Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

‘L’an zéro du tourisme’ ou ‘Penser l’avenir après la Grande Pandémie’

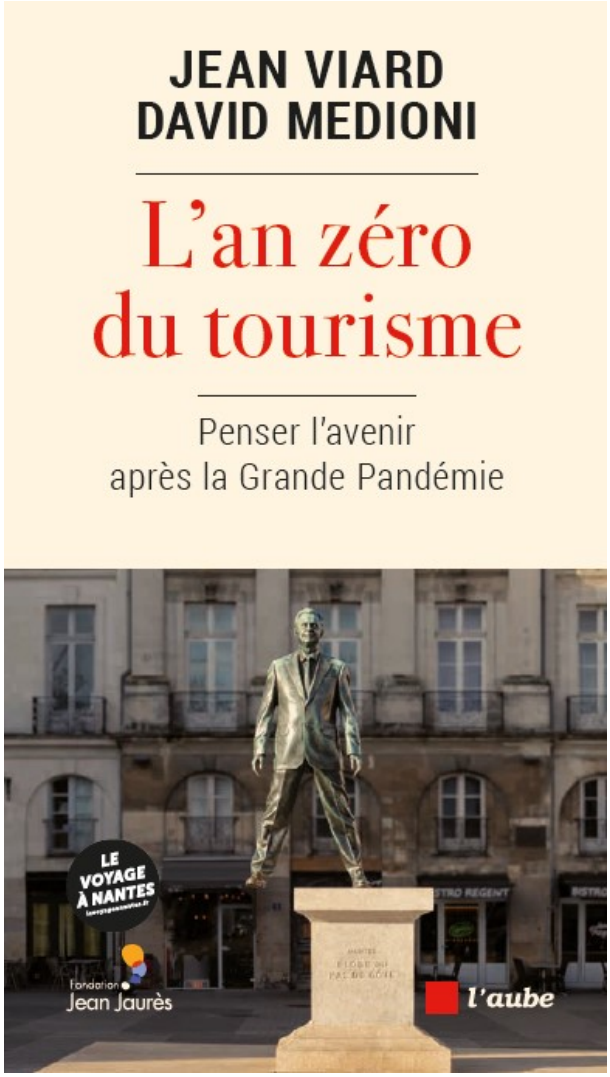
C’est le titre du dernier livre de Jean Viard (sociologue, directeur de recherche et fondateur des Editions de l’Aube à La Tour d’Aigues) et David Médioni (directeur de l’Observatoire des médias de la Fondation Jean Jaurès).

« La pandémie nous a enfermés chez nous, allions-nous encore parler de sur-tourisme, de pollution aérienne, de voyages, de théâtre et de festivals ? » demande en 4e de couverture du livre Jean Blaise, directeur du ‘Voyage à Nantes’, l’Office du Tourisme de Loire Atlantique qui a précisément organisé en septembre 2021 un Colloque sur ‘Le tourisme du futur’.
Cet opus de 167 pages reprend les thèmes abordés par les professionnels et observateurs du tourisme. En préambule, Jean Viard écrit : « Un jour, tout s’est arrêté. Avions, trains, voitures, spectacles, bars, restaurants, chacun s’est enfermé chez lui ». Alors que depuis des décennies, notamment les premiers congés octroyés aux salariés par le Front Populaire en 1936, se sont succédés « le tourisme social, les parcs, les réserves naturelles, les plages du Languedoc, les maisons de la culture ». Mais au printemps 2020, au lendemain du 1er tour des municipales, le 16 mars, le confinement nous a assignés à domicile. C’est à ce moment-là que l’économie du loisir s’est révélée indispensable pour faire société, le week-end ou pendant les vacances. « Peu à peu nous avons compris que nous étions comme revenus à l’année zéro de la société des loisirs et du tourisme » enchaîne le sociologue.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025



23 millions de touristes en Paca

A quoi ressemblera le tourisme du futur? Le Covid a conduit 1,5 milliard de touristes à rester cloîtrés ce qui nous amène à réfléchir, mais auparavant déjà, quelques signaux avaient clignoté et auraient pu nous alerter, l'aspiration à un tourisme de proximité, en diminuant l'usage à l'avion (avec le mouvement suédois 'Flygskam' ou sentiment de honte à cause de la pollution induite), la pénétration des cars de tourisme au coeur des centres historiques ou en interdisant les imposants navires de croisière dans la Lagune à Venise.

Le tourisme représente quand même 10% du PIB (Produit intérieur brut) et 2 millions d'emplois. La France attirait avant la pandémie 86 millions de touriste, la région Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur 23 millions, qui pèsent dans l'économie. 2020 a donné un coup d'arrêt à ces retombées dans le monde entier avec, d'après David Medioni, 4 000 milliards de cash évaporés. Il faut donc repenser le tourisme, le répartir sur les 4 saisons et pas seulement pendant l'été et les vacances scolaires, peut-être en limitant le

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

nombre de visiteurs, comme c'est le cas en ce moment pour la Calanque de Sugiton, entre Marseille et Cassis pour protéger la végétation, la qualité de l'environnement en évitant le piétinement et l'érosion des chemins.

Des endroits jadis confidentiels sont devenus des lieux de convoitise
Entre les billets low-cost et le numérique le tourisme a changé, selon les auteurs du livre : « 80% des Français qui voyagent préparent leur séjour en ligne, s'immergent en amont dans les musées et les monuments du patrimoine grâce au système de réalité augmentée » comme c'est le cas pour la visite du Palais des Papes avec Histopad. Mais, à contrario, cette visite virtuelle peut provoquer des excès, dénoncent-ils, « La glamourisation des paysages sur Instagram entraîne la création d'une image forte et puissante et des endroits jadis confidentiels qui sont devenus des lieux de convoitise forte où certains viennent seulement prendre une photo, la poster et dire 'J'y étais'.Et en étant exagérément retouchés, ces lieux sont rendus tellement désirables qu'ils en deviennent ensuite inaccessibles ».

Responsabiliser les touristes
La solution serait-elle alors de responsabiliser le touriste ? De lui faire signer une Charte de bonne conduite? Jean Blaise, directeur de 'Le voyage à Nantes' suggère que « Le voyage à nouveau remplace le tourisme », c'est à dire « Une approche intelligente, active de l'offre, alors que le mot tourisme implique 'de masse',comportements suivistes et déplacements absurdes. Et il pose avec humour une question pour conclure : « Décidons-nous d'attendre l'avion électrique et le paquebot à voiles pour le grand public d'ici 15 ans avant de renouer avec le grand international ? Réfléchissons ensemble… »

L'an zéro du tourisme. Jean Viard – David Médioni aux Editions de l'Aube (04 90 07 46 60)

---

2 temps en temps : découvrir le Luberon à mobylette

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

À Goult, 2 temps en temps propose de louer une mobylette pour aller découvrir le Luberon autrement. Fondée par Laurent Boissy, l'entreprise offre l'occasion de replonger dans le passé tout en découvrant le territoire tel qu'il est aujourd'hui.

À Goult, les moteurs des mobylettes rugissent alors qu'un petit groupe s'apprête à partir à la découverte des secrets du Luberon. Non loin de là, Laurent Boissy, fondateur de 2 temps en temps, la société de location de mobylette et d'organisation d'excursions autour du Luberon, les observe et s'assure que les aventuriers partent sans encombre.

Ouvert seulement depuis trois mois, 2 temps en temps attire déjà de nombreux touristes, mais pas seulement. Si Laurent a déjà confié ses mobylettes à des Australiens, des Suisses ou encore des Américains, elles sont très souvent louées par des Français. « Il y a beaucoup de personnes venant de départements autour du Vaucluse qui ne connaissent pas le Luberon et qui viennent le découvrir à mobylette », explique Laurent Boissy.

Une idée née d'une passion

Avant d'en faire un réel business, la mobylette représentait une passion pour Laurent. « D'aussi loin que

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

je me souvienne, j'ai toujours vu une mobylette dans les garages de mon père ou de mon grand-père », développe-t-il. C'est donc trois générations de passionnés qui ont conduit Laurent à baser son entreprise autour du véhicule. Depuis son adolescence, le jeune homme de 28 ans monte régulièrement sur une mobylette pour faire un tour du village où il a grandit et où il a implanté son entreprise, Goult.

> « Je voyais que ça attirait beaucoup, que les Goultois et les touristes étaient toujours très intrigués, c'est là que l'idée de 2 temps en temps a commencé à germer. »
>
> *Laurent Boissy*

C'est lors d'un voyage en Asie que son idée se concrétise. Pendant son année au Vietnam, Laurent découvre une partie du pays à moto. « C'est une façon complètement différente de découvrir un territoire par rapport à ce qu'on a l'habitude de faire », justifie-t-il. Si les touristes qu'accueille le Luberon ont plutôt l'habitude de louer des vélos pour découvrir les paysages vauclusiens, 2 temps en temps propose une expérience différente, et qui pourtant, s'en rapproche.

Des excursions pour tous

Laurent Boissy loue en tout 16 mobylettes de 50cm³ qui ont entre 40 et 60 ans. Elles ont la même base qu'un vélo, c'est-à-dire qu'elles nécessitent de pédaler mais seulement pour donner l'impulsion au départ et en montée. L'accélération et le freinage, eux, sont un petit peu différents du vélo, mais les mobylettes restent accessibles à tous. « J'ai eu beaucoup de retours de personnes qui n'en avaient jamais fait et qui m'ont dit que la prise en main était très rapide et facile », explique le passionné de mobylettes.

> « Ce sont des pièces de collection, je fais de la location mais je pourrais faire un petit musée. Elles sont authentiques, même la peinture n'a pas été refaite. »
>
> *Laurent Boissy*

Ainsi, les clients peuvent se lancer sans crainte sur les petites routes du Luberon. Pour ce faire, plusieurs formules s'offrent à eux. Ils peuvent choisir l'offre découverte de 2h30 à 40€ par personne ou l'offre demi-journée de 4h à 60€ par personne, qui sont les deux formules les plus populaires. Pour les plus aventureux, il est possible de partir toute une journée de 10h à 18h pour 90€ par personne. Il est également possible de louer une mobylette à l'heure à partir de 20€ par personne. Laurent peut aussi établir un itinéraire personnalisé sur devis. « Je m'adapte aussi à la période, explique Laurent. En juin, par exemple, c'était le pic de floraison des lavandes, donc je proposais une excursion 'Sunset' où les clients pouvaient se balader tranquillement jusqu'à arriver au milieu des champs de lavandes pile à

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

l'heure pour observer le coucher du soleil. »

La mobylette était très populaire des années 1960 aux années 1990. Aujourd'hui, beaucoup de collectionneurs la chérissent encore. ©Vanessa Arnal

Un lieu convivial

Si le local de 2 temps en temps abrite les 16 mobylettes et contient le garage où Laurent effectue ses réparations, il peut également faire office de lieu de rencontre et de partage. Sur place, il est possible de commander une boisson et de quoi grignoter, puis de s'installer sur la terrasse aménagée, même si l'on ne loue pas de mobylettes.

De plus, l'entreprise organise un afterwork tous les jeudis de 19h à 22h durant la saison estivale avec un food truck sur place. L'occasion idéale pour tous les propriétaires de mobylettes de se réunir, mais aussi à ceux qui n'en ont pas de passer un bon moment dans une ambiance guinguette au milieu de véhicules anciens.

La sécurité avant tout

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Si dans la vie de tous les jours, la mobylette peut être conduite dès 14 ans, à 2 temps en temps, il faut avoir 18 ans minimum, et détenir le Brevet de sécurité routière (BSR) ou le permis B. Une application a été créée pour l'entreprise afin que les clients partent de façon autonome. Dans cette application, les touristes trouvent un GPS avec leur itinéraire déjà prêt, mais également un bouton SOS, en cas d'accident, de crevaison ou autre. Laurent, qui reste au local, est toujours prêt à répondre à cet appel en cas de besoin de dépannage.

> « J'aime dire que la mobylette est une vieille dame, il faut y faire attention pour qu'elle vous ramène sain et sauf au point d'arrivée. »
>
> *Laurent Boissy*

Même si la prise en main du véhicule est relativement facile pour les amateurs comme pour ceux qui ont déjà de l'expérience, Laurent ne lésine pas sur les consignes de sécurité. Avant chaque départ de groupe, il prend en général 30 minutes pour bien expliquer tout ce qu'il y a à savoir sur la sécurité. Il organise ensuite une petite initiation sur le parking devant le local pour observer le comportement des clients, mais surtout voir s'ils sont à l'aise. « Si je remarque qu'une personne n'est pas vraiment à l'aise, je lui conseille de ne pas faire l'excursion, pour éviter tout accident », explique le fondateur de 2 temps en temps.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Laurent vérifie quotidiennement les véhicules afin d'assurer la sécurité de ses clients. ©Vanessa Arnal

L'impact environnemental

De nos jours, lorsque l'on crée une entreprise, la question de l'empreinte carbone prend une place primordiale. À quel point la mobylette, qui est un véhicule à essence, est-elle polluante ? « Il faut analyser sur le long terme, de sa fabrication à sa fin de vie », explique Laurent. Si on compare la mobylette avec le vélo électrique, qui est très prisé par les touristes, sur l'instant T, bien entendu, la mobylette va être plus polluante puisqu'elle contient de l'essence. De tous les moteurs, celui de la mobylette est celui qui pollue le moins avec une consommation de 2,5L d'essence pour 100km. Si on compare les deux véhicules de leur conception à leur fin de vie, l'argument change.

À la conception, la mobylette n'émet pas de pollution, contrairement au vélo électrique, puisque c'est un véhicule qui n'est plus fabriqué depuis le début des années 2000. Laurent rachète les mobylettes d'occasion, il fait donc du recyclage. En ce qui concerne la fin de vie, si la mobylette est quasiment composée à 100% de métaux recyclables, mise à part les pneus, le vélo électrique, lui, ne pourra être recyclé qu'en partie. Sa batterie pose notamment problème puisqu'aucune solution n'a encore été

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

trouvée pour la recycler entièrement. « Les deux arguments se discutent, conclut Laurent. Sur le long terme, il n’y a pas de grand gagnant, on pourrait dire qu’ils sont à égalité. »

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

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

Ces deux nouveaux partenaires viennent s’ajouter à l’office de tourisme Destination Luberon Cœur de

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Provence qui s'était allié à Luberon.fr l'année dernière. L'objectif de ces rapprochements est de multiplier l'offre touristique et d'étendre le rayonnement du Luberon. Avec l'intégration des offices de tourisme cumulée à l'influence digitale de Luberon.fr, les quatre entités (Luberon.fr, Destination Luberon Cœur de Provence, Pays d'Apt Luberon Tourisme et Isle-sur-la-Sorgue Tourisme) visent les 3 millions de visiteurs sur l'ensemble des sites Internet du réseau et 1 500 000 touristes touchés, et ce, dès cette année.

Un projet déjà bien en place

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

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

Le plan d'actions en route

Afin d'augmenter le rayonnement du Luberon et de stimuler les effets des partenariats au maximum, Luberon.fr a élaboré un plan d'actions opérationnel sur trois ans. Sur sept actions listées, cinq sont déjà engagées depuis l'année dernière : l'intégration des données touristiques des acteurs locaux sur Luberon.fr, la mise en avant des acteurs locaux sur Luberon.fr, la mise en place d'une régie publicitaire commune sur l'ensemble du réseau, la coordination des communications 'Promotion de territoire', et la promotion des billetteries de la destination sur Luberon.fr.

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

Un partenariat qui profite à tous

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

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

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

en ciblant un territoire plus large.

V.A.

Le Vaucluse, champion des réservations pour les vacances

Le site PAP (De Particulier à particulier) vient de dévoiler une étude* sur les réservations et les tendances pour l'été 2022. Il y apparaît que le Vaucluse est le département français qui enregistre la plus forte hausse (+51,6%) des demandes de réservations pour la période du 1er juillet au 31 août 2022 par rapport à la même période en 2019.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Dans ce classement (voir tableau ci-dessous), le Sud-Est est à la fête puisqu'il 'truste' les première place. Seule la Dordogne (10e avec +11,8%) joue les trouble-fêtes dans ce top 10 où nos voisins de l'Ardèche (3e avec +37,8%), de la Drôme (4e avec +24%), des Bouches-du-Rhône (5e avec +22,5%) et du Gard (6e avec +21,2%) se distinguent également. La Drôme présente également le plus fort taux d'occupation de France, enregistré au 31 mai, avec 79%.
Dans le même temps, les départements de la façade ouest pâtissent de leur météo de l'an dernier. Les 10 départements ayant le plus chuté en termes de demandes de réservations sont ainsi tous situés sur le littoral ouest. Et ce sont deux départements normands qui enregistrent les plus fortes baisses : le Calvados avec -25,9% et la Manche avec -20,2%.

Le Top 10 des plus fortes progressions par rapport à 2019

Vaucluse (84)	+ 51,6 %
Var (83)	+ 39,2 %
Ardèche (07)	+ 37,8 %
Drôme (26)	+ 24,0 %
Bouches du Rhône (13)	+ 22,5 %
Gard (30)	+ 21,2 %
Hautes-Alpes (05)	+ 20,5 %
Corse du Sud (2A)	+ 19,5 %
Haute Corse (2B)	+ 17,0 %
Dordogne (24)	+ 11,8 %

Classement des dix départements ayant enregistré les plus fortes progressions de demandes de réservations pour la période du 1er juillet au 31 août 2022 par rapport à la même période en 2019. Données au 31 mai 2022.

Cap vers le soleil
La météo particulièrement maussade durant l'été 2021 semble avoir incité les Français à privilégier les destinations au soleil. Ce n'est donc pas un hasard si la Côte-d'Azur (+30,6%), la Corse (+20,3%) et le Languedoc (+7,5%) affichent les plus fortes progressions régionales.
Côté campagne, la demande est en hausse de +22,1% par rapport à 2019. Une progression qui n'est

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

cependant pas homogène. Là encore, c'est le désir de soleil qui a dicté les choix de destinations, ce qui explique les très bons résultats des départements du quart Sud-Est.
Ainsi, si la Dordogne conserve sa première place du classement en termes de volumes de réservations, elle est désormais talonnée par le Vaucluse. Arrivent ensuite l'Ardèche, le Lot et la Drôme.

Des tarifs proches de la Côte d'Azur
Avec un prix moyen de 1 848€ la semaine pour une maison, le Vaucluse affiche également les tarifs les plus élevés des 'destinations' à la campagne. Loin devant la Drôme (1 538€ la semaine de location), l'Ardèche (1 214€), la Dordogne (1 138€) et le Lot (1 074€). Le Vaucluse est aussi le département où les prix ont le plus flambé : +11,9% par rapport à 2021.
De quoi afficher des tarifs supérieurs aux locations de maisons dans toutes les régions de montagne est de n'être devancé, pour les zones littorales, que par la Côte d'Azur (2 078€) et la Corse (1 961€).

Les prix, par semaine, d'une maison à la campagne pour l'été 2022

Prix moyens par semaine, pour la location d'une maison dans les 5 départements ayant enregistré le plus de demandes de réservations via PAPVacances.fr pour la période du 1er juillet au 31 août 2022. Données au 31 mai 2022.

Covid, présidentielle, Ukraine… l'actualité a influencé le niveau des réservations
« Accusant un léger retard, à la fin du mois de janvier, par rapport à 2019, les demandes de réservations

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

ont dépassé celles de 2019 suite aux annonces gouvernementales sur la levée progressive des restrictions sanitaires, explique de Particulier à particulier. Ce qui a permis aux Français qui avait du mal à se projeter pour l'été, à commencer à organiser leurs vacances. Cette embellie n'aura été que de courte durée, car dès la première semaine de mars 2022, on a assisté à une chute des réservations dans la foulée des premières hausses spectaculaires des prix de l'essence, consécutivement à l'invasion de l'Ukraine par la Russie. S'en est suivie une période d'incertitude, entretenue par l'élection présidentielle. Il aura donc fallu attendre la semaine de l'entre-deux tours de l'élection et la publication de plusieurs sondages donnant un écart plus marqué qu'au soir du second tour, entre les deux candidats finalistes, pour que la demande reparte. »
Au final, malgré ces événements, le niveau de réservations global en France au 31 mai affiche une progression de +2,6% par rapport à 2019, notamment grâce un niveau de réservations très élevé en mai.

Il n'y en aura pas pour tout le monde
A ce jour, le taux moyen d'occupation pour l'été 2022 s'élève à 63,6%. « Le choix commence à s'amenuiser, prévient papvacances.fr. Ceux qui n'ont pas encore pris leurs dispositions, s'ils veulent avoir plus de choix de destinations, devront se reporter sur les extrémités de l'été. A savoir début juillet et fin août. »
Dans le détail, se sont surtout les semaines du 30 juillet (79%), du 6 août (86%) et du 13 août (78%) qui présentent les plus forts taux d'occupation. Enfin, selon les types de zones, le niveau d'occupation reste homogène – mer (65,1%), étranger (64,7%), campagne (64,5%) – à l'exception de la montagne (49,9%) qui présente un écart important.

Etude basée sur 194 616 demandes de réservations effectuées via le site PAP Vacances entre le 1er janvier et le 31 mai 2022 pour la période du jeudi 1er juillet au 31 août 2022 comparées aux réservations enregistrées sur la même période de 2019 et aux tarifs de la même période en 2021.*
*** Pour les locations de vacances, PAP a créé en 2001, papvacances.fr. Avec 92 millions de pages vues par an, PAP Vacances est devenu l'un des sites leaders des locations saisonnières* en France.

Tourisme patrimonial : le Vaucluse au top des revenus des hôtes Airbnb

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Le département de Vaucluse apparaît en 4e position du top 10 des départements affichant les plus haut revenus pour les hôtes du patrimoine Airbnb. Créée ce mois-ci par la plateforme de location d'hébergement touristique chez les particuliers, la catégorie 'patrimoine' correspond aux logements d'intérêts historiques datant du XIXe siècle au moins. Une offre Airbnb qui regroupe actuellement plus de 4 000 hébergements en France.

« Ces dernières années, les habitudes de voyage ont évolué : de plus en plus de visiteurs se rendent dans des destinations moins peuplées et souhaitent découvrir le monde rural et le patrimoine local, explique la plate-forme créée en 2007 à San Francisco. S'inscrivant dans cette tendance et souhaitant rééquilibrer les voyages en faveur des destinations moins touristiques, Airbnb s'est associé à l'Association des maires ruraux de France afin de promouvoir l'incroyable diversité des sites historiques en France. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Opportunité économique et revenu vital
Cette catégorie 'patrimoine' suscite un grand intérêt auprès des voyageurs avec des taux de réservation en 2021 en hausse de +65% par rapport à 2019 (avant le Covid). Elle semble constituer aussi une véritable opportunité économique : les hôtes de logements du patrimoine en France ont gagné plus de 5 300€ en 2021, contre 3 800€ pour les autres hôtes de l'Hexagone.
Le classement des départements par revenus généralement constatés en 2021 est dominé par la Gironde, la Dordogne et le Calvados. Echouant au pied du podium, le Vaucluse est ensuite suivi par la Seine-Maritime, l'Indre-et-Loire, le Gard, la Charente-Maritime, la Saône-et-Loire ainsi que les Alpes-Maritimes.
« Il s'agit d'un revenu vital pour les hôtes et leurs familles, qui les aide à couvrir les frais d'entretien élevés et à préserver leurs demeures familiales pour les générations à venir », explique Airbnb.

Le Vaucluse et le Gard à la fête
Le Vaucluse est également présent dans le top 10 du nombre de logements puisqu'il figure en 6e position derrière la Dordogne, la Gironde, l'Indre-et-Loire, le Calvados et l'Aude. Il devance ensuite le Lot-et-Garonne, l'Hérault, le Maine-et-Loire et le Gard qui clôture ce classement.
Enfin, concernant les 10 logements 'patrimoine' les plus plébiscités, le Moulin des Roberts à Gordes se classe en 8e position. Devant on trouve également un chalet en pierre dans un château de à Saint-Victor-la-Coste, dans le Gard à côté de Lirac, en 6e position ainsi qu'une bastide à Aix-en-Provence (4e position).

Soutien au patrimoine rural
Avec un don de 5,6M€, Airbnb est devenu le principal mécène du programme 'Patrimoine et Tourisme local' de la Fondation du patrimoine. Dans le cadre de ce programme, la Fondation soutiendra jusqu'à 200 projets de restauration d'édifices publics et privés dans toute la France rurale.
« L'engagement d'Airbnb en faveur du patrimoine rural en France, combiné aux retombées économiques des voyages sur la plate-forme, contribue
à un renouveau sans précédent du monde rural, se félicite Airbnb. Les premiers bénéficiaires de cette dynamique sont les habitants de ces territoires, qui avaient jusqu'alors été privés des retombées du tourisme. »

Vaucluse Provence Attractivité : comment continuer d'attirer en Vaucluse en 2022 ?

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

L'agence du développement, du tourisme et des territoires Vaucluse Provence Attractivité (VPA) vient d'organiser son assemblée générale ordinaire au parc de l'Arbousière à Châteauneuf-de-Gadagne. L'occasion de dresser le bilan de l'année 2021 et de présenter son plan pour 2022.

L'agence Vaucluse Provence Attractivité, qui a acquis une réelle légitimité auprès du territoire depuis sa naissance en 2017, se démène chaque année pour proposer un plan qui fera rayonner le département aux niveaux national et international. Les membres de l'organisme tiennent à mettre en avant l'esprit coopératif de ce dernier qui émerge d'une étroite collaboration entre le Conseil départemental, les EPCI, les chambres consulaires et des organismes privés et publics. « Nous sommes très attachés à cette proximité », explique Pierre Gonzalvez, président de VPA.

Si ces dernières années ont été placées sous le signe du Covid-19, l'attraction touristique du Vaucluse n'a pas pour autant disparu. Durant la première année de crise sanitaire en 2020, le département a tout de même perçu 93% de la fréquentation touristique de 2019. Ainsi, la pandémie s'est présentée comme un accélérateur pour l'élaboration d'un plan d'attractivité effectif, que ce soit pour le tourisme du Vaucluse, ou bien pour venir s'y installer. L'année 2021 s'est traduite par un plan d'adaptabilité. Avec un budget ressources s'élevant à plus de 3,6 millions d'euros et un budget dépenses d'un même montant, qu'en

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

sera-t-il de l'année 2022 ?

L'attraction par différentes formes de tourisme

L'année 2021 a marqué un retour quasiment à la normale en terme d'attraction touristique avec 20,6M de nuitées enregistrées, ce qui représente -7% par rapport à 2019 mais +28% par rapport à 2020 avec +11% de touristes venant de la France. Cette augmentation, en comparaison avec la première année du Covid-19, peut se traduire par le renforcement de la filière 'vélo' ainsi que la création de la filière 'rando'. Cette dernière a été mise en place dans le but de renforcer le 'slow' tourisme, « vers un art de vivre slow et éco en Vaucluse », comme le présente Alain Gévodant, chef de projet tourisme de VPA. Le slow tourisme privilégie les déplacements propres, à pied, à vélo ou à cheval, dans une optique de s'imprégner pleinement de la nature mais aussi de la préserver.

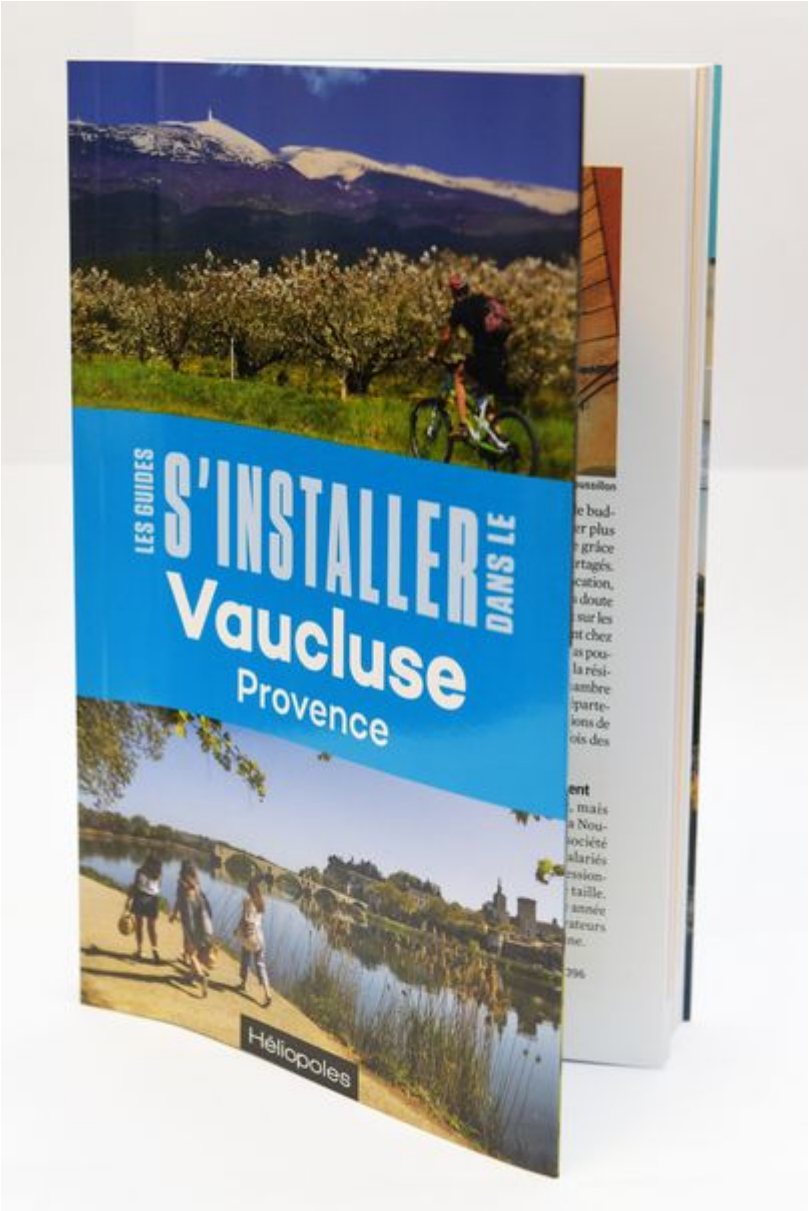
En 2022, VPA souhaite renforcer les filières 'vélo' et 'rando' tout en développant d'autres formes de tourisme. Parmi celles mises en avant par l'agence, il y a la relance du 'tourisme & handicap'. Aujourd'hui, 10 lieux ont ce label en Vaucluse, comme le Musée de la lavande à Cabrières-d'Avignon, le pont d'Avignon, l'hôtel First Inn à Apt, et bien d'autres que vous pouvez retrouver sur le site Provence Guide. Le tourisme de savoir-faire va également être mis en lumière cette année. « Nous souhaitons répondre à une demande de connaissance, mais aussi d'authenticité », développe Cathy Fermanian, directrice générale de VPA. Un aspect important de la saison estivale qui arrive va résider dans la gestion des flux, notamment sur les sites à enjeu.

L'installation en Vaucluse

Si attirer les touristes est important pour le rayonnement du Vaucluse, attirer les entrepreneurs et les chefs d'entreprise l'est tout autant. En 2021, 340 projets ont été détectés, dont 97 accompagnés, ce qui a déclenché 67 visites qui ont façonné de nouvelles opportunités d'installation dans le département. Au total, 21 entreprises sont venues s'y implantées dont 4 étrangères. La création d'un guide 'S'installer dans le Vaucluse', pour aider ces chefs d'entreprise, a également marqué l'année passée.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025



Le guide est disponible en librairie et sur toutes les plateformes de vente en ligne.

Cette année, l'idée serait de continuer de fédérer n réseau de chefs d'entreprise, notamment grâce à la Team Vaucluse qui vient d'être créée par le Conseil départemental. L'objectif de VPA est d'attirer des projets à impact en lien avec les circuits courts, l'économie sociale et solidaire, mais également la transition écologique. « Le Vaucluse a un écosystème très attractif », explique Cathy Fermanian en donnant l'exemple de la reprise de l'hôtel des Monnaies à Avignon qui vient d'être signée.

Une communication d'envergure

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Ces deux dernières années, la Région Sud a voulu relancer son tourisme, notamment à travers sa campagne #OnatousbesoinduSud qui a fait l'objet d'une troisième édition en 2022. Lancée en 2020 pour contrer les effets de la pandémie sur le tourisme, cette campagne, qui, cette année, va durer jusqu'au mois de juin, a pour objectif d'inciter les Français à redécouvrir la richesse des territoires.

« Cette année, nous allons notamment pouvoir faire rayonner le Vaucluse à travers l'émission 'La carte aux trésors' qui a été tournée dans le département en 2021 et qui devrait être diffusée cet été sur France 3 », a développé Florence de Meyer, directrice de la communication de VPA. Ainsi, la campagne poursuit son chemin tout en s'amplifiant afin de créer une envie de Vaucluse.

Des relations indispensables avec les étrangers

L'année 2021 a également été placée sous le signe des accueils de presse pour VPA. L'agence a pu accueillir 75 médias français et européens et a également entrepris à une tournée médiatique en Suisse, à Zurich et Lausanne où elle a pu rencontrer 25 supports de presse. Le Vaucluse a également pu accueillir 5 journalistes belges directement à la cité des papes grâce à la liaison aérienne entre Anvers et l'aéroport d'Avignon desservie par la compagnie belge Tui Fly depuis juin 2021.

Si le concept du 'tour-opérateur' a été largement promu en 2021 avec l'accueil d'Américains et l'émergence d'une nouvelle clientèle avec des Mexicains, 2022 devrait perpétuer ce concept avec la reprise des grands rendez-vous 'tour-opérateur'. « 2022 sera l'année de l'investissement financier, mais surtout de l'investissement humain », poursuit Cathy Fermanian.

Internet, l'outil clé

Ces dernières années, les 6 sites de VPA ont eu le droit à une refonte complète afin de créer une cohérence entre les uns et les autres. En 2020, l'agence a remarqué une augmentation de 7% de la fréquentation sur ses différents sites. De plus, le Vaucluse développe un réseau wifi touristique. L'objectif, à terme, serait d'implanter des bornes wifi en extérieur et en intérieur sur 172 sites du département.

Cet accès internet permettrait aux touristes d'utiliser l'application 'Explore Vaucluse' qui s'adapte au séjour de l'utilisateur et lui propose des activités en fonction de ses dates de séjour mais aussi de la météo. Ainsi, VPA prévoit de pousser ce nouvel outil auprès des touristes, mais aussi des Vauclusiens à travers diverses campagnes.

Un nouveau partenariat pour favoriser l'attraction

Durant l'assemblée générale ordinaire de Vaucluse Provence Attractivité, l'agence a également signé un nouveau partenariat avec le Comité des banques de Vaucluse de la Fédération française des banques. Une alliance qui est lancée pour les trois prochaines années sous la forme d'une enveloppe financière.

Ce nouveau partenariat a pour objectif de faciliter l'implantation et le développement des entreprises

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

dans le département. Les deux entités s'allient pour développer les territoires vauclusiens et ainsi, rendre le département toujours plus attractif.

Avignon : La résurrection de l'hôtel des Monnaies prévue pour 2025

Voilà plus de 15 ans que l'hôtel des Monnaies était inoccupé. Pourtant, les projets n'ont pas manqué pour cet édifice, le plus italien des bâtiments d'Avignon, situé si stratégiquement en face du palais des papes. Celui-ci semble être enfin le bon grâce à un groupe hôtelier lyonnais qui va également porter un projet de résidence hôtelière au 33 place des Corps-saints. De quoi créer 62 chambres et 40 emplois via un investissement de 15M€.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

La Ville d'Avignon et le groupe é-hôtels viennent de signer la promesse de vente de l'hôtel des Monnaies, ainsi que celui de Niel adjacent, situés place du palais des papes. Le groupe hôtelier indépendant lyonnais, qui compte déjà plusieurs établissements dans la capitale des Gaules ainsi qu'un à Toulon, souhaite aménager un hôtel avec bar-restaurant, espaces bien-être et salle de réunion d'une capacité de 40 chambres.
« C'est un moment important pour Avignon avec l'aboutissement de ce projet, se félicite Cécile Helle, maire d'Avignon, car ce joyau de notre patrimoine, va enfin pouvoir rouvrir ses portes après une trop longue fermeture de plus de 15 ans. »
Il faut dire que depuis le transfert du conservatoire de musique et de danse vers l'ancien palais de justice près de la place Pie en 2007, l'édifice, classé depuis 1862 et inscrit au patrimoine mondial de l'humanité de l'Unesco, est resté désespérément vide.
Les projets n'ont pourtant pas manqué afin de réinvestir cet ensemble de près de 1 500m2 (635m2 pour l'hôtel des Monnaies et 798m2 pour celui de Niel).

Cécile Helle, maire d'Avignon (à droite sur la photo), et Marianne Borthayre, présidente d'é-hôtels, signent les accords de cessions des hôtels des Monnaies et Niel.

Une succession de projets avortés
Ainsi en 2009 déjà, l'ancienne municipalité de Marie-Josée Roig avait annoncé en grande pompe la vente du site pour 3M€ au groupe britannique Art'Otel. Cette filiale de Park Plaza Hôtel souhaitait aménager

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

un hôtel 4 étoiles de 27 chambres comprenant aussi un restaurant panoramique sur le toit, un bar 'lounge', un grand salon ainsi que la création d'un atrium intérieur avec une toiture en verre afin de compenser le manque de lumière provenant de la façade aveugle baroque datant de 1619. L'ensemble, décoré par le couturier japonais Kenzo, devait être inauguré en 2012, après 2 ans de travaux.
Les contraintes architecturales du lieu (ndlr : notamment l'absence de fenêtres extérieures en 1er et 2e étage de la façade principale) semble avoir eu raison du projet dont le peu de chambres a aussi mis à mal sa viabilité économique.

Toujours inoccupé en 2013, l'ancienne équipe municipale envisage alors la création d'une œnothèque régionale des Côtes-du-Rhône proposant des ateliers oenogastronomiques. Une opération menée en complément du réaménagement de l'ancienne banque de France (hôtel Calvet de la Palun), située à quelques dizaines de mètres, dans le cadre du projet 'Carré du Palais' d'Inter-Rhône, l'interprofession des vins de la Vallée du Rhône.
Il est alors aussi prévu que l'hôtel des Monnaies héberge un restaurant, un café glacier, une boulangerie-pâtisserie, une librairie gastronomique, des espaces culturels et une résidence para-hôtelière ou des logements (situés eux, plutôt vers la partie Ouest et la rue de la Balance). Le tout devant être opérationnel en 2015…
Nonobstant ce nouveau revers, le cabinet de Marie-Josée Roig imaginera même métamorphoser l'endroit en musée d'une grande maison de cristallerie française de luxe (très probablement la maison Lalique).

Retour à la vie estival
Malgré tout, le bâtiment commandité en son temps par le cardinal Scipion Borghese, légat du pape Paul V, reprend vie ponctuellement durant le festival. En servant de base arrière au Off pendant quelques années ou en accueillant des spectacles du In comme en 2014 avec le spectacle déambulatoire 'Dire ce qu'on ne pense pas dans des langues qu'on ne parle pas' d'Antonio Araujo (voir photo ci-dessous).

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Bien qu'inoccupé depuis 2007, l'hôtel des Monnaies a repris parfois vie grâce à des événements culturels. Ici l'entrée du palais des papes vue depuis l'intérieur du bâtiment baroque lors d'une des représentations de 'Dire ce qu'on ne pense pas dans des langues qu'on ne parle pas' d'Antonio Araujo lors de l'édition 2014 du festival d'Avignon. © Christophe Raynaud de Lage.

Avec l'arrivée de la nouvelle municipalité en 2014, la commune relève à nouveau le défi. En 2016, elle lance un appel à projet pour abriter une boutique Hôtel comportant une trentaine de chambres tout en aménageant une 'maison des avignonnais' abritant un Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine (CIAP), outil de connaissance de l'environnement et du cadre de vie sur un espace de 350m2 environ. Un investissement de 1,1M€ financé par le prix de la vente de hôtel des Monnaies et de l'hôtel de Niel au promoteur hôtelier pour un montant de 2,3M€.

Enfin la bonne ?

Deux ans plus tard, c'est le projet porté par Bruno Donchegay qui est retenu parmi les quatre candidatures reçues. Ce dernier, déjà propriétaire de l'hôtel du palais depuis une vingtaine d'années et du restaurant le Lutrin, situés juste à côté, souhaite réaliser un hôtel 4 étoiles. Un investissement de 3,8M€ plus 2,2M€ pour l'achat des bâtiments auprès de la Ville.

« La gageure est de lier les deux hôtels qui ont été bien abimés par les aménagements successifs dont ceux de l'école et du conservatoire de musique dans les années 1990 », expliquait alors l'architecte avignonnais Jean-Paul Cassulo chargé du projet avec l'agence lyonnaise Reppelin et Lardin architectes et

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

le bureau d'études avignonnais IGBAT.
Dans ce cadre, il est prévu de redonner ses anciens volumes au bâtiment profondément modifié au fil du temps. Un atrium, couvert par une fine verrière, doit être le point central autour duquel tourne l'ensemble du projet (voir photo ci-dessous).

Un atrium, couvert par une fine verrière, devrait être le point central du projet précédent conçu par l'architecte avignonnais Jean-Paul Cassulo chargé du projet avec l'agence lyonnaise Reppelin et Lardin architectes et le bureau d'études avignonnais IGBAT.

Une interconnexion entre les deux hôtels doit aussi permettre de créer un passage semi-public entre la place du Palais et la rue de la Balance via un ascenseur alors que Citadis est chargé d'aménager le futur CIAP de 255m2 qui présentera l'histoire architectural et les futurs projets urbains de la cité des papes à horizon 2030-2040.
Au final, le projet table sur la création de 34 chambres de 20 à 40 m2, proposées entre 180€ et 240€ la nuit. Le début des travaux est alors annoncé avant la fin de l'année 2018 pour une livraison espérée dans le courant du 1er trimestre 2020. Mais patatras… Faute de garanties financières suffisantes, ce projet s'ajoute à son tour à la longue liste des dossiers inaboutis.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Par ici la monnaie

C'est à ce moment là qu'entre en scène VPA (Vaucluse Provence attractivité). En contact avec les responsables du groupe é-hôtels, l'agence de développement économique du Conseil départemental de Vaucluse les met en relation avec la ville d'Avignon en recherche d'un nouveau partenaire.

« Nous avons été mis en contact par VPA au moment où Marianne Borthayre et Jean-Luc Mathias, les fondateurs du groupe hôtelier indépendant, prospectaient dans le Vaucluse », confirme Cécile Helle qui, au passage, abandonne l'idée du CIAP, afin d'augmenter le nombre de chambres afin de raffermir la viabilité économique du dossier.

Ces passionnés d'architecture et de patrimoine sont rapidement séduits par l'endroit qui dispose de la façade la plus italienne d'Avignon. Eux, qui donnent une nouvelle vie à des lieux au passé déjà riche sont donc prêts à se lancer dans l'aventure comme ils l'ont déjà fait notamment dans le cœur de Lyon avec le 'Collège hôtel' en 2003 ou le 'Fourvière hôtel' en 2015 dans un ancien couvent du XIXe siècle (voir photo ci-dessous).

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Le ‘Fourvière hôtel’ réalisé en 2015 dans un ancien couvent du XIXe siècle.

La philosophie du groupe ? Des emplacements exceptionnels, la valorisation d’un patrimoine architectural et une hôtellerie à thème.
« On nous parle de l’accessibilité, explique Jean-Luc Mathias, mais si c’était à proximité de l’autoroute tout le monde l’aurait déjà fait. C’est parce que c’est impossible que nous relevons le défi. »
Pour la ville, l’enjeu est de taille car il s’agit avant tout de redonner vie à un édifice qui fait directement face au palais des papes et à ses 650 000 visiteurs annuels (hors années Covid).

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Une philosophie qui séduit la Ville
« L'objectif est de renforcer l'attractivité touristique d'Avignon tout en magnifiant son patrimoine » insiste la maire qui estime également que « la ville manque d'hôtels de charme offrant une expérience unique avec des chambres qui vous font ressentir l'Histoire et la culture de la ville où elles sont implantées. »
« Le groupe propose une hôtellerie personnalisée, originale sans jamais être excentrique et révélant un minimalisme assumé, dans laquelle le client est au cœur des préoccupations, confirme la communication d'é-hôtels. Des lieux imaginés pour faire vivre à ceux qui y séjournent des expériences sensorielles de chaque instant et des moments d'émotions. »
La municipalité de la cité des papes a été aussi séduite par la taille humaine du groupe qui privilégie également la qualité de vie pour ses employés. « Nous mettons en place une philosophie nouvelle dans l'hôtellerie, précise Jean-Luc Mathias, car il n'y a pas que les niveaux des rémunérations. Il y a aussi le confort de travail, la possibilité de disposer de week-end de temps en temps ou bien encore de ne pas travailler en continu. » Les 40 futurs salariés devraient donc disposer de conditions optimales dans un lieu d'exception.

Situé juste en face du palais des papes l'hôtel des Monnaies représente un enjeu majeur pour l'attractivité touristique et patrimoniale d'Avignon.

2 pour le prix de 1
Et comme un bonheur n'arrive jamais seul, la municipalité a su également convaincre les repreneurs de l'hôtel des Monnaies de se porter acquéreur du 33, place des Corps-Saints acquis par la Citadis en 2016 auprès de l'Etat dans le cadre de la concession d'aménagement du centre-ville.
C'est là qu'é-hotels va également réaliser une résidence hôtelière d'une capacité de 22 chambres qui permettra de retrouver la liaison entre l'église des Célestins, récemment restaurée par la Ville d'Avignon, le rez-de-chaussée de l'immeuble et la Chapelle Saint-Michel.
« Ce seront ainsi, au total, à partir de 2025, plus de 60 chambres d'hôtel supérieures qui accueilleront tourisme d'affaire et de loisir », se félicite Cécile Helle ravie aussi de voir « des investisseurs qui croient à la dynamisme de ce territoire. »
« Ce projet double, avec un positionnement dans la ville qui invite à y déambuler, nous conforte dans la stratégie de cheminement que nous avons créé jusqu'au palais des papes », poursuit-elle.
Porté par 'Mise en œuvre', société rattachée au groupe hôtelier è-hôtel, la transaction s'élève à 2,3M€ pour l'acquisition de l'hôtel des Monnaies et l'hôtel de Niel (selon l'évaluation réalisé par France domaine en septembre dernier) et 700 000€ pour l'immeuble du 33 place des Corps-Saints.
Pour ce dernier, l'accord s'accompagne d'une mise à disposition de la chapelle Saint-Michel par l'intermédiaire d'un bail emphytéotique de droit commun d'une durée de 50 ans et d'une redevance annuelle de 2 500€ pour le compte de la municipalité. Au terme du bail, le repreneur sera tenu de remettre gratuitement l'ensemble immobilier réhabilité à la ville, en bon état d'entretien et d'utilisation. Tous les travaux ayant pu être réalisés resteront propriété de la ville sans que le preneur ne puisse réclamer une quelconque rétribution.
« Les travaux devraient démarrer début 2023 pour une ouverture des deux sites début 2025 », espère Marianne Borthayre dont le groupe va investir 15M€ pour l'achat et les chantiers des deux lieux. Une inauguration que la ville souhaite à l'occasion du dispositif 'Avignon, Terre de Culture 2025'.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

L'église de la chapelle Saint-Michel va être mise à disposition du groupe hôtelier è-hôtel dans le cadre d'un bail emphytéotique de droit commun d'une durée de 50 ans. A l'issue, le preneur sera tenu de remettre gratuitement l'ensemble immobilier réhabilité à la ville.

Tourisme : Avignon, Gordes et Roussillon au firmament des internautes

Likibu, 1er comparateur de location de vacances entre particuliers, vient de dévoiler son classement des villes et villages touristiques les plus recherchés par les internautes. Un palmarès où le Vaucluse est à la fête.

Avec 220 440 requêtes sur les 12 derniers mois, Avignon arrive ainsi en 2e position des villes françaises de moins de 100 000 habitants plébiscitées via le moteur de recherche Google lors de requêtes effectuées au cours des 12 derniers mois sur les thèmes 'Que faire', 'Que voir', 'Que visiter'. Dans ce top 50, la cité des papes est seulement devancée par La Rochelle (234 580 requêtes). Derrière on retrouve Saint-Malo, Narbonne, Biarritz, Bayonne, Colmar, Vannes, Sète et les Sables-d'Olonne. Plus loin, Cannes arrive 14e, Arles 15e, La Ciotat 31e et Saint-Raphaël 39e.

Toujours sur les mêmes critères, Likibu a également dressé le top 30 des villages les plus recherchés par les internautes. Si Rocamadour arrive en tête (110 000 requêtes), Gordes apparaît en deuxième position (60 500). Les villages vauclusiens de Roussillon (10e) et Lourmarin (18e) ainsi que ceux des Baux-de-Provence (5e) et de Grignan (29e) complète ce carton plein local.

L.G.

Bédoin : quand le naturisme s'affiche dans le métro parisien

Les campings France 4 Naturisme viennent de lancer une campagne d'affichages sur les murs du métro

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

parisien. La campagne, débutée le 9 mai dernier pour s'achever le 15 mai, vise à attirer de nouveaux adeptes du naturisme dans l'un des 6 villages-camping français du groupe dont celui du Domaine de Bélézy à Bédoin. Situé au pied du Ventoux, ce camping naturiste dispose d'une capacité de 320 emplacements ainsi que 121 locations (bungalow, bungalow toile, chalet, mobile homes, tente).
Depuis le début de l'année, le camping naturiste vauclusien 5 étoiles a enregistré une hausse de son chiffre d'affaires de +14% par rapport à 2019. Même engouement pour l'ensemble du groupe présent aussi dans les Landes, le Médoc, l'Hérault, en Ardèche et en Corse qui, dans le même temps, affiche une augmentation globale de son activité de +27%. Avec un vrai boom chez les Européens, +43% chez les Néerlandais, 30% chez les Allemands, 10% chez les Belges …

La France se met à nu
De quoi renforcer la position de la France, première destination naturiste mondiale avec environ 2 millions de Français et 2 millions d'étrangers qui pratiquent le naturisme dans l'Hexagone tous les ans.

La France est première destination naturiste mondiale. Un engouement qui profite comme ici au Domaine Bélézy à Bédoin qui a enregistré une hausse de son activité de +14% depuis le début de l'année.

« Le naturisme fait de plus en plus d'adeptes, explique Jean-Guy Amat, gérant de France 4 Naturisme qui représente aujourd'hui 30% de l'offre naturiste en France et 40% du chiffres d'affaires du naturisme. Il y a encore des fausses idées autour de cette pratique et nous souhaitons faire changer les mentalités. C'est pour cela que nous avons choisi de mettre en avant nos valeurs dans cette campagne publicitaire. Nous avons hâte d'accueillir de nouveau l'ensemble de nos clients européens, et aussi de partager notre engouement avec un nouveau public, dans cet état d'esprit de convivialité et d'ambiance familiale qui nous caractérise si bien. »

Liberté, égalité, nudité
Depuis quelques années le naturisme a le vent en poupe. Il attire ainsi chaque saison un nombre conséquent de nouveaux naturistes. Une nouvelle clientèle de jeunes trentenaires ou de familles avec jeunes enfants, stressés par la ville et le travail, qui cherchent à déconnecter et se ressourcer au plus près de la nature, particulièrement après avoir vécu l'épreuve du confinement. Après 2 années de Covid, France 4 Naturisme s'attend donc à une très bonne saison avec un retour en force des européens dans les différents campings du réseau.