Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

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



Sous l'impulsion de la Région Sud, les neufs 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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

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 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.

'Voyage au pays du surtourisme', le dernier livre des Editions de l'Aube implantées à La Tour d'Aigues

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



C'est le créateur de cette maison d'édition, le sociologue Jean Viard, qui depuis un demi-siècle scrute nos us et coutumes, décrypte et dissèque nos dérives, qui préface ce livre et propose sa « Politique du voyage – Une menace – Des solutions ». Il le fait en une trentaine de pages, en amont de l'étude de Linda Lainé, rédactrice-en-chef du magazine L'Echo touristique.

Il commence par une provocation : « Il n'y a pas assez de touristes », quand les Vauclusiens patientent derrière des mobil-homes qui roulent à 20km/h dans la montée du Ventoux ou quand ils font la queue pendant de longues minutes, à Avignon, sur les bords du Rhône, au feu tricolore qui permet d'accéder au parking du Palais des Papes mais ne laissent passer que trois voitures à la fois sous un soleil de plomb pendant le 'In' ou le 'Off'.

Jean Viard, poursuit : « Un milliard de frères Terriens seulement, franchissent une frontière chaque année. Ils étaient 60 millions en 1968. Je rêve qu'ils deviennent 3 milliards. Cette ouverture peut sembler à contre-emploi, pourtant, avant de débattre des impacts écologiques, culturels et sociaux des voyages, il faut rappeler que le voyage, dans nos sociétés moderne est ce qui fait de nous des citoyens de France. Auparavant, les sociétés et les nations se réunissaient par mondes religieux ou par empires, et on pouvait vivre des siècles sans connaître l'existence de l'Amérique ou de l'Afrique. »

Il poursuit : « Le voyage, la découverte de l'autre, de la diversité des cultures et des écosystèmes, c'est ce qui nous intègre à la société et au monde. Or c'est parce qu'on fera humanité commune qu'on gagnera la guerre climatique ». Il revient sur l'épisode pandémie de 2019. « 5 milliards d'hommes se sont battus ensemble pour vaincre le Covid. Chacun a modifié son comportement, moins voyagé, réorganisé des

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

circuits économiques et on a pris conscience qu'on pouvait ensemble gagner une bataille planétaire. »

Parmi les conséquences du confinement, il cite quelques exemples : « On a enlevé un milliard d'enfants des écoles, 48% des Américains ont quitté leur emploi, 10% des Chinois ont divorcé, en France un million de couples se sont séparés, 25% des salariés sont passés ou télé-travail. D'innombrables urbains ont quitté la ville ou séjournent plus longtemps dans leur résidence secondaire et les Airbnb. » Bref, la pandémie a modifié notre regard, notre vie, notre façon de considérer le monde, la société a évolué.

Plus de tourisme mais moins de surtourisme

C'est à ce momen-là que Jean Viard explique sa démonstration , en soupesant le pourcentage entre risques et bénéfices. « Il nous faut plus de touristes si on veut créer une société unie, rassembler les groupes différents (d'origine, de culture, de revenus, de régions), il faut aider ceux qui ne peuvent pas partir en vacances. Or, 30 à 40% des Français ne voyagent pas, surtout les jeunes des '*quartiers*' qui vivent cette astreinte à résidence comme une exclusion des valeurs communes ».

Mais pour éviter le surtourisme, la foule et les embouteillages quand on va à St-Tropez le matin et qu'on quitte la Madrague, le Musée de la Gendarmerie cher à Louis de Funès ou la Place des Lices dans la soirée, il faut ré-gu-ler, martèle-t-il. « Il faut diviser les flux par le numérique comme dans les Calanques où on retient son entrée sur internet pour visiter Sugiton à Marseille ou Sormiou à Cassis. Avant, 2 000 touristes venaient piétiner la flore chaque jour pour contempler l'imposant Cap Canaille, un massacre pour l'écosystème. Quel est le charme? On a limité à 400 personnes. Les gens sont heureux d'avoir accès gratuitement à un luxe et apprécier d'être peu nombreux à cet endroit de rêve. » Il faut étaler les vacances dans l'année, sur les quatre saisons.

« Le travail des professionnels du tourisme, c'est d'enrichir en culture, de créer la possibilité de rencontres avec l'art, la musique. Amener la culture dans des lieux de pratique populaire est un enjeu majeur. Les 7 millions de Français qui assistent aux festivals l'été ne sont pas toujours des gens qui vont au spectacle pendant l'année. » Non sans humour, Jean Viard cite un de ses confrères, Jean-Didier Urbain, le sociologue spécialiste du tourisme : « Il y a deux endroits de grande densité sur la planète : les cimetières et les plages. »

Dans sa préface, Jean Viard conclut : « La question qui nous est posée aujourd'hui est celle de notre capacité à construire un commun suffisamment fort pour gagner la bataille du bas carbone de l'industrie du vivant et de l'économie de la réutilisation. Un tourisme à réguler mais à protéger dans une civilisation du voyage et de la découverte. »

Les élus de Vaucluse face aux problématiques des meublés de tourisme et du surtourisme

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Un tourisme plus raisonné

C'est alors que Linda Lainé entame sa démonstration : « Ils ont longtemps été désirés et choyés pour la manne qu'ils représentent, mais les touristes en rangs trop serrés ne sont plus accueillis à bras ouverts. Venise, New-York, Barcelone ou Dubrovnik s'interrogent et règlementent. Les populations locales se sentent asphyxiées. »

Alors que le 80ème Anniversaire du Débarquement de 1944 en Normandie, Le Tour de France cycliste, les Jeux Olympiques et Paralympiques et les festivals sont des temps forts du tourisme cet été, que la France va attirer plus de 100 millions de visiteurs, le Vaucluse plus de 4 millions, la rédactrice-en-chef de L'Echo touristique, Linda Lainé, recommande d'être des « voyage-acteurs ». De participer à la préservation de l'environnement, à l'amélioration de la vie locale, à des années-lumière du tourisme prédateur. Quant à un tourisme « réparateur » laissant le lieu visité dans un meilleur état qu'à son arrivée, il pourrait prendre racine à son tour. « Nous avons tant de plaies à soigner sur notre splendide planète. Voyageons en pleine conscience. »

Voyage au pays du surtourisme – Editions de l'Aube – 17€
331 Rue Amédée Giniès. La Tour d'Aigues. 04 90 07 46 60.

Avignon : les offices du tourisme de la région au palais des papes

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

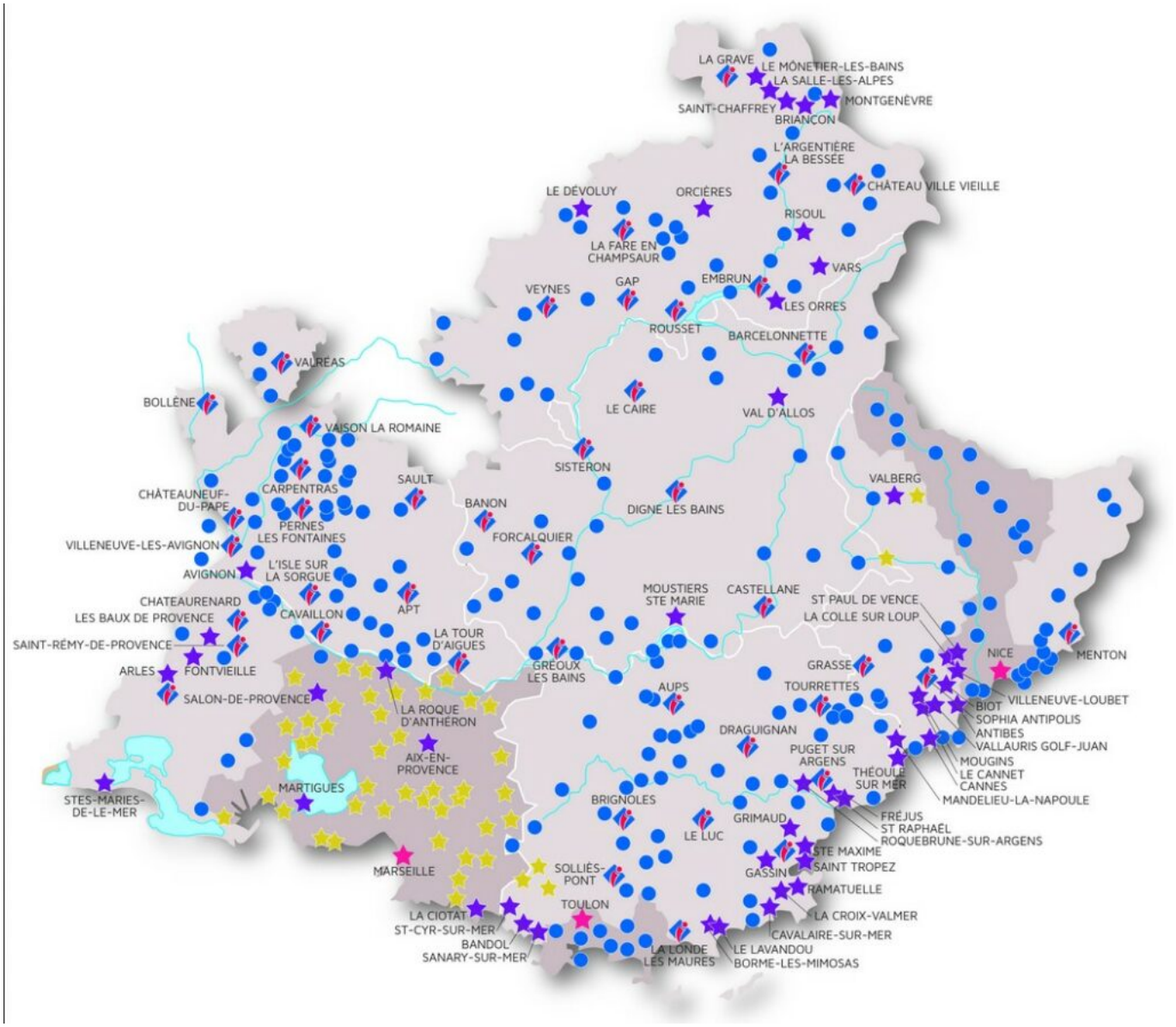
Ecrit par le 6 novembre 2026



L'Assemblée générale de la Fédération Régionale des Offices de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur (FR.OT Sud) vient de se réunir à Avignon.
Durant cette assemblée, qui s'est déroulée au centre des congrès du palais des papes, le président Christian Mourisard est revenu sur les points importants concernant ce réseau des offices de tourisme en Région Sud, le bilan des actions et financier 2023 et le plan d'actions 2024 de la Fédération, ainsi que le renouvellement du conseil d'administration et du président (voir la liste à la fin).

La place des OT dans la région
Les offices du tourisme dans la région, c'est 113 sièges d'office du tourisme pour une trentaine dans le Vaucluse et 250 bureaux d'informations touristiques sur la région. Au niveau national, le nombre d'OT est de 1040, une concentration qui s'élève donc à 10,8 % dans la région SUD.
L'enquête Touristique Régionale de 2022 montre que près d'un touriste sur deux utilise encore les services d'un OT.
En Provence-Alpes-Côte d'Azur, le budget médian des Offices de tourisme est de 910 000€, bien au-dessus de la médiane nationale de 565 000€. La taxe de séjour y représente 43,8% des ressources, contre 16,45% au niveau national. Cette taxe, trois fois plus élevée dans la Région Sud, impacte directement la subvention par habitant, qui est de 4,34€, comparée à 7,94€ au niveau national.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839



On dénombre 113 sièges d'office du tourisme dans la région Sud dont plus d'une trentaine dans le Vaucluse.

Les actions en 2023

La Fédération Régionale, en construisant son plan d'actions pour 2023, s'est basée sur les travaux de la commission prospective d'ADN Tourisme réalisés entre 2020 et 2023. ADN tourisme, c'est le regroupement des trois fédérations historiques des acteurs institutionnels du tourisme, Offices de Tourisme de France, Tourisme & Territoires et Destination Régions.

En 2023, la Fédération régionale des offices de tourisme Paca a renforcé son offre de service en créant des parcours d'accompagnement qui prennent en compte divers impacts directs sur les métiers, tels que le changement climatique, l'implication de la population, les évolutions sociétales et économiques, ainsi

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

que l'arrivée de l'intelligence artificielle.
De nombreux rendez-vous réseau ont eu lieu pendant l'année 2023, mis en place par une chargée de mission Transition Durable des Destinations. Dans ces animations de réseau, on peut prendre en compte : les blabla FR.OT, les webinaires Œil de l'expert et les journées thématiques sur l'hospitalité, la qualité, la prospective.
Par ailleurs, durant la même année, l'accent a également été mis sur la création de « La Fabrik des compétences tourisme by Région Sud », une plateforme de formation en ligne visant à renforcer les compétences des professionnels du tourisme dans les domaines du digital, de l'I.A, de la transition durable, du tourisme d'affaires et de l'accueil des clientèles étrangères. Ce projet a été soutenu financièrement par la Région Sud, la DREETS PACA, l'ADEME PACA.

Le label
FR.OT Sud a suivi les évolutions du référentiel de classement des communes touristiques classées comme stations. Pour obtenir ce classement, une commune doit disposer d'un Office de Tourisme de catégorie I et portant la marque Qualité Tourisme. Cette marque, que le ministère du tourisme a récemment transformée en label « Destination d'Excellence », évolue en intégrant de nouveaux critères écoresponsables, d'accessibilité et de gestion des flux pour se conformer aux exigences de la loi « climat et résilience ». Atout France prend en charge la gestion des labels « Destination d'Excellence » et « Tourisme et Handicap », tandis qu'ADN Tourisme continue d'animer ces labels et de les relayer au niveau régional auprès de leurs réseaux.

Pour 2024
Pour cette nouvelle année, la FR.OT Sud a pour objectif : une gouvernance renouvelée et engagée, afin d'élaborer un plan d'actions participatif, ainsi que des partenariats renforcés avec l'enseignement universitaire, l'UTLN et l'ESCAET.
Il y a une réelle volonté de maintenir une proximité avec les acteurs du territoire, pour assurer la continuité de la collaboration fructueuse entre l'Office de Tourisme et sa collectivité de tutelle, permettant ainsi de renforcer l'implication des acteurs locaux et de promouvoir un tourisme durable et responsable.

Elections du conseil d'administration FR.OT Région Sud mandat 2024 – 2027 :
• Président : Christian Mourisard, président délégué ADN Tourisme,
• Président délégué : Victor Berenguel, maire de Savines-Le-Lac, conseiller communautaire élu à l'office de tourisme Serre-Ponçon (Hautes-Alpes)
• Vice-président : Jérôme Busnel, président de l'OT de Roquebrune Sur Argens (Var)
• Vice-président : Eric Bruxelle, président de l'OTC Pays des Sorgues Mont de Vaucluse (Vaucluse)
• Secrétaire général : Maxime Tissot, directeur office de tourisme et des congrès de Marseille (Bouches-Du-Rhône)
• Secrétaire adjointe : Véronique Decombis, Présidente OT Istres (Bouches-du-Rhône)
• Trésorier : Florian Raoux, directeur OT Sainte Maxime (Var)
• Trésorier adjointe : Marie Garcin Zeiter, directrice office de tourisme Communautaire Menton Riviera et Merveilles (Alpes-Maritimes)
• Assesseur : Cécile Wiertwelski, directrice avignon tourisme, (Vaucluse)

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

• Assesseur : Sébastien Lafon, directeur office de tourisme grimaud (Var)
Ont été renouvelé dans leur mandat Christian Mourisard, Victor Berenguel, Jérôme Busnel, Maxime Tissot, Florian Raoux.

Sarah Ripert & L.G.

Monteux : Wave Island se lance dans le grand bain de la saison estivale 2024



Alors que Wave island entame sa nouvelle saison à partir du 19 juin prochain, le parc aquatique 100% glisse implanté à Monteux vient de sortir de son plan de continuation. Le fruit d'une

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

gestion rigoureuse afin de redresser la barre de ce parc d'attractions qui a tout particulièrement placé sa saison estivale 2024 sous le signe du surf, de la famille, de la détente et de culture tahitienne.

Le mercredi 19 juin prochain, Wave island donnera les trois coups de sa 10e saison*. Ouvert non-stop jusqu'au 1er septembre prochain, le parc montilien espère, avec ses 33 attractions réparties sur les 4,7 hectares du site, attirer 165 000 visiteurs en 2024 contre 142 000 l'année précédente. En moyenne, ce sont 3 000 personnes qui seront attendues tous les jours. Et même si Wave island dispose d'une capacité administrative maximale d'accueil fixée à 8 000 personnes, ce chiffre est volontairement limité à 5 000 maximum afin d'offrir le meilleur confort au visiteur.
Une clientèle constituée d'environ 80% de Français et 20% de visiteurs étrangers provenant principalement de Belgique, des Pays-Bas et d'Allemagne même si le parc a désormais aussi la volonté d'étendre sa cible aux Américains. Dans ce cadre, Wave island vient d'ailleurs d'accueillir l'influenceur américain Alex Ojeda et ses 3,64 millions d'abonnés sur You tube.



© Greg Niro

300 000€ d'investissements pour cette nouvelle saison
Pour cette saison estivale, le parc a investi 300 000€ pour les nouvelles infrastructures et attractions notamment. Les fans de glisse vont ainsi pouvoir découvrir le funambule, une attraction inédite en France qui suscite déjà beaucoup de curiosité avant son ouverture. En effet, ce toboggan unique en son genre se pratique debout, à la verticale, en offrant une sorte d'initiation au surf consistant à glisser sur ses talons en toute sécurité. Il est accessible dès l'âge de 7 ans.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Pour sa nouvelle saison, Wave Island accueille une nouvelle attraction unique en France

Un employeur local important

Pour accueillir ces milliers de personnes, ce sont environ 250 saisonniers, en plus des 15 salariés permanents, qui ont été recrutés tout récemment dans le secteur de la restauration, de l'accueil, mais aussi de la sécurité. Parmi eux, 50% sont des saisonniers des années précédentes, contre 30% auparavant. « Cela montre que les gens sont contents de revenir chez nous », se félicite Jean-Philippe Cozon, directeur général du parc qui rappelle également sa volonté « de recruter le plus localement possible ».

« Au départ, poursuit-il, on m'avait dit que j'aurais du mal à recruter des Vauclusiens. Cela n'a pas été du tout le cas. Bien au contraire ! »

Le parc a toutefois rencontré des difficultés pour embaucher des maîtres-nageurs sauveteurs particulièrement sollicités cette année pour les Jeux Olympiques. Malgré cette concurrence inédite, les responsables de Wave island ont réussi à obtenir le nombre nécessaire de saisonniers pour assurer la sécurité des visiteurs.

> « Aujourd'hui, le parc a retrouvé sa pleine autonomie financière et sa pleine liberté économique. »
>
> *Jean-Philippe Cozon, directeur général de Wave island*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



Jean-Philippe Cozon dans le Funambule en cours de finition.

Auparavant en redressement judiciaire en raison de la gestion ‘hasardeuse’ de l’ancienne direction**, les Parcs du Sud, la SAS gestionnaire du site de loisirs, sont sortis du plan de continuation mis en place avec l’aval du Tribunal de commerce d’Avignon suite aux difficultés de l’entreprise.
« Aujourd’hui, le parc a retrouvé sa pleine autonomie financière et sa pleine liberté économique, explique le directeur général. C’est une vraie joie et une vraie satisfaction parce que c’est le fruit d’un travail acharné, pour permettre d’une part d’accueillir les visiteurs en toute sécurité, d’autre part de leur donner satisfaction. Pour cela, on cherche à continuer à apporter ces éléments de nouveauté, qui vont donner de l’attrait et permettre d’accueillir favorablement les familles et les enfants. »
« Nous avons aussi réussi à redresser la barre en étant extrêmement exigeant sur les aspects de gestion comme la consommation d’eau ou d’énergie par exemple. »
Une volonté qui s’inscrit dans une démarche RSE en se dotant de bacs tampons et de meilleurs systèmes de filtration.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Les infrastructures en évolution

Pour autant, le parc entend continuer à se distinguer par ses attractions uniques en leur genre. A commencer par les attractions phares du parc comme les deux vagues artificielles de surf : Da Wave, enregistrée au Guinness World Records comme étant le plus grand simulateur de surf au monde et Mysurf, la réplique de la vague des Jeux Olympiques de Tokyo 2020.

Wave island c'est aussi La rivière tropicale, la plus grande rivière lente d'Europe pour une durée d'attraction d'environ 25 minutes, Le géant, le plus haut toboggan en chute libre d'Europe avec ses 33 mètres de haut, ou bien encore La Cascade de Manéa avec l'un des plus grands 'racers' du vieux contient.

Côté sûreté des attractions, bien que les contrôles de sécurité ne soient obligatoires que tous les 3 ans pour ce type d'activité, le parc s'impose de les réaliser chaque année.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Wave island propose le toboggan le plus haut d’Europe (33 mètres). Une attraction où les visiteurs atteignent 80km/h. © Emmanuel Morel

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Mysurf, la réplique de la vague des Jeux Olympiques de Tokyo 2020. © Morgan Palun

Le visiteur au cœur de l'expérience Wave island
De nouveaux aménagements ont été également mis en place pour améliorer l'expérience des visiteurs. Cette saison, la capacité d'accueil et d'hébergement du Wave village a été augmentée avec un total de 55 mobil-homes et 10 emplacements supplémentaires sont d'ores et déjà prévus pour 2025. Un nouveau parking municipal payant, situé à proximité de l'entrée, augmentera la capacité de stationnement à proximité immédiate du parc. Le parcours d'entrée au parc a aussi été repensé afin de limiter les files d'attente.

Alors que la végétation apporte un cadre naturel offrant de plus en plus d'ombre, de grande ombrières ont aussi été aménagée sur la terrasse de l'espace bar-brasserie-glacier Da wave. L'endroit propose une nouvelle carte mettant en avant le maximum de produits locaux. Le tout dans une gamme de prix aux alentours des 20€. « Nous ne faisons pas partie de ceux qui sont sensibles à la guerre en Ukraine pour fixer le prix d'une pizza, taquine Jean-Philippe Cozon. Notre objectif c'est de proposer le meilleur service au meilleur prix. » Cela semble marcher auprès des clients en confiance, puisque le panier moyen de ces derniers est en régulière augmentation. Et pour continuer à surfer sur cette confiance, le parc va multiplier les soirées à thèmes avec animations familiales, autour du surf ou bien encore des spectacles tahitiens ayant remporté un vif succès l'an dernier (voir l'ensemble du programme ci-dessous).

Sarah Ripert & L.G.

Le programme 2024 de Wave island
– Le Boww festival aura lieu le 15 juin, de 14h à 19h les toboggans et les attractions seront ouvertes au public et jusqu'à minuit avec de la musique non-stop.
– La fête de la musique se déroulera le 21 juin à partir de 19h avec un spectacle d'Heiva Tahiti' et la diffusion du match de l'euro.
– Les soirées tahitiennes ont lieu tous les jeudis soir au niveau du Da wave et de la brasserie. Ces soirées étaient déjà présentes dans la programmation de la saison précédente et ont remporté un vif succès.
– Les soirées surf pour les surfeurs se dérouleront les vendredis soir, de 19h à 23h, pour un prix de 52€. Au menu, 4h de glisse en illimitée sur les deux vagues artificielles et une boisson offerte comprise. L'entrée est gratuite aux visiteurs dès 19h avec un service brasserie de 19h à 22h sans réservation.
– Les soirées mousses kids auront lieu les samedis soir de 19h à 22h.
– Les 29, 30 et 31 août, ce sera 3 jours de festival tahitien organisé sur l'ensemble du parc. Pour ce festival, les visiteurs présents sur le parc n'auront pas besoin de payer un supplément. Au programme, des activités tahitiennes, de la danse, musique, mais aussi des jeux sportifs et même des stands d'artisanat polynésien.
– Le 14 septembre le parc accueillera également la 9e édition du Ventouxman.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



Nouvelle carte et nombreuses animations sont autant destinées aux amateurs de glisse qu’aux familles souhaitant se dépayser. © Greg Niro

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



Les soirées tahitiennes ont lieu tous les jeudis soir. Par ailleurs, les 29, 30 et 31 août, se déroulera aussi le festival tahitien organisé sur l'ensemble du parc.

Le parc a vu jour en 2015 dans la zone de Beaulieu à Monteux sous le nom de Splashworld avant de changer de nom suite à la recapitalisation de la structure menée en 2018.

**En 2018, le Tribunal de commerce d'Avignon avait respectivement condamné deux dirigeants de la*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

société à 5 et 10 ans d'interdiction de gérer. Mis en redressement judiciaire la société Les Parcs du Sud avait vu auparavant son plan de redressement sur 10 ans homologué en décembre 2017 par le Tribunal de commerce de la cité des papes.

Vaucluse Provence Attractivité : le rayonnement du Vaucluse est son ADN



"Faire rayonner un Vaucluse accueillant, dynamique et responsable est notre ADN". Voilà comment Pierre Gonzalvez, le Président de VPA (Vaucluse Provence attractivité), a ouvert l'assemblée générale, jeudi à l'INRAE de Montfavet. Il faut dire que le département est un pôle

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

d'attractivité majeur avec 5 millions de touristes par an, (59% de français et 41% d'étrangers) qui représentent 1,6 Md€ de retombées économiques et emploie 12 000 personnes. « Et il nous faut travailler sur une offre globale qui embrasse les enjeux climatiques, environnementaux, sociétaux et qui permette de promouvoir un territoire où il fait bon vivre, travailler, entreprendre, séjourner et investir » ajoute-t-il.

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

Vaucluse Provence Attractivité dresse le profil du touriste dans le département

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

VPA donne tout son lustre à l'attractivité du territoire

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

sur-La Sorgue, Cheval Passion en janvier 55 000 entrées sur le Parc de Expositions à Châteaublanc.

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



© VPA/Alain Hocquel

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

Web et e-Commerce ne sont pas en reste avec, par exemple près de 2 millions de visites sur le Top 10 des plus beaux villages de Vaucluse, des lieux de baignade, des spots pour admirer les champs de lavande ou

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

pour pique-niquer, des propositions de balades sur l'eau, l'itinéraire de la Via Venaissia et de la Via Rhona. Pour les investisseurs, la liste dez zones où on peut installer son entreprise malgré la rareté et la cherté du foncier disponible.

Vaucluse santé attractivité : le département poursuit son parcours de santé

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

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



© VPA / Alain Hocquel

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

AOC Ventoux : plus de 100 propositions au pied et autour du Géant de Provence et ses vignes



« Vivez l'œnotourisme autrement ! » avec l'AOC Ventoux. L'appellation s'est enrichie de 2 communes supplémentaires qui s'ajoutent aux 51 précédentes : Velleron et l'Isle-sur-la-Sorgue. Et c'est justement là où est né René Char qu'a été présenté le programme de l'été 2024.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

De la randonnée en trottinette électrique à la soirée brasero, en passant par l'expérience bivouac, le pique-nique vigneron, l'apéro étoilé, la soirée vino-salsa, la table des cheffes, l'assiette truffée d'été, la guinguette d'août et le ban des vendanges, vous avez le choix avec l'AOC Ventoux, notamment du fameux Grand rendez-vous du 29 juin à l'Hôtel-Dieu Carpentras.

Samuel Montgermont, à la tête du Syndicat Professionnel des Négociants de la Vallée du Rhône précise : « La raison d'être de l'AOC Ventoux, c'est de développer un juste équilibre entre l'Homme et la nature, protéger le vivant, réduire l'impact sur l'environnement, s'adapter au changement climatique et cultiver la vie locale. Nous avons reçu le label 'Vignobles et Découverte' pour trois ans, ce qui est un signe de reconnaissance pour notre patrimoine naturel, notre gastronomie et nos paysages et nous devons additionner tous ces atouts pour être encore plus attractifs au niveau bien-être, santé, culture, cuisine, sport et œnotourisme. » Environ 95 professionnels adhèrent à ce label, 39 caves, 20 restaurateurs, 18 hébergements de qualité ainsi que des clubs sportifs.

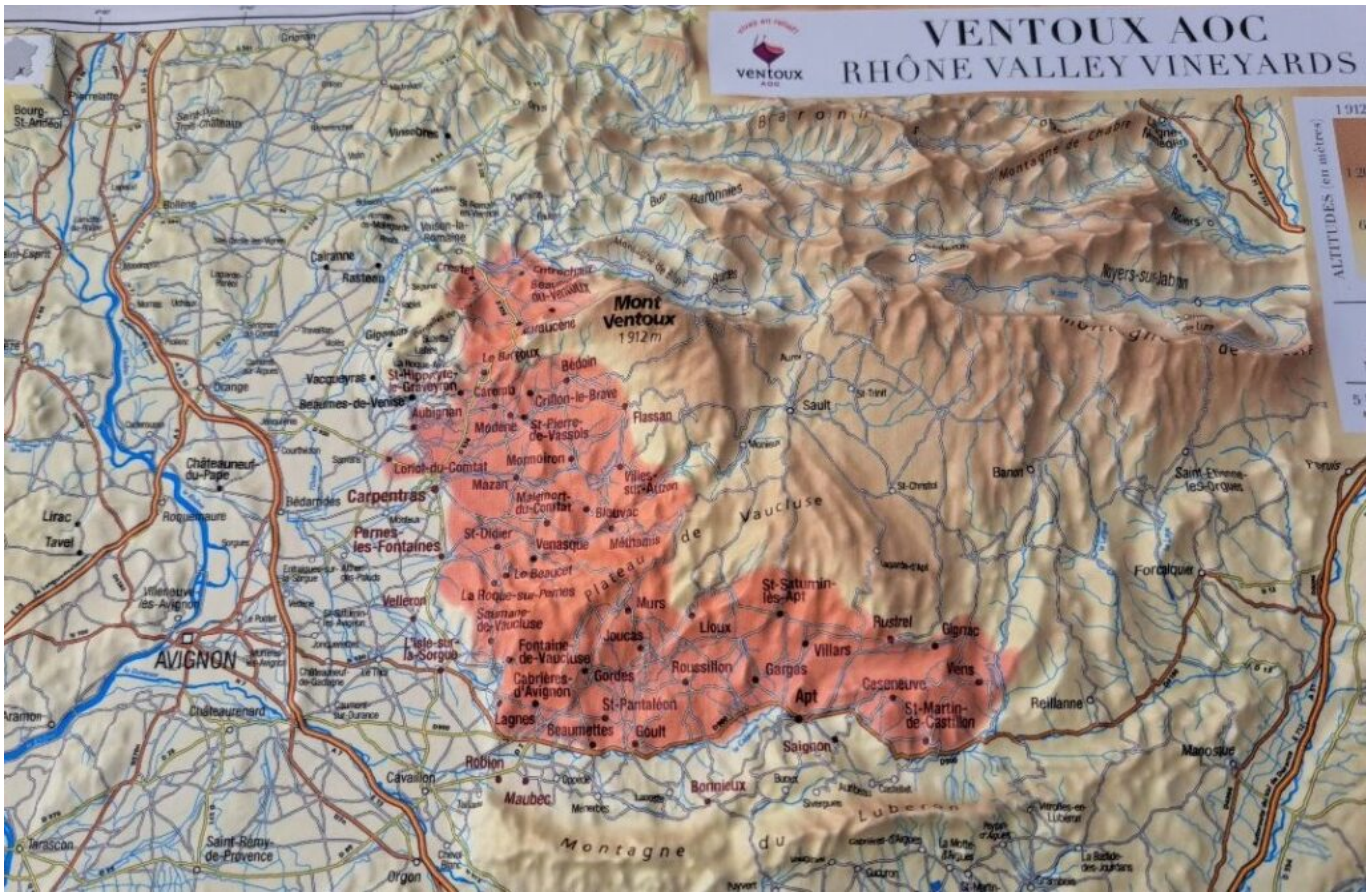
L'œnotourisme, un élément clé de l'attractivité du Vaucluse

Eric Bruxelle, président d'Isle sur la Sorgue Tourisme, l'office du tourisme inter-communal du Pays des Sorgues-Monts de Vaucluse, ajoute : « 10 millions de touristes viennent en France chaque année, attirés par la découverte des vins et des vignobles, ce qui représente 5,2 milliards d'euros de retombées économiques, selon Atouts France. L'œnotourisme, c'est un potentiel de 50 millions de visiteurs et l'an dernier, la moitié environ (48%) ont découvert les régions vitivinicoles en couples, ce qui en dit long sur l'attrait romantique de ces escapades dans les vignes. Les voyages entre amis (25%) et en famille (24%) sont, eux aussi, importants. Quant aux aventuriers en solo, ils sont plus rares, mais témoignent de la diversité des expériences possibles. »

L'élu de la mairie de l'Isle-sur-la-Sorgue ajoute : « En Vaucluse, nous comptons 2732 exploitations viticoles qui génèrent 5 700 emplois à plein temps, c'est dire si l'offre est riche. Et nous devons avoir une stratégie de meilleure répartition sur l'année. Heureusement, depuis 2021, nous sommes passés à 47% de nuitées l'été et 53% pour les trois autres saisons, c'est dire le fort potentiel de l'œnotourisme dans notre secteur. D'ailleurs, depuis le 1er janvier, la fréquentation touristique a grimpé de +25% à l'Isle-sur-la-Sorgue. »

Frédéric Chaudière, le président de l'AOC Ventoux, carte à la main précise : « Notre appellation s'étire sur le piémont du Ventoux, souvent en altitude, jusqu'à Loriol-du-Comtat à l'Ouest, Viens à l'Est, Entrechaux au Nord et Goult au Sud. C'est un terroir à forte identité de gastronomie, de terroir et de festivités. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839



Carte de l'AOC Ventoux.

Une centaine de rendez-vous entre mai et octobre

Effectivement, pas moins d'une centaine de rendez-vous sont au programme jusqu'en octobre sur ce territoire, pour les touristes comme pour les Vauclusiens. La période de mai à octobre est particulièrement propice à ces évènements festifs, en synergie avec les restaurateurs et hôteliers, qu'il s'agisse d'ateliers d'assemblages de cépages, de soirées gastronomiques, de concerts à la nuit tombée, de balades dans les vignes à cheval, vélo ou trottinette.

> « La raison d'être du Ventoux, c'est d'être un pionnier du développement durable, de s'impliquer dans la vie locale et de contribuer à l'attractivité de ces paysages façonnés par l'homme. »

Parmi les temps forts, Grand rendez-vous des AOC du Ventoux le 29 juin à Carpentras (Hôtel-Dieu) en partenariat avec le Kolorz Festival et en présence de la star du disco des années 80, le batteur Marc

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Cerrone. Et pour clore cette saison 2024, le ‘Fascinant week-end’ est prévu du 17 au 20 octobre avec le fameux ‘Banquet des Géants’ où s’attableront plus de 200 convives.



Contact : promotion@aoc-ventoux.com / 04 90 63 36 50

Le petit train touristique de l’Isle-sur-la-Sorgue circule désormais au biocarburant

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



Le petit train touristique de l'Isle-sur-la-Sorgue, qui se charge de faire découvrir la ville aux touristes avec un trajet de 35 minutes, roule désormais au HVO, un biocarburant 100% renouvelable et certifié durable.

Soucieux de réduire son impact environnemental et de limiter son empreinte carbone, le petit train touristique de l'Isle-sur-la-Sorgue vient de passer au HVO. Produit à partir de matières premières végétales, résiduelles ou de déchets, notamment issus de l'agriculture, ce biocarburant peut être utilisé comme alternative au diesel sans avoir besoin de modifier le moteur.

Mis en œuvre par la société carpentrassienne des Voyages Arnaud, le petit train réduit ses émissions de CO2 d'au moins 70% et de particules fines de plus de 85%, diminue le bruit et les odeurs de son moteur, et contribue à améliorer la qualité de l'air de la ville.

Le petit train circule du 3 avril au 2 novembre, au départ du 3 Avenue des Quatre Otages (35 minutes ; arrêt de 10 minutes au Partage des Eaux).
Du lundi au mercredi et le vendredi et le samedi : 10h, 11h, 12h, 14h, 15h, 16h, 17h, 18h.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Le jeudi : 15h, 16h, 17h, 18h.
Tarif plein : 7€ / Tarif pour les 4 à 12 ans : 5€ / Gratuit pour les moins de 4 ans.



Vaison-la-Romaine : le Moulin de César rejoint le réseau de villages de vacances Capfrance

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



Cap France est un réseau de villages de vacances et d'hôtels clubs indépendants en France. Le Moulin de César, situé à Vaison-La-Romaine, vient de rejoindre ce réseau.

La résidence vauclusienne constitue l'escapade idéale au pied du Mont Ventoux, à deux pas des vestiges romains de Vaison-la-Romaine, non loin de la Drôme provençale, mais aussi proche des autres trésors que compte le département de Vaucluse. Le Moulin de César dispose de 30 chambres de deux à quatre lits simples, un pavillon de six chambres de 2 à 4 lits avec sanitaires partagés, ainsi que de deux studios équipés et climatisés pour deux personnes. En plus de son emplacement privilégié, la résidence charme les visiteurs grâce à sa terrasse ombragée, sa piscine, son bar extérieur et toutes ses autres prestations.

En rejoignant le réseau Capfrance, le Moulin de César bénéficie d'une nouvelle visibilité et affirme ses valeurs communes avec le réseau qui sont axés autour de l'accueil et la disponibilité des équipes sur place, le confort des hébergements et la qualité de la restauration. Capfrance établit diverses formules pouvant correspondre au plus grand nombre de profils et promet des expériences uniques à chaque séjour. Le Moulin de César fait partie de la gamme 'Avantage' de Capfrance, qui allie confort des

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

équipements et activités variées avec des journées rythmées par les séances sportives, les initiations ou encore les découvertes en tout genre.

« Partager des valeurs communes telles que la responsabilité citoyenne, environnementale et la découverte responsable de nos territoires est essentiel pour nous, explique Stéphane Roy, gestionnaire de la résidence de vacances. Notre établissement Le Moulin de César a rejoint Capfrance cette année et nous espérons notamment développer notre clientèle sportive. »

L'office de tourisme Vaison Ventoux Provence lance sa marque



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

La destination Vaison Ventoux Provence vient de présenter sa marque. Celle-ci a pour objectif de tracer le chemin identitaire de la destination et d'avoir une communication cohérente sur l'ensemble du territoire dans le but à la fois d'accroître et de cibler son attractivité.

Cette marque est le fruit d'une démarche participative incluant élus, professionnels du tourisme, institutions locales, partenaires de l'office de tourisme, associations et habitants, mais aussi d'une réflexion basée sur trois questions : Qui sommes-nous ? Qu'est-ce qui nous lie ? Qu'est-ce qui nous distingue ?

Dès le printemps 2023, il a fallu définir le positionnement de Vaison Ventoux Provence. En automne 2023, l'office de tourisme a défini les cibles pour développer un tourisme durable et sur les ailes de saison. Puis au début de l'année 2024, il a enfin été possible d'établir une stratégie touristique durable via une étude en cours, rendue possible grâce au Fonds national d'Aménagement et de Développement du Territoire.

Ainsi, la marque Vaison Ventoux Provence permet de mettre en valeur trois univers : Provence (Vaucluse), Drôme Provençale, Ventoux. Elle propose trois piliers d'offre : Culture & Patrimoine, Nature et Activités de Pleine Nature, Terroir et Produits Locaux. Enfin, elle se démarque par trois éléments différenciant : 2000 ans d'Histoire et d'histoires, une terre de partage intemporelle, une forte résilience.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026



©Vaison Ventoux Provence

Une nouvelle identité

La création de cette marque s'accompagne d'un nouveau logo avec :
•Le cercle symbolisant l'unité et l'intemporalité. La bulle représente symboliquement le monde Vaison Ventoux Provence, un lieu préservé et protégé.
•Le monogramme comme élément iconographique symbolisant la destination Vaison Ventoux dans une forme en légèreté et en douceur représentant l'art de vivre local et un chemin par lequel on entre et on sort pour représenter la rencontre, l'échange, le partage.
•La composition tout en équilibre et à l'assise solide témoigne de la force, de la résistance et de la résilience de la destination.

Le logo a également une déclinaison thématique avec « la porte », symbole architectural intemporel qui représente le passage entre deux mondes, l'ouverture accueillante, la découverte.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 6 novembre 2026

Le 15 mai, une vidéo de lancement de cette marque sera présentée au public via les réseaux sociaux de l'office de tourisme. À la fin du mois de mai, c'est un tout nouveau site internet qui va voir le jour et qui remplacera l'actuel.