3**
V.A - PPDE en attente après passage en EBE	2	1	0	1
V.B - PPDE en attente sans passage en EBE	24	20	2	2
VI - PPDE validées plus concernées par l'expérimentation	**25**	**22**	**2**	**1**
VI.A - Sorties du projet avant entrée en EBE ou autre solution (1 décès, 4 démgt, 2 retraites, 7 plus intéressés, 3 santé)	16	16	0	0
VI.B - Sorties du projet après emploi en EBE	9	6	2	1
VI.B.1 - Sorties du projet après emploi en EBE - Retraite	4	2	2	0
VI.B.2 - Sorties du projet après emploi en EBE - autre (0 démgt – 4 plus intéressé - 1 décès)	5	4	0	1

©Comité local de l'emploi / Zou Vaï

« Un accompagnement de dentelle »

Sur le territoire du Pays d'Apt, la durée moyenne de privation durable à l'emploi s'élève à 4 ans et 8 mois (contre 5 ans au niveau national). Les paramètres de cette privation et les besoins dont nécessite sa

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

sortie dépendent de chaque territoire. C'est pourquoi la territorialisation de la lutte contre le chômage d'exclusion, au travers de cette expérimentation , et l'action de proximité sont pertinents.

> « L'ancrage territorial permet un ciblage plus efficace du chômage de longue durée. »
>
> *Tanguy Riou, chargé de mission appui aux territoires de l'expérimentation TZCLD*

À l'instar du territoire, l'expérimentation est même adaptée à chaque personne privée durablement d'emploi. « C'est un vrai accompagnement de dentelle qui se fait car derrière ces privations d'emploi, on a des situations très spécifiques et très complexes, qui sont différentes les unes des autres », explique Karen Auguin, pilote du droit à l'emploi au sein du Comité local de l'emploi dans le cadre de l'expérimentation TZCLD. La durée d'attente moyenne avant de sortir de la privation durable d'emploi s'élève à 9 mois, un temps qui parait élevé mais qui représente peu par rapport au temps de privation d'emploi lui-même.

Une dynamique humaine

L'entreprise à but d'emploi Zou Vaï a été créée dans le but de proposer diverses activités qui répondent à des compétences, mais aussi des appétences différentes tout en restant dans le possible. C'est tout l'intérêt de l'expérimentation qui a pour objectif de créer des activités utiles, que ce soit pour les personnes privées durablement d'emploi ou pour le territoire.

> « Pour cibler les publics, on va sur les marchés, on fait du porte à porte, etc. On sort de la 'logique du guichet'. »
>
> *Nathalie Moncel, chercheure au département Travail Emploi Professionnalisation du Centre d'études et de recherches sur les qualifications (CÉREQ) de Marseille*

« L'expérimentation TZCLD a une dynamique profondément humaine, affirme Fabien Baronnier, directeur général de Zou Vaï. Derrière chaque contrat, il y a une personne qui retrouve une dignité, une place, une perspective. » Au-delà de l'accès à l'emploi, l'EBE permet l'émancipation, l'accès à la santé, au lien social, etc.

Une expérimentation qui fonctionne grâce à de nombreux acteurs

Pour que l'opération TZCLD fonctionne au mieux, comme en témoigne le territoire du Pays d'Apt, il nécessite la mobilisation de nombreux experts dans leur domaine. C'est pourquoi, dès les prémices du

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

projet, les acteurs de l'expérimentation se sont entourés de nombreux partenaires comme Cap Emploi, France Travail, l'HAPA, les CCAS des communes, la Mission Locale, et bien d'autres.

> « La coopération de différents acteurs est indispensable. 'Territoire zéro chômeur de longue durée', ce n'est pas juste un dispositif, c'est une vraie expérimentation. »
>
> *Tanguy Riou*

Une liste qui continue de s'enrichir de jour en jour, avec notamment l'arrivée récente de Coallia, Ingeneria ou encore O2R parmi les partenaires. L'action collective et la coopération des acteurs locaux sont essentielles pour atteindre l'objectif de suppression de la privation d'emploi. S'entourer de partenaires engagés et experts dans leur domaine permet de mieux accompagner les personnes privées durablement d'emploi avant, pendant, et après leur retour à l'emploi.

Malgré cela, les acteurs de l'expérimentation sur le Pays d'Apt déplorent un manque de solution face à l'exclusion par l'emploi. « Aujourd'hui, à part l'EBE, il n'y a pas grand chose, ajoute Karen Auguin. Le territoire a à s'enrichir concernant ce sujet-là dans l'objectif de pérenniser l'expérimentation. »

Qu'en est-il de la 3e loi ?

Aujourd'hui, le modèle d'entreprise d'une EBE reste encore flou. Ce n'est ni un chantier d'insertion ni une entreprise classique. Une imprécision que les acteurs de l'expérimentation espèrent va davantage se préciser avec la nouvelle proposition de loi qui prévoit la suite du projet TZCLD, qui sera examinée à l'Assemblée nationale le mardi 3 juin.

Cette proposition de loi prévoit notamment de pérenniser la démarche sur les territoires actuellement expérimentaux et de rendre possible l'habilitation de nouveaux territoires sans plafond à partir de juillet 2026. Elle propose aussi plusieurs évolutions concernant les conditions expérimentales actuelles, notamment une coopération renforcée entre tous les acteurs du droit à l'emploi au niveau local et une articulation du comité local pour l'emploi TZCLD avec les différents espaces de pilotage et de gouvernance des politiques publiques de l'emploi mises en place suite à l'adoption de la loi Plein emploi en décembre 2023.

Selon les acteurs de l'expérimentation sur le territoire du Pays d'Apt, le développement de l'EBE est plus limité à cause des réglementations auxquelles elle est soumise, par rapport à l'insertion par l'activité économique (IAE), ou encore l'entreprise adaptée (EA). Qu'est-ce qui va ressortir de la 3e loi ? Telle est l'interrogation qui plane sur Zou Vaï et sur l'expérimentation TZCLD en Pays d'Apt.

Pour découvrir la proposition de loi dans son intégralité, cliquez ici.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

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



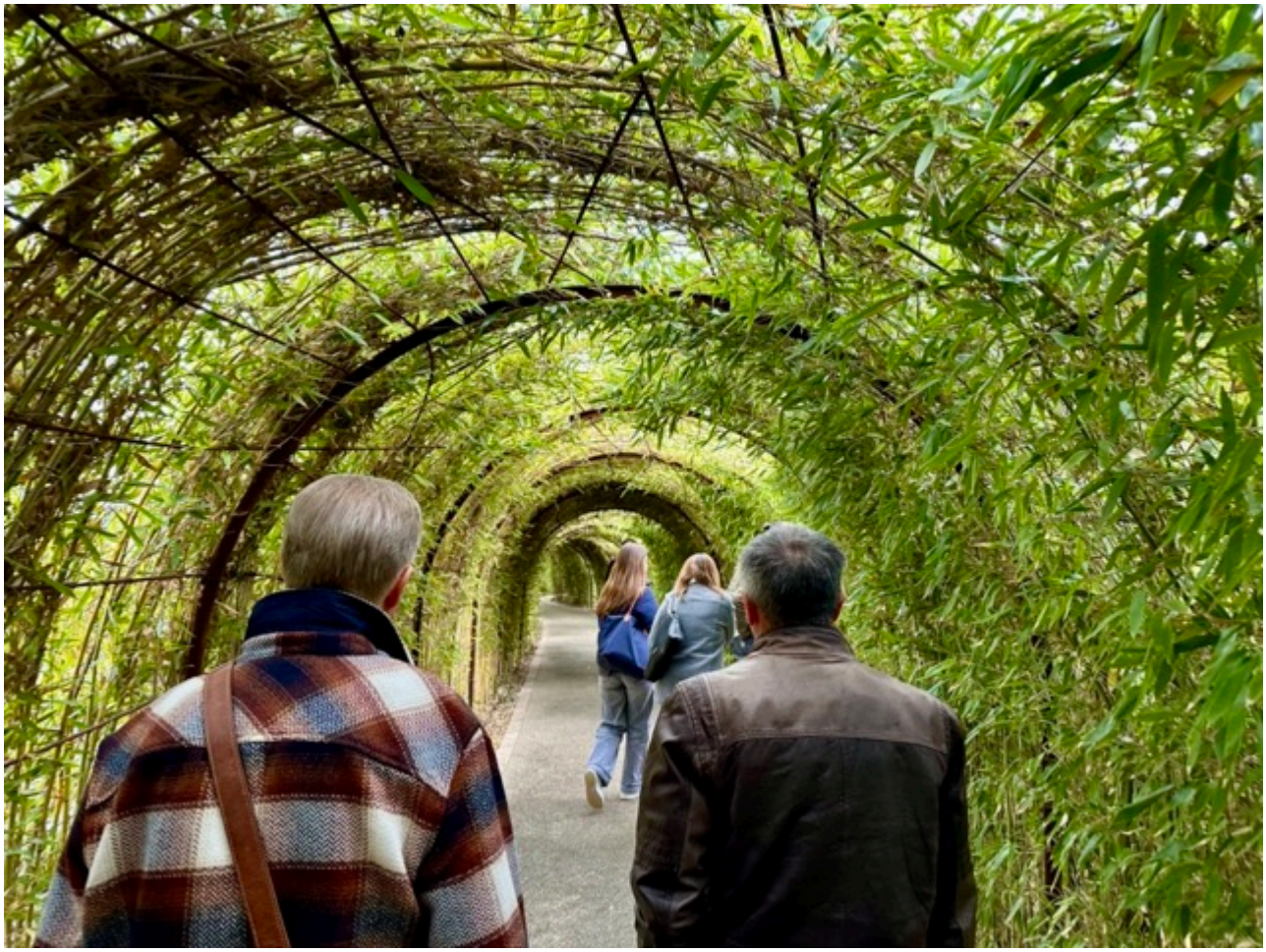
L’office de tourisme intercommunal (OTI) Pays d’Apt Luberon a organisé un événement avec ses partenaires au Domaine des Andéols à Saint-Saturnin-lès-Apt le jeudi 20 mars. L’occasion de faire un bilan de la nouvelle stratégie de l’OTI après un an de mise en œuvre, de présenter les nouveaux entrepreneurs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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

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 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.



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 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. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 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 16 novembre 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

---

Pays d'Apt : un Afterwork des Cheffes d'entreprises pour une économie locale durable

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026



Chaque année, la communauté de communes Pays d'Apt Luberon (CCPAL) réunit les femmes cheffes d'entreprises lors d'un afterwork thématique. Cette 5e édition, qui aura lieu ce jeudi 6 mars au Château de Mille à Apt, sera sous le signe de l'engagement pour une économie locale durable.

Le rendez-vous de l'Afterwork des cheffes d'entreprises du Pays d'Apt réunit chaque année de nombreuses entrepreneuses. Cette année, plus de soixante sont attendues. Ce jeudi, les cheffes d'entreprises pourront se rencontrer et échanger autour de la thématique : 'mieux s'engager pour une économie locale durable'.

Organisé en partenariat avec l'ANPEP (Association pour la Promotion de l'Éducation Permanente) et Initiative Terres de Vaucluse, cette soirée sera l'occasion de rassembler des dirigeantes d'entreprise de divers secteurs afin qu'elles partagent leurs expériences, discutent des enjeux du leadership au féminin et échangent sur la création de réseaux professionnels.

Au programme : Chloé Psaila, co-fondatrice de Wizapt, l'application qui met en lumière ceux qui font vivre et bouger le Pays d'Apt, interviendra pour livrer son expérience, suivie de l'office de tourisme intercommunal Pays d'Apt Luberon. L'atelier ludique 'Jeu de l'Opération Grand Site de France' sera

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 16 novembre 2026

proposé au cours de la soirée.