

Ecrit par le 25 avril 2026

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



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,

Ecrit par le 25 avril 2026

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 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.

Ecrit par le 25 avril 2026

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

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 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

Ecrit par le 25 avril 2026

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.

Ecrit par le 25 avril 2026



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

Vaucluse Provence Attractivité met la lumière sur le tourisme durable

Ecrit par le 25 avril 2026



L'agence départementale **Vaucluse Provence Attractivité (VPA)** a convié les professionnels du territoire, le jeudi 12 mars à l'hôtel **Golden Tulip Le Paradou** à Avignon, à un afterwork sur le thème du **tourisme durable**.

C'est au **Golden Tulip Le Paradou**, établissement hôtelier historique d'Avignon datant de 1985 et qui a récemment fait l'objet de travaux de rajeunissement, que les professionnels vauclusiens, quel que soit leur secteur d'activité, se sont donnés rendez-vous autour du sujet du **tourisme durable**.

Au total, une quarantaine d'invités ont pu en apprendre davantage sur ce que **Cathy Fermanian**, directrice générale de VPA, a qualifié de « **tourisme de demain**. » Plusieurs directeurs d'hébergements ont livré leur témoignage et ont partagé leur envie de proposer aux visiteurs une expérience provençale unique qui s'inscrit dans la transition écologique et environnementale.

Ecrit par le 25 avril 2026

Le tourisme, une filière importante en Vaucluse

Avant d'évoquer le lien entre tourisme et environnement, la directrice générale de VPA a tenu à rappeler l'importance de la place qu'occupe le tourisme dans l'économie du territoire. « Le tourisme est une filière très structurante avec de gros enjeux sur le département. Le tourisme en Vaucluse, ce sont 12 000 emplois et environ 1,6Mrds€ de retombées économiques chaque année. »

L'attractivité touristique du Vaucluse n'est donc plus à prouver. Cependant, les clientèles et les usages, quant à eux, évoluent. C'est la raison pour laquelle les professionnels du secteur travaillent main dans la main avec VPA pour faire face aux défis environnementaux et développer un tourisme davantage respectueux de la nature et des habitants. « Il faut travailler sur un tourisme dans le temps mais aussi dans l'espace », ajoute Cathy Fermanian.

Le Paradou, un hôtel qui a rajeuni

Les équipes de VPA ont choisi l'hôtel Golden Tulip Le Paradou à Avignon pour cet afterwork autour du tourisme durable. Cet établissement historique d'Avignon, situé près de l'aéroport, est un ancien Best Western. Repris en 2024 par le [Groupe Sofra](#), qui détient de nombreux hôtels en France, mais aussi des sites culturels comme les grottes Chauvet et Cosquer, l'établissement avignonnais a bénéficié d'un coup de jeune.

« C'est un établissement qui était dans son jus, vieillissant », affirme [Jérémy Achiardy](#), directeur de l'hôtel. Sur les 98 chambres, 42 ont déjà été refaites. L'hôtel 3 étoiles, qui vise les 4, a engagé ce projet de modernisation pour renforcer son attractivité, tout en se rapprochant des standards du tourisme durable. L'année dernière, Le Paradou a obtenu le label HSB (Hotel Sustainability Basics) qui atteste d'un ensemble d'indicateurs de durabilité. « L'objectif désormais est de décrocher les labels Clef Verte, Tourisme & Handicap, et Accueil Vélo », ajoute le directeur de l'hôtel avignonnais.

Ecrit par le 25 avril 2026



Écrit par le 25 avril 2026



L'hôtel Golden Tulip Le Paradou à Avignon. ©Groupe Sofra

Le camping La Sorguette, un exemple de tourisme durable

À L'Isle-sur-la-Sorgue, il existe un établissement, qui semblait il y a plusieurs décennies être en avance sur son temps puisqu'il mise sur le tourisme durable depuis plus de 40 ans. Il s'agit du camping [La Sorguette](#), situé en bord de Sorgue, qui compte 164 emplacements étalés sur 2,5 hectares.

« Le tourisme peut être utilisé comme un biais cognitif pour prendre de meilleures habitudes. »

Émilie Hédiard

L'établissement l'islois a obtenu le label Clef Verte, 1er label international de tourisme durable pour les

Ecrit par le 25 avril 2026

hébergements touristiques et les restaurants, il y a quasiment 20 ans, et est aussi Refuge LPO (Ligue pour la Protection des Oiseaux). Le camping fait figure d'exemple sur le territoire en matière de transition écologique et entend inspirer d'autres établissements vauclusiens à suivre cette voie. « Je crois beaucoup en cette force du réseau, explique Émilie Hédiard, directrice de La Sorguette et vice-présidente de la Fédération des campings de Vaucluse. Ensemble, on peut préserver le territoire et valoriser le Vaucluse. »



Ecrit par le 25 avril 2026



Le camping La Sorguette à L'Isle-sur-la-Sorgue. ©Waldorf Production

Villageois, un groupe hôtelier en devenir

Sur ce même principe d'expérience provençale unique en adéquation avec la nature, un groupe hôtelier est en train de naître sur le territoire. Appelé « [Villageois](#) », ce groupe hôtelier en devenir n'est pour l'instant propriétaire que d'un seul établissement : [Le Signoret](#) à Sault. « On a pour projet d'acquérir trois hôtels d'ici le printemps 2028 et 20 hôtels d'ici 2031 », développe [Antoine Drecher](#), président fondateur de Villageois.

« À l'opposé des villages vacances, on veut proposer des vacances au village toute l'année. »

Antoine Drecher

Écrit par le 25 avril 2026

Villageois est né après un constat : il existe un paradoxe entre le tourisme vert qui a pris de l'ampleur après le Covid et la fermeture de près de 200 établissements de village chaque année. Antoine Drecher souhaite donc créer une collection d'hôtels de village qui formeraient un parcours, avec des hôtels-restaurants modernes, des activités en pleine nature au pied de l'hôtel et une hospitalité plus humaine. L'objectif serait de mettre en lumière le patrimoine naturel, mais aussi de créer des emplois locaux quatre saisons.

Une transition accompagnée par VPA

Tous ces établissements vauclusiens qui souhaitent engager une transition écologique se font accompagner par VPA qui rappelle que le tourisme est responsable de 11% des émissions de gaz à effet de serre en France. « Le tourisme responsable a des enjeux environnementaux mais aussi sociaux et économiques », explique [Émilie André](#), chargée de mission ingénierie pour VPA.

C'est pourquoi l'agence d'attractivité a développé un plan de transition en Vaucluse qui s'articule autour de quatre ambitions : favoriser un tourisme quatre saisons, accompagner les professionnels dans leur transition, faire monter l'offre en qualité 'écoresponsable', et développer les mobilités actives (marche à pied, vélo, etc) et l'accessibilité pour tous. « On a créé un dispositif pour les professionnels avec cinq étapes de transition : la prise de conscience, l'auto-diagnostic, le plan d'action, le suivi des actions, et la communication », ajoute [Julie Bellon](#), aussi chargée de mission ingénierie pour VPA. L'accompagnement effectué par VPA est financé par l'[ADEME](#).

Le développement durable a encore du sens

Pour terminer cet afterwork de VPA, [Emmanuel Duval](#), délégué Méditerranée Atout France et responsable du programme France Tourisme Ingénierie Régions, a interrogé l'intérêt actuel pour le développement durable. « À l'ère où beaucoup de lois sur le développement durable régissent, est-ce que tout cela a encore du sens ? », a-t-il demandé à l'audience.

Selon lui, la réponse est oui, notamment en France où de plus en plus de Français font attention à leur usages et en attendent de même des établissements touristiques. C'est la raison pour laquelle a été créée la plateforme [France Tourisme Durable](#), qui a pour objectif de faciliter la recherche d'informations aux professionnelles, mais aussi de les aider à progresser dans leurs démarches. Ainsi, les établissements vauclusiens, et plus largement français, peuvent plus facilement s'informer, se faire accompagner, se faire aider financièrement, ou encore évoluer dans leur désir de s'engager dans une transition vers un tourisme plus durable.

Ecrit par le 25 avril 2026

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



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

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

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

Ecrit par le 25 avril 2026

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

Un tourisme à l’année

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

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

Eric Bruxelles

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

Une belle année 2024 pour le tourisme

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

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

Ecrit par le 25 avril 2026

d'information touristique en 2025 et 2026.

Vers un tourisme durable

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

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

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

Au service des professionnels des deux territoires

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

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

Franck Delahaye

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

Ecrit par le 25 avril 2026

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

Moins de documentation, plus d'action

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

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

Deux territoires d'événements

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

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

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

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

Ecrit par le 25 avril 2026

Isle sur la Sorgue Tourisme dévoile ses ambitions pour l'avenir



Il y a trois ans, l'office de tourisme intercommunal (OTI) [Isle sur la Sorgue Tourisme](#) a pris un nouveau virage, celui de proposer un tourisme quatre saisons sur son territoire, notamment pour la commune de L'Isle-sur-la-Sorgue. Un pari audacieux qui aujourd'hui porte ses fruits et qui amène les équipes de l'OTI à voir plus loin, surtout pour ses habitants et pour les socio-professionnels.

En 2021, alors que la crise sanitaire du Covid-19 sévit depuis un an, les acteurs du tourisme réfléchissent à l'avenir de ce dernier en France. L'OTI Isle sur la Sorgue Tourisme, lui, souhaite proposer une nouvelle

Ecrit par le 25 avril 2026

forme de tourisme, qui permettrait de faire face à une potentielle nouvelle crise à l'avenir. « On n'oublie pas que ce qui est arrivé en 2020 et 2021 peut arriver en 2026 et 2027, ou plus tard, sous une autre forme », affirme [Eric Bruxelles](#), président d'Isle sur la Sorgue Tourisme. En parallèle, cette nouvelle forme de tourisme vient répondre aux problématiques liées au climat, en étalant la venue des touristes sur toute l'année pour éviter les pics de fréquentation.

« En 2020, il n'y a eu aucun événement à l'Isle-sur-la-Sorgue, et pourtant n'y a pas eu de baisse de fréquentation, constate Eric Bruxelles. Les touristes viennent, quoi qu'il arrive. Donc ça, on ne peut pas l'empêcher. » Ainsi, l'OTI s'est lancé dans une communication en dehors de la période estivale pour créer un tourisme quatre saisons. Une stratégie qui fonctionne aujourd'hui, notamment grâce aux hôtels, restaurants et commerces qui restent ouverts toute l'année.

Les locaux, sauveurs du tourisme pendant le Covid-19

Lorsque la crise du Covid-19 s'est abattue sur la France et le monde, ce sont les locaux qui ont sauvé les saisons touristiques de 2020 et 2021. « Quand on parle des locaux, on comprend un périmètre assez large, donc on compte les Vauclusiens, mais aussi les Français et plus largement les Européens », explique le président de l'OTI.

« Les habitants sont les premiers touristes du territoire. »

Eric Bruxelles

Ainsi, les équipes d'Isle sur la Sorgue Tourisme se préparent à l'éventualité d'une nouvelle crise, qu'elle soit sanitaire ou non, et priorise un tourisme local. C'est donc sur les habitants du territoire que l'OTI souhaite se concentrer dans les prochaines années.

Voyagez chez vous

Pour l'instant, toutes les communes que couvre l'OTI ne sont pas concernées par ce tourisme quatre saisons. C'est notamment le cas de Fontaine-de-Vaucluse qui attire encore beaucoup pendant la saison estivale mais très peu en dehors. « Les restaurants sont fermés l'hiver, seul les hôtels et le restaurant La Colonne, sont ouverts toute l'année, justifie Eric Bruxelles. Les restaurateurs ne peuvent pas ouvrir toute l'année pour l'instant, ils en souffriraient. » De plus, l'accès à l'exsurgence est fermé depuis mars dernier et jusqu'à nouvel ordre pour des raisons de sécurité, ce qui rend la tâche encore plus difficile pour l'OTI. « Il va falloir faire évoluer l'attente qu'il y a sur Fontaine-de-Vaucluse parce que la promesse, c'est l'exsurgence, ajoute-t-il. Donc il y a une réflexion qui est engagée à court et moyen termes pour voir comment détourner le flux de visiteurs d'une manière ou d'une autre. »

Ecrit par le 25 avril 2026

[Fontaine-de-Vaucluse : l'accès au gouffre est interdit](#)

Raison de plus pour l'OTI de se tourner vers ses habitants, afin d'en faire les premiers touristes du territoire et que les différentes communes continuent à vivre, et à termes, puissent vivre toute l'année comme c'est le cas pour L'Isle-sur-la-Sorgue. « On travaille sur une communication intitulée 'Voyagez chez vous' qui est tournée vers les habitants pour montrer tout le travail qui est fait à l'année par l'OTI et pour leur expliquer qu'on n'est pas antinomiques, c'est-à-dire qu'on peut faire du tourisme chez soi », explique [Lucie Laquet](#), responsable Communication, Marketing et Événements d'Isle sur la Sorgue Tourisme.

Aller à la rencontre des autres pour promouvoir le territoire

Si Isle sur la Sorgue Tourisme ne mise pas sur les touristes venant de l'autre bout de la planète comme peuvent le faire d'autres offices de tourisme qui n'ont pas les mêmes problématiques et les mêmes attentes, ses équipes se déplacent en Vaucluse, dans la Région, mais aussi en France pour faire la promotion du territoire. « On va dans des salons, on participe à des opérations locales ou un peu plus lointaines, déclare Eric Bruxelles. C'est notre façon à nous d'externaliser, d'aller à la rencontre des personnes. »

Et cette stratégie, qui va de pair avec celle du tourisme quatre saisons, s'avère efficace sur la commune de L'Isle-sur-la-Sorgue, et ce, dès la première année où elle a été mise en place pendant la crise du Covid-19. « On a des chiffres de fréquentation qui sont en hausse, avec +10% de fréquentation le premier semestre et l'été, affirme [Xavier Feuillant](#), directeur d'Isle sur la Sorgue Tourisme. Les tendances des dernières années se confirment avec des mois de septembre qui sont plus importants que juillet et un printemps qui explose, mais l'hiver aussi est assez impressionnant autour de Noël, février et mars, qui sont des périodes tout aussi importantes parce qu'on a une offre à l'année que ce soit en termes d'hébergement, mais également de restauration avec plus de 100 restaurants. »

Les socio-professionnels, autre priorité d'Isle sur la Sorgue Tourisme

Si l'OTI met un point d'honneur à mettre ses habitants au premier plan, les socio-professionnels du territoire, eux aussi, occupent une place importante dans la stratégie touristique d'Isle sur la Sorgue Tourisme et de ses ambitions. « Quand on parle de tourisme à l'année, ça ne se décrète pas, affirme Eric Bruxelles. S'il n'y a pas de restaurateurs, s'il n'y a pas d'hébergeurs qui jouent le jeu parce qu'ils n'y trouvent aucun intérêt, ça ne peut pas fonctionner, malgré toutes les injonctions et toutes les activités mises en place. » En plus des restaurants et hébergements, à L'Isle-sur-la-Sorgue, il y a aussi les antiquaires, les brocanteurs, les artisans d'art, mais aussi les commerçants qui permettent ce tourisme quatre saisons.

Les socio-professionnels représentent quelque 600 structures sur le territoire. L'OTI engage un véritable travail d'accompagnement pour leur permettre de s'épanouir dans cette stratégie de tourisme à l'année.

Écrit par le 25 avril 2026

« Notre travail consiste à leur faciliter la tâche, leur donner une meilleure visibilité, leur donner des outils dont ils ont besoin, notamment les petites structures qui n'ont pas forcément ces outils », ajoute le président de l'OTI.

Isle sur la Sorgue Tourisme, créateur de synergie

Afin de pousser son accompagnement encore plus loin, l'OTI est en train de mettre en place un outil, une interface qui sera dédiée aux socio-professionnels. « C'est un outil unique en France, affirme Eric Bruxelles. C'est un outil d'accompagnement des socio-professionnels, à la fois en termes de communication et de promotion, mais aussi en termes de communication entre eux. »

Cet outil, qui est encore en préparation, devrait permettre aux socio-professionnels de mettre à jour leurs horaires, leurs tarifs, leurs nouveautés, et autres, plus facilement. Ils pourront également communiquer entre eux et créer du lien. « Par exemple, si un restaurateur souhaite faire une promotion pour Noël, qu'il a un fichier client intéressant, mais qu'il ne maîtrise pas la partie hébergement, et bien plutôt que d'appeler le seul copain qu'il connaisse dans l'hébergement, il peut lancer un appel sur cette interface pour demander : 'Est-ce que ça tente quelqu'un de proposer un package avec moi pour telle ou telle occasion ?'. » À travers cet outil, Isle sur la Sorgue Tourisme ne se place plus simplement comme un facilitateur pour les socio-professionnels du territoire, mais comme un provocateur de talent et de synergie.

Isle sur la Sorgue Tourisme, un exemple pour les autres territoires

« On est le premier OTI à avoir entamé les démarches il y a trois ans pour un tourisme quatre saisons, notamment sur la ville de L'Isle-sur-la-Sorgue, et à être assez avancé sur les résultats », affirment Eric Bruxelles et Xavier Feuillant. Une stratégie plus que payante et qui fait même de l'œil à d'autres territoires qui viennent solliciter l'expertise des équipes d'Isle sur la Sorgue Tourisme et leur retour d'expérience.

« Notre responsabilité, c'est de prendre ce type de risque, de ne pas continuer sur les habitudes acquises au fil des années. »

Xavier Feuillant

Pour mettre en place une nouvelle stratégie touristique, il faut tout d'abord se demander ce qu'attendent les habitants du territoire. Puis, il faut mobiliser l'ensemble des acteurs touristiques afin de créer une offre qui se tourne vers les habitants du territoire. Chose qu'a fait Isle sur la Sorgue Tourisme il y a trois ans et qui porte ses fruits aujourd'hui. Les équipes de l'OTI pourraient se conforter dans ces résultats, mais Isle sur la Sorgue Tourisme voit plus loin et affiche déjà de nouvelles ambitions pour les années à venir.

Ecrit par le 25 avril 2026

(vidéos) Le vélo : le nouvel atout touristique du Vaucluse



A un moment où la saison touristique estivale est belle et bien terminée c'est l'heure des bilans. Si 2024 aura été marquée, dans le Vaucluse, par une stabilité de la fréquentation, de nouvelles formes de tourisme émergent et pourraient bien constituer, à moyen terme, de vrais relais de croissance. Ainsi, aux côtés du développement du tourisme hors saison, le vélo tourisme connaît un succès grandissant. Un moyen de réconcilier développement économique et préoccupations écologiques.

Ecrit par le 25 avril 2026

Si on connaît l'attrait du mont Ventoux auprès des cyclistes sportifs (160 000 amateurs en font l'ascension chaque année), on n'a pas forcément une idée très précise de l'étendue et de la variété de l'offre existante en matière de vélo tourisme.

[Près de 156 000 cyclistes ont gravi le Ventoux en 2021](#)

Dans le Vaucluse c'est 400 km d'itinéraires balisés sur routes dédiées ou partagées, avec 3 véloroutes ([ViaRhôna](#), [Calavon](#) et [Via Venaissia](#)), c'est 5 boucles et un grand tour du Luberon (240 km à lui seul). Côté tout-terrain on n'est pas en reste avec 33 itinéraires en VTT et 15 en VTC, dont la très exigeante traversée du Vaucluse en VTT (400 km et 10 000 mètres de dénivelé positif).



Sur le Pont Julien et la Véloroute du Calavon ©Cyril Cortez

L'enjeu est de taille

Bref, il y en a pour tous les goûts et toutes les capacités. Ils sont nombreux à se mobiliser pour développer les infrastructures et la pratique du vélo, que ce soit pour le loisir, le sport ou les déplacements professionnels. Communes, EPCI, Départements, Région, parcs régionaux, même des

Ecrit par le 25 avril 2026

structures associatives régionales comme Vélo Loisir Provence, créée il y a maintenant 30 ans, sont mobilisés pour cette cause. L'enjeu est de taille.

© Vaucluse Provence Attractivité

Les indicateurs semblent être cependant au vert assez prononcé

Bien qu'il soit actuellement difficile de chiffrer avec précision les retombées économiques du développement de la pratique touristique de la petite reine, les indicateurs semblent être cependant au vert assez prononcé. A commencer par la fréquentation des itinéraires. Le Conseil Départemental de Vaucluse ayant compétence sur les 3 véloroutes du territoire a mis en place des compteurs fixes à certains points stratégiques. Ainsi, sur certaines portions les plus fréquentées de la ViaRhôna on a enregistré entre janvier et août 2024, 84 620 passages soit une progression de 30 % rapport à l'an dernier. En 2018, le Département annonçait que la ViaRhôna était empruntée par 18 700 cyclistes. Belle progression. Quant à la vélo route du Calavon ou la Via Venaissia ont est sur le même braquet avec des progressions de trafic de plus de 20 %.

[\(Vidéo\) Via Rhôna : à la découverte de la nouvelle passerelle sur le Rhône](#)

C'est tout un éco système qui est en train de se constituer autour du vélo

Côté hébergement, une récente enquête conduite par l'association Vélo Loisir Provence a révélé une progression de 15 à 20 % des nuitées effectuées par les cyclistes dans les établissements labélisés « Accueil Vélo ». ce phénomène est relativement nouveau. Les hébergements se faisant à 30 % en chambre d'hôtes, 24 % dans les hôtels, 19 % dans les camping et le reste dans des locations saisonnières et des gîtes.

Ecrit par le 25 avril 2026



Gare de Loriol-du-Comtat sur la Via Venaissia © Département de Vaucluse

L'évolution du nombre de loueurs de vélos est également un autre indicateur intéressant. Leur nombre est passé de 10 à 20 en quelques années. Le réseau de professionnels affilié à l'association Vélo Loisir Provence, compte aujourd'hui, 56 hébergeurs, 20 loueurs, 8 restaurants, 8 caves, 5 accompagnateurs, 5 agences de voyages et 3 transporteurs. Certains bâtiments comme les anciennes gares SNCF de la vélo route du Calavon sont transformées en restaurants ou en lieux d'exposition culturel. C'est tout un éco système qui est en train de se constituer autour du vélo.

Une étude réalisée en 2020 par l'association nationale France Vélo Tourisme montrait que le vélo tourisme représentait en France un CA de 4,2 milliards d'euros et que la dépense moyenne quotidienne par cyclotouriste était de 68 € contre 55 pour les touristes motorisés. Les études montrent également que 56 % des pratiquants ont plus de 55 ans. De quoi faire réfléchir les professionnels !

© Vaucluse Provence attractivité

Ecrit par le 25 avril 2026

Le Vaucluse, une vraie terre de vélo

Pour [Sylvie Palpant](#) directrice de l'association Vélo Loisir Provence, le développement du vélo tourisme « c'est le moyen de développer l'activité hors des mois d'été ». En effet, les chiffres montrent que les fréquentations y sont plus importantes au printemps et à l'automne. Tous ces éléments devraient permettre à tous les acteurs concernés à faire encore d'avantage pour développer ce qui pourrait être un nouvel eldorado touristique. Différentes enquêtes réalisées auprès des utilisateurs montrent qu'ils souhaiteraient d'avantage d'équipements publics aux abords des itinéraires et surtout plus de sécurité notamment sur les voies partagées. Il faudra sans doute faire encore plus pour que le Vaucluse soit comme le revendique Dominique Santoni, Présidente du département, une vraie terre de vélo.

Pour en savoir plus sur les itinéraires dans le Vaucluse

www.veloloisirprovence.com/www.provence-a-velo.fr/

Pour en savoir plus sur les véloroutes du Vaucluse

<https://www.vaucluse.fr/nos-territoires/viarhona-via-venaissia-veloroute-du-calavon-a-la-decouverte-des-3-veloroutes-du-vaucluse-1697.html>

Pour créer son propre itinéraire

www.veloloisirprovence.com/parcours

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

Ecrit par le 25 avril 2026



Le mercredi 16 octobre, élus et professionnels du Pays d'Apt se sont donnés rendez-vous à la Maison Basse de [SCAD Lacoste](#) pour faire le bilan de la saison touristique aux côtés de l'office de tourisme.

C'est dans l'un des bâtiments de l'école Savannah College of Art and Design de Lacoste, qui fait rayonner le Luberon et le Pays d'Apt en France et à l'international, que l'office de tourisme [Pays d'Apt Luberon](#) a décidé de dresser le bilan de la saison touristique et d'afficher ses ambitions pour les années à venir.

« On a observé des tendances estivales rassurantes. »

[Bettina Matias](#), directrice de l'office de tourisme Pays d'Apt Luberon

Ecrit par le 25 avril 2026

Malgré des incertitudes sur la saison estivale, notamment durant le mois de juillet qui a été particulièrement difficile pour les acteurs du tourisme, la saison a été majoritairement satisfaisante en Pays d'Apt. « Nos touristes et clients reviennent, c'est grâce à vous », a affirmé [Gilles Ripert](#), président de la communauté de communes [Pays d'Apt Luberon](#) (CCPAL), en s'adressant aux professionnels présents. Le président s'est également adressé aux collaboratrices de l'office de tourisme qui travaillent quotidiennement à l'amélioration de la satisfaction des touristes. « L'office de tourisme, ce n'est pas seulement de l'accueil, c'est tout un développement touristique sous-terrain que les touristes ne voient pas », explique Bettina Matias.



L'office de tourisme a délivré son bilan de fin de saison 2024 à la Maison Basse de SCAD Lacoste.

©Vanessa Arnal

Une clientèle française aussi présente que la clientèle étrangère

Selon une enquête conjoncturelle réalisée par [Vaucluse Provence Attractivité](#) (VPA), agence

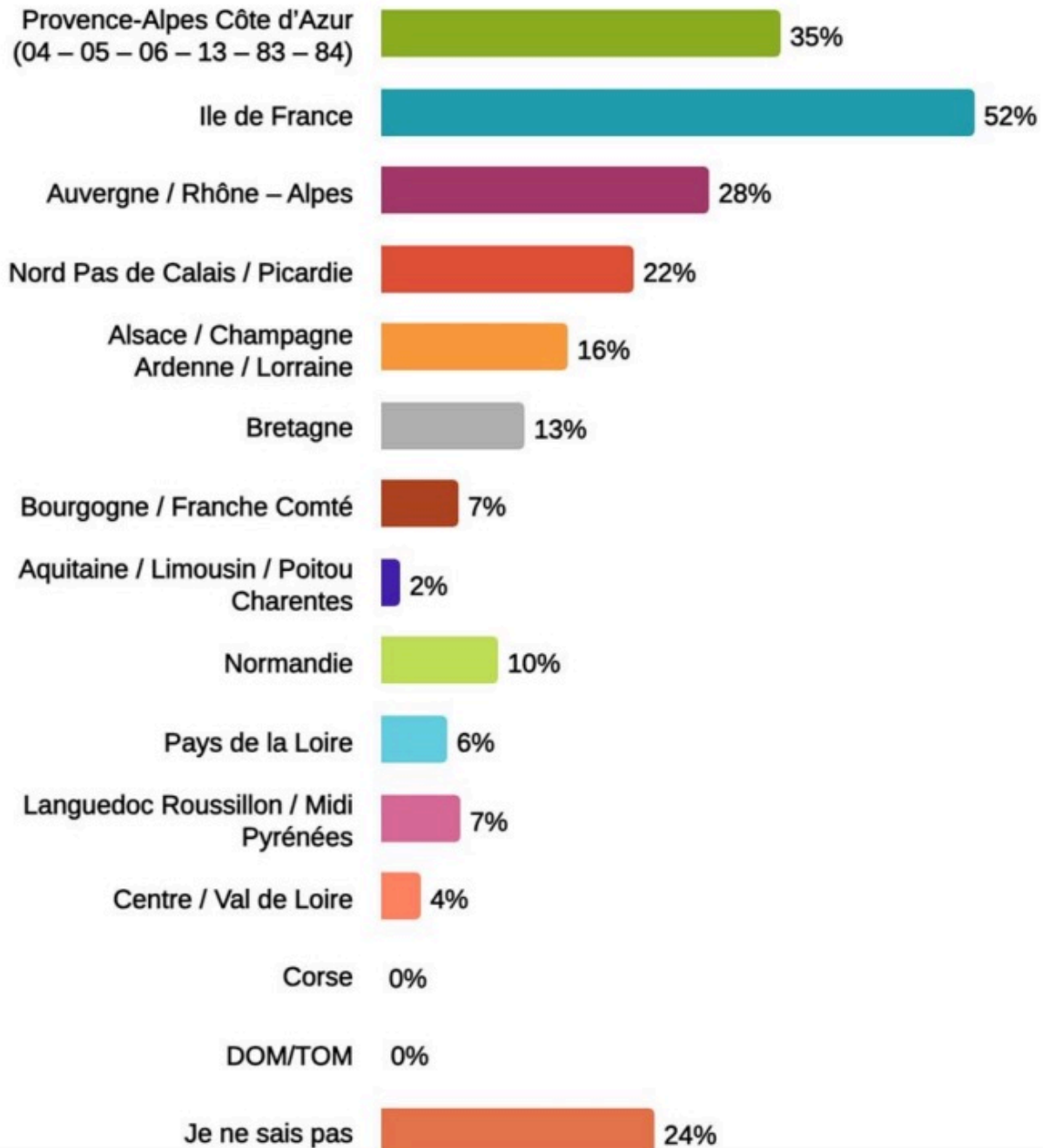
Écrit par le 25 avril 2026

départementale du développement, du tourisme et des territoires, 43% des professionnels du Pays d'Apt ont observé une baisse de fréquentation de leur établissement, 41% une fréquentation stable, et 17% une fréquentation en hausse. Malgré une légère baisse pour certains, le bilan de la saison et la stabilité touristique sont plutôt rassurants. « Le Pays d'Apt enregistre 1,5M€ de taxe de séjour par an environ », rappelle Gilles Ripert.

Entre le début du mois de juillet et mi-août, la clientèle française a été bien présente, avec notamment une majorité de touristes provenant de la région parisienne (52%), et la clientèle locale (35%) venant de Provence-Alpes-Côte d'Azur. Malgré une baisse de la clientèle internationale observée par les professionnels du Pays d'Apt, les touristes étrangers étaient tout de même présents (44%) à cette même période, avec une majorité provenant de pays européens. Les Américains sont de moins en moins présents en période estivale mais ont tendance à venir sur les ailes de saison.

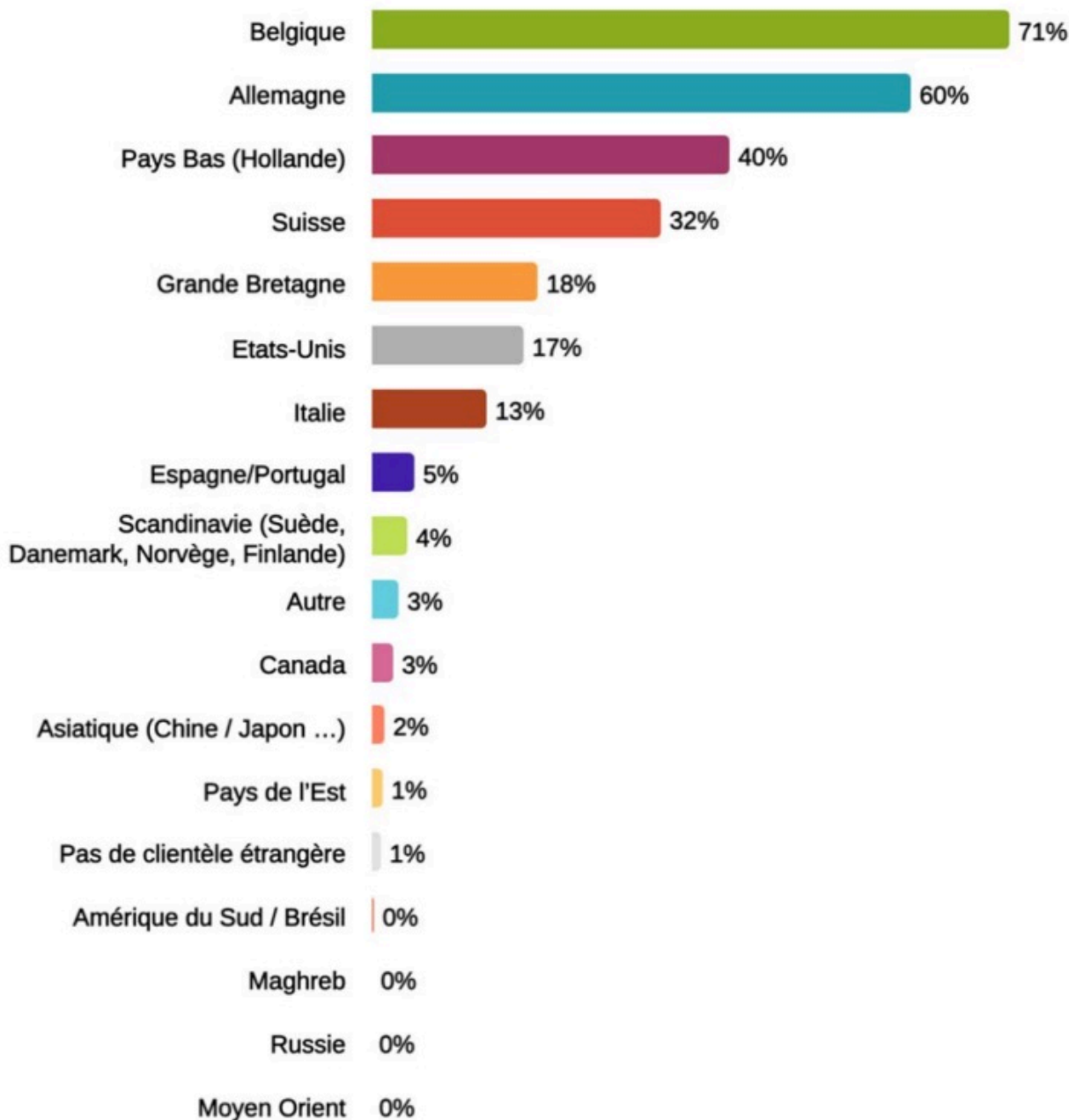
Ecrit par le 25 avril 2026

Concernant votre clientèle française, quelles sont les 3 principales régions de provenance de votre clientèle pour cette période de cœur de saison (juillet à mi-août) ?



Ecrit par le 25 avril 2026

Concernant votre clientèle étrangère, quelles sont les 3 principales nationalités étrangères présentes dans votre établissement durant ce cœur de saison (juillet à mi-août) ?



©VPA / Pays d'Apt Luberon

Ecrit par le 25 avril 2026

Le Pays d'Apt a enregistré une hausse des nuitées touristiques au printemps, notamment grâce au festival musical Insane, qui a eu lieu au mois de mai et non au mois d'août comme les éditions précédentes, en raison des Jeux Olympiques de Paris 2024. La fréquentation des excursionnistes, qui ne dorment pas sur place mais viennent pour la journée, elle, a été stable. En tout, 17 793 personnes ont été accueillies dans les différents bureaux de l'office de tourisme sur les trois mois d'été (en légère baisse par rapport à 2023), notamment ceux d'Apt et de Roussillon.

Des points appréciés des touristes, et d'autres à améliorer

Dans un premier temps, l'équipe de l'office de tourisme a mis l'accent sur les nombreux commentaires positifs concernant les services et événements proposés qui ont été émis par les touristes. Parmi ces points positifs, on trouve : les brochures traduites (surtout en anglais et allemand), une équipe saisonnière polyvalente et impliquée, le déploiement de la boutique dans les bureaux d'information touristiques, le jeu écotouristique conçu en interne et testé auprès des vacanciers et la création d'[Intrigue dans la ville à Roussillon](#), les Sunsets Vignerons en Luberon pour lesquels huit domaines viticoles du territoire ont accueilli 430 personnes en 2024.

Dans un second temps, ce sont les points à améliorer qui ont été évoqués. L'office de tourisme a relevé un problème de balisage pour les randonneurs et les vététistes. Dans ce cadre, il finance la mise à jour du balisage des sentiers VTT et celui du GR6 (Tour des Ocres). D'après les touristes, les transports en commun au sein du territoire manquent de lignes et surtout d'accès à certains sites touristiques qui ne sont pas desservis. À ce titre, une étude de mobilité est en cours avec le recrutement à venir d'un chargé de mission mobilité pour améliorer ce point-là. D'autres points vont être améliorés à l'avenir comme la signalétique des bureaux d'information touristiques, la création d'un support d'information dédié aux balades ombragées, le développement de rendez-vous interactifs avec des artisans pour redynamiser la salle d'exposition de Bonnieux qui est trop peu visitée, ainsi la création d'un numéro de téléphone dédié au sentier des Ocres.

Le Club Tourisme

En 2024, l'office de tourisme Pays d'Apt Luberon a souhaité collaborer directement avec les professionnels du tourisme du territoire afin de cibler les besoins de chacun et de définir une stratégie touristique collective. Ainsi a été lancé le Club Tourisme qui a pour le moment axé ses priorités sur le tourisme durable, la formation linguistique des acteurs du tourisme, et la commercialisation. Ensemble, ils ont défini les thématiques les plus importantes aux yeux des professionnels afin de développer des projets autour de ces dernières.

« Les échanges ont été renforcés grâce au Club Tourisme. »

[Dominique Santoni](#), présidente de l'office de tourisme Pays d'Apt Luberon

Ecrit par le 25 avril 2026

Le Pays d'Apt étant un territoire qui accueille beaucoup de touristes étrangers, il est impératif pour les professionnels de parler plusieurs langues, notamment l'anglais. C'est pourquoi l'office de tourisme va orchestrer la mise en place de formations linguistiques avec l'[Anpep](#) (Association pour la Promotion de l'Éducation Permanente). L'office de tourisme collabore également avec le Parc naturel régional du Luberon pour un tourisme plus durable, que ce soit à travers la marque 'Valeurs Parc' qui met en lumière la préservation et valorisation des paysages, des milieux naturels et de la biodiversité, et un développement maîtrisé par l'Homme et pour l'Homme. Dans un territoire où la sécheresse prime, le Parc s'inscrit aussi dans une démarche d'économie d'eau. Dans ce cadre, il travaille avec les hébergeurs du territoire pour mettre en place des outils pour éviter le gaspillage d'eau, mais aussi communiquer sur la situation auprès des clients.

Pour les années à venir, l'office de tourisme souhaite également développer la commercialisation en créant des produits et événements touristiques uniques et expérientiels comme des rencontres et visites avec les producteurs du territoire, des bons cadeaux, des sorties VIP pour les habitants, des visites théâtralisées des villages, ou encore le démarchage de groupes accompagnés de tour-opérateur.

L'événementiel, un essentiel du tourisme

Pour attirer de nouveaux touristes et fidéliser ceux déjà venus, il faut organiser de grands événements attractifs. Cette année, le Pays d'Apt a accueilli l'Insane Festival, où plus de 50 000 personnes se sont réunies durant quatre jours au mois de mai. Le territoire a également reçu 900 coureurs pour la seconde édition du GF Luberon qui a généré 1730 nuitées liées aux participants, 2300 avec les accompagnants, le dernier week-end de septembre, durant lequel il y a aussi eu le Ride and Trail in Ocre. Les deux événements sportifs devraient faire l'objet d'une communication associée l'année prochaine.

Et ce n'est pas fini pour 2024. D'ici la fin de l'année, les touristes et locaux vont aussi pouvoir profiter de déambulations et d'un spectacle féérique à Bonnieux, qui remportent chaque année un franc succès et qui auront lieu le 30 décembre cette année. La Fondation Blachère, qui n'a pas ouvert ses portes au public l'année dernière en raison de son déménagement, les ouvrira de nouveau cette année, du 6 novembre au 21 décembre. L'événement Apt, Ville de Lumières est aussi très attendu des habitants du Pays d'Apt et des touristes, qui pourront profiter de diverses animations du 6 au 15 décembre.

En 2025, le Pays d'Apt vous donne déjà rendez-vous pour une nouvelle édition du festival Insane les 29, 30 et 31 mai, mais aussi pour la Fête du sport, qui regroupera le GF Luberon et le Ride and Trail in Ocre le week-end des 27 et 28 septembre. Et c'est sans oublier les nombreux autres festivals qui sont organisés sur le territoire comme les Musicales du Luberon, Les nuits de Carluç, Les Quatuors à cordes du Luberon, Le Son des Pierres ou encore l'Aqui Festival. Des événements sportifs vont aussi rythmer l'année 2025, comme le nouveau rendez-vous, le Trail des Falaises, à Joucas le 23 février.

« On a voté pour l'aménagement d'un équipement culturel car le Pays d'Apt est la seule intercommunalité du Vaucluse à ne pas en avoir », affirme Gilles Ripert. Un autre projet qui devrait voir le jour dans les années à venir, pour lequel le président de la CCPAL et Dominique Santoni se battent

Ecrit par le 25 avril 2026

depuis plusieurs années. Un tel aménagement permettrait d'accueillir de nouveaux événements culturels, et de développer le tourisme sur les ailes de saison, puisque cet équipement fermé ne serait pas complètement dédié à la clientèle estivale, qui se tourne généralement vers des activités en extérieur. En attendant, l'office de tourisme prépare de belles surprises pour les mois à venir.

Pour voir le programme des prochains mois en Pays d'Apt, [cliquez ici](#).

Les Parcs naturels régionaux de PACA travaillent depuis 10 ans pour un tourisme plus durable

Ecrit par le 25 avril 2026



Sous l'impulsion de la Région Sud, les neuf Parcs naturels régionaux de Provence-Alpes-Côte d'Azur (Alpilles, Baronnies provençales, Camargue, Luberon, Mont-Ventoux, Préalpes d'Azur, Queyras, Sainte Baume et Verdon) travaillent conjointement depuis 10 ans pour être des destinations de tourisme durable et présenter une offre touristique responsable.

Le projet 'Interparc tourisme', né en 2014, permet de financer deux agents et un programme annuel d'actions visant la qualification, l'accompagnement, l'animation et la valorisation des professionnels de l'écotourisme. Pour célébrer ces dix années d'actions communes, la Commission Tourisme du Réseau des Parcs naturels régionaux de PACA s'est réunie au mois de juin à l'hôtel Le Mas des Grès à Lagnes.

Cet événement a été l'occasion de faire un bilan de la dernière décennie et d'aborder les perspectives pour celle à venir. Cette rencontre a rassemblé les présidents des Parcs, les élus en charge du tourisme, les directeurs et les chargés de mission tourisme. Aujourd'hui, la marque 'Valeurs Parc naturel régional', qui est un des principaux outils mis en place par le projet 'Interparc tourisme', compte 324 entreprises touristiques bénéficiaires en région. Cette marque certifie les valeurs des Parcs telles que l'attachement

Ecrit par le 25 avril 2026

au territoire, la forte dimension humaine et sociale, et la préservation et valorisation des patrimoines. Elle porte la vision d'un autre modèle de société conciliant de façon plus harmonieuse les aspects écologiques, économiques et sociaux, pour assurer de façon durable le bien-être de tous au sein d'un territoire.

Vaucluse Provence Attractivité dresse le profil du touriste dans le département



HOGQUEL A - VPA

Le 12 mars dernier, l'agence du développement, du tourisme et des territoires [Vaucluse Provence Attractivité](#) a réuni ses partenaires du monde du tourisme à l'Auditorium Jean-Moulin

Ecrit par le 25 avril 2026

du Thor lors d'un rendez-vous appelé « Mieux connaître les clientèles touristiques en Vaucluse. »

L'objectif de cette réunion, organisée par Vaucluse Provence Attractivité (VPA), était de présenter les résultats d'une enquête régionale de fréquentation touristique, en particulier en Vaucluse en faisant un portrait précis des clientèles touristiques et en quantifiant les retombées économiques directes sur le territoire.

L'agence a, par la même occasion, partagé l'avancée des travaux du Plan de transition touristique en Vaucluse en exposant notamment le positionnement 'Tourisme responsable' adopté par le collectif, au travers d'une nouvelle signature intitulée « Le Vaucluse, naturellement Provence. »

5 281 questionnaires récoltés en Vaucluse

Les dernières données de profilage des clientèles touristiques en région Sud remontaient à 2010. Il était donc temps de faire une mise à jour. En tout, 5 281 questionnaires ont été récoltés en Vaucluse, répartis sur l'ensemble du territoire, de novembre 2019 à mars 2020 puis d'octobre 2021 jusqu'en octobre 2022.

Ces questionnaires visaient les touristes de la Région Sud (ici de Vaucluse), quel que soit le motif de présence, dès lors que le répondant passe une nuit en dehors de son domicile principal. Ils ont été distribués via différents partenaires du monde du tourisme, ou il était également possible d'y répondre sur internet.

Ce qui résulte de cette étude, c'est que le Vaucluse comptabilise 5 millions de séjours par an, 23,3 millions de nuitées touristiques dont 9,5 millions d'étrangères (soit 41%), 4 millions de nuitées réalisées par des primo-visiteurs région Sud, 1,6 Milliard d'euros de retombées économiques directes, 12 000 emplois touristiques salariés et non salarié, 105 000 lits touristiques marchands et 126 396 lits en résidences secondaires.

Une clientèle locale, nationale et internationale

En Vaucluse, plus de la moitié des nuitées touristiques correspondent à une clientèle française (59%). Les étrangers, qui représentent 41% de ces nuitées, viennent le plus souvent d'Allemagne, de Belgique et des Pays-Bas. Ils sont suivis de près par les Américains et les habitants du Royaume-Unis.

Pour ce qui est des touristes français, ils viennent de tous les coins de l'Hexagone, mais principalement d'Île-de-France (24%) et d'Auvergne-Rhône-Alpes (20%). Les touristes habitant au sein la Région Sud représentent 13% de la clientèle touristique de Vaucluse.

Un tourisme quatre saisons

La volonté partagée par plusieurs acteurs du tourisme vauclusiens de faire du département une destination toute l'année, et non pas seulement une destination prisée pendant la haute saison, semble porter ses fruits. Si le cœur de l'été (juillet et août) reste la période la plus plébiscitée par les touristes

Ecrit par le 25 avril 2026

(34%) avec une moyenne de séjour de 6,8 jours, le département attire aussi le reste de l'année, notamment au printemps (avril, mai, juin) pour 26% avec une moyenne de séjour de 4,4 jours, en arrière-saison (septembre, octobre, novembre) pour 21% avec un séjour de 4,2 jours en moyenne, et même en hiver (décembre, janvier, février, mars) pour 19% avec un séjour de 3,1 jours en moyenne.

Si le Luberon est la destination la plus prisée du département (33%), elle est suivie par le Ventoux (27%), Grand Avignon (25%), puis le reste du département, à savoir la Vallée du Rhône (15%). La plupart de ces destinations recensent des sites avec un patrimoine fragile, ce pourquoi le département tend à aller vers un tourisme plus raisonné, et plus étalé sur les quatre saisons, afin d'éviter les dégradations qui peuvent être dues à une trop forte affluence, notamment sur des sites comme les parcs naturels régionaux du Mont-Ventoux et du Luberon.



©Hocquel A. - VPA

Ecrit par le 25 avril 2026



©Xavier Cailhol - VPA

Ecrit par le 25 avril 2026



©Hocquel A. - VPA

Ecrit par le 25 avril 2026



©Hocquel A. - VPA

Qui vient séjourner en Vaucluse ?

Quant au profil type du touriste en Vaucluse, il a une moyenne d'âge de 49 ans, ce qui équivaut à la moyenne régionale, mais est au-dessus de la moyenne nationale, qui elle est de 44 ans. Les étrangers sont plus souvent des séniors, à partir de 56 ans. La catégorie de clientèle Major, entre 26 et 55 ans, représente 51% des séjours dans le Vaucluse.

Près de la moitié des répondants (49%) au questionnaire appartiennent à une CSP+ (professions de cadres ou assimilés). 20% des répondants sont inactifs, dont 11% de retraités, qui se rendent dans le département, généralement au printemps. 22% des touristes déclarent un niveau de revenu mensuel du foyer supérieur à 5 000 €.

Les dépenses

Un touriste dépense 69,20 euros par jour et par personne lors de son séjour en Vaucluse. Plus de la

Ecrit par le 25 avril 2026

moitié de cette dépense journalière est consacrée à son hébergement (40%) et à la restauration (20%). C'est en arrière-saison que cette dépense est la plus haute, particulièrement dans le Luberon et le Grand Avignon.

Globalement, la dépense moyenne des touristes étrangers est supérieure à celle des touristes français et intra-régionaux, tirée vers le haut par le poste hébergement, achats de biens durables et transport.

Des séjours pour les loisirs, mais pas seulement

55% des séjours en Vaucluse sont effectués pour les vacances et les loisirs. Le département n'est pas en manque d'activités, entre les diverses randonnées possibles, les nombreux kilomètres de pistes cyclables qui permettent de traverser une large partie du territoire, ou encore les sites touristiques.



©Hocquel A. - VPA

Si beaucoup de répondants viennent pour le plaisir, il y a tout de même 21% de séjours qui sont faits pour motif professionnel. Le plus haut taux de touristes d'affaires se trouve entre décembre à mars avec 31%, d'une part les rendez-vous et contacts professionnels et d'autre part les études, stages ou formation. Ce sont souvent des touristes intra-régionaux.

La location, grande gagnante des hébergements

Ecrit par le 25 avril 2026

66% des nuitées se font dans des hébergements marchands, notamment durant le cœur de l'été, et ce sont les locations (appartements et maisons) qui séduisent le plus les touristes (39%), suivies des hôtels (8%) et des campings (7%).

Pour ce qui est des hébergements non marchands les plus prisés, la résidence principale de parents ou amis arrive en tête avec 21% des nuitées, suivie de la résidence secondaire personnelle avec 7% des nuitées. Ces nuitées en hébergements non marchands sont plus nombreuses en hiver.

Le tourisme d'aujourd'hui et de demain

Lors de ce rendez-vous pour adresser le profil du touriste en Vaucluse, VPA a également dévoilé la nouvelle signature « Le Vaucluse, naturellement Provence » commune à tous les partenaires vauclusiens du monde du tourisme. Elle incarne les valeurs socles et l'ambition de la démarche vers un tourisme plus responsable dans le département. Cette signature devient aussi un marqueur identitaire pour les communications à venir.

À l'échelle nationale, le tourisme a un fort impact environnemental et contribue à 11% des émissions de gaz à effet de serre. Les déplacements des touristes représentent 77% des émissions de gaz à effet de serre du tourisme. Les acteurs du tourisme comme les visiteurs et les habitants y portent une attention de plus en plus particulière.

C'est en ce sens qu'œuvrent Vaucluse Provence Attractivité et ses partenaires depuis plusieurs années déjà. Ensemble, ils se mobilisent autour de quatre missions :

- Construire et promouvoir un tourisme responsable « quatre saisons » respectueux du territoire, de ses ressources et de ses habitants.
- Accompagner les acteurs et les territoires dans leurs mutations.
- Favoriser le développement des séjours, prestations et offres éco et slow touristiques.
- Encourager les modes de déplacement doux.

LE VAUCLUSE
Naturellement Provence

La ville de L'Isle-sur-la-Sorgue classée 'Station de tourisme'



La ville de [L'Isle-sur-la-Sorgue](#) a été classée 'Station de tourisme' par arrêté préfectoral du 8 septembre 2023. C'est donc la deuxième ville du Vaucluse à obtenir ce classement après Avignon. Ce dernier, qui atteste d'une politique touristique d'excellence reconnue par l'État, ne vise pas à amplifier les flux touristiques mais à mieux qualifier l'offre touristique au profit des visiteurs.

Depuis plusieurs années, [Isle sur la Sorgue Tourisme](#) développe un tourisme durable au niveau social et environnemental avec des offres hors saison estivale, afin de promouvoir un tourisme de quatre saisons et ainsi permettre la cohabitation entre les touristes et les habitants du territoire. Un objectif vers lequel la Ville se dirige déjà avec son nouveau plan de stationnement qui prendra effet en début d'année 2024,

Ecrit par le 25 avril 2026

qui vise à dynamiser davantage le centre-ville, améliorer l'accueil des touristes, mais surtout optimiser la qualité de vie des L'Islois, notamment ceux habitant en centre-ville.

[Lire également : 'La Ville de L'Isle-sur-la-Sorgue dévoile sa nouvelle politique de stationnement'](#)

Le classement 'Station de tourisme' est une manière d'appréhender le tourisme d'avenir, d'ouvrir des perspectives en faveur de la régulation des flux, du développement des mobilités douces et durables, de la sobriété énergétique, de la préservation du patrimoine naturel et de la biodiversité, de la mise en valeur des circuits courts et de l'économie circulaire.

V.A.