Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Stratégie : Avignon veut réinventer le tourisme de demain

Après une année 2019 exceptionnelle, la fréquentation touristique d'Avignon a ensuite connu un sévère coup d'arrêt avec la crise sanitaire du Covid-19. Depuis, le redémarrage a eu lieu par à-coups mais le secteur ne sera plus jamais le même. La remise en cause est à l'échelle mondiale. Si le tourisme de masse et le sur-tourisme sont ainsi montrés du doigt, des grandes tendances commencent déjà à s'imposer, comme le tourisme durable, l'éco-tourisme, le tourisme réflexif… Pour répondre à ces défis, la ville d'Avignon vient de dévoiler sa stratégie 'Avignon ambition tourisme 2022-2030'. Un plan qui se décline en près de 60 actions concrètes pour ce secteur qui représente 1 emploi sur 6 dans la cité des papes.

Fin novembre 2021, la ville d'Avignon avait réuni l'ensemble des acteurs du tourisme de la cité des papes afin de lancer son initiative 'Avignon ambition tourisme'. Pour débuter cette réflexion devant définir la stratégie de la ville pour les années à venir, la démarche a commencé par trois ateliers de travail afin de déterminer le tourisme de demain.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Organisé sur les thèmes ‘La nouvelle donne écologique : vers un tourisme durable et responsable’, ‘La nouvelle donne humaine : vers un tourisme hospitalier et solidaire’ et ‘La nouvelle donne territoriale : vers un tourisme expérientiel et insolite’, ces trois rendez-vous ont ainsi permis de donner la parole aux professionnels du secteur (hôteliers, restaurateurs, cafetiers, hébergeurs, transporteurs, prestataires, organisations professionnelles…) ainsi qu’à tous ceux qui, de près ou de loin, sont concernés par les retombées de l’activité touristique (collectivités, chambres consulaires, commerçants, acteurs culturels, riverains, ou simple citoyen).

Avignon veut jouer la carte d’un tourisme apaisé à taille humaine. ©Hocquel A. – VPA

La porte d’entrée de la Provence

« Il faut vraiment penser le tourisme de demain, avait alors expliqué Cécile Helle, maire d’Avignon, en préambule de ces ateliers. Le tourisme patrimonial et historique ainsi que le festival sont aujourd’hui les piliers du tourisme avignonnais et de sa notoriété internationale. La situation géographique d’Avignon, au sein d’un espace touristique plus vaste, est également un des principaux facteurs de son attractivité : c’est une véritable porte d’entrée pour découvrir la Provence pour nombre de touristes. Sa taille humaine constitue tout autant un atout considérable car elle permet de percevoir très rapidement l’art et la qualité de vie propre à une ville provençale du Sud de la France. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Une position idéale qui a notamment permis à la cité des papes d'afficher une année 2019 record avec 682 650 visiteurs au palais des papes, 452 000 au pont Saint-Bénezet et 1,5 millions de nuitées. Mais ça c'était avant le Covid.
Depuis, la crise sanitaire a en effet rabattu les cartes du tourisme mondial en mettant le secteur à l'arrêt pendant de long mois.
« Cette crise a mis en avant les faiblesses et les fragilités de ce secteur tout en accélérant l'émergence de nouvelles aspirations et attentes des touristes ou voyageurs, obligeant les acteurs du territoire à mieux se projeter dans l'avenir et se renouveler, en repensant notamment la manière d'accueillir les visiteurs et les touristes », constate la maire d'Avignon.

> **« Sauver nos vacances, sans détruire le monde. »**
>
> *Rémy Knafou*

Invité lors du lancement de cette réflexion, Rémy Knafou, géographe et professeur à la Sorbonne, spécialiste du tourisme, avait constaté les effets de plus en plus pervers de la sur-fréquentation. L'auteur de l'ouvrage 'Réinventer le tourisme. Sauver nos vacances sans détruire le monde' avait notamment mis en avant l'insoutenabilité d'un modèle touristique exponentiel (entre les années 1980 et 2020 le flux des touristes a été multiplié par près de 7 dans le monde).
Et tout cela n'est pas sans conséquences pour la planète quand l'on sait que les touristes consomment +211% d'eau, +287% d'énergie et produisent +27% de déchets que les populations résidentes. Sur notre territoire, les visiteurs émettraient ainsi l'équivalent de 1 800kt de CO_2.
« Le tourisme, confirme ainsi la maire d'Avignon, est donc à un moment charnière où il doit se réinventer afin de répondre à ces nouvelles aspirations et transitions plus globales actuellement en cours – climatique et sanitaire, et leur incidences écologiques, humaines et territoriales – tout en poursuivant sa dynamique d'innovation. »

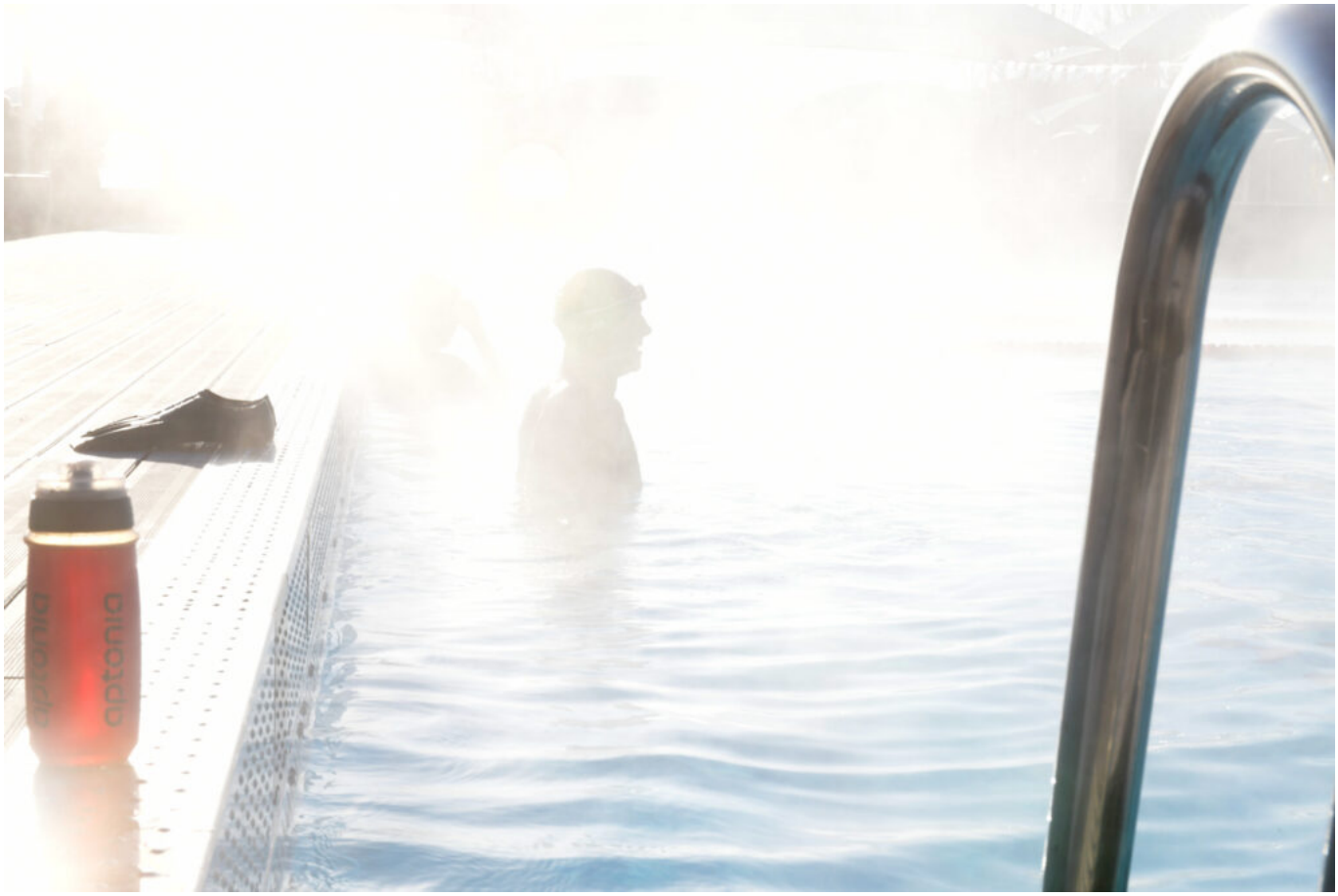
Un tourisme de masse destructeur ?
Protestations des riverains comme à Barcelone ou à Venise, le tourisme de masse semble avoir aussi des effets destructeurs sur le territoire en opposant visiteurs de quelques jours et résidents. Plus près de nous les Calanques ou l'Isle-sur-la-Sorgue ont souffert de cette trop forte présence, générant nuisances pour les habitants et insatisfaction pour les touristes.
Prenant notamment les exemples d'Amsterdam, Rémy Knafou évoque « l'appel à la décroissance comme solution à la marchandisation de la ville asservie à un tourisme de masse destructeur » lancé il y a quelques années par le médiateur de la capitale néerlandaise.

« Il s'agit notamment de sortir de la seule logique d'attractivité de la ville pour se diriger vers un tourisme qui sera vécu par les habitants comme un atout supplémentaire », insiste Cécile Helle.
« En ville, la population résidente doit aussi être au centre du système pour une conscience plus forte de l'acceptabilité du tourisme », confirme Rémy Knafou qui prône la régulation d'un système touristique

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

mondialisé. Le tout en conciliant la présence des touristes qui, là aussi, « ne sont pas clairement au centre du système, alors qu'ils le font vivre. »



Afin de repenser l'offre en lien avec le changement climatique, la Ville veut que l'office de tourisme commercialise l'offre de loisirs du nouveau stade nautique notamment en l'intégrant dans 'l'Avignon city pass'.

Un plan en 60 actions concrètes

Cinq mois après ces ateliers, la Ville est donc maintenant en mesure de lancer son plan 'Avignon ambition tourisme' qui décline sa nouvelle stratégie touristique jusqu'en 2030 imaginée en partenariat avec l'Aurav, l'Agence d'urbanisme Rhône Avignon Vaucluse, et Avignon tourisme, l'office de tourisme de la Ville.

Pour cela, la commune, qui vient de voter le principe de sa mise en application lors du dernier conseil municipal, prévoit un plan d'une soixantaine d'actions. Elles seront déclinées en 3 temps : 2022-2023, 2023-2026 et 2026-2030.

Pour débuter, la stratégie 2022-2023 comprend 19 actions (à découvrir ici dans leur intégralité) permettant un meilleur accueil des cyclistes et des cyclotouristes, des tarifs dégressifs de stationnement,

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

un encadrement des locations meublées touristiques, une meilleure gestion des déchets pour les professionnels du tourisme, l'extension de la charte 'Eco-festival : objectif zéro plastique', la création d'une charte de vie nocturne, une meilleur signalétique ou bien encore l'incitation des professionnels à s'approvisionner en produits locaux.
L'initiative intègre également des formations à l'accueil et aux langues étrangères, le partage d'expérience entre les différents acteurs ainsi que la création d'un réseau d'ambassadeurs. Autres idées : la mise en place d'un passeport Unesco permettant de visiter les 7 sites classés situés dans un rayon de 90 km (une concentration unique au monde), dont 2 à Avignon et la création de parcours urbains insolites.
« Les actions que nous voulons engager prennent parfois plus de temps ou demandent davantage d'investissements, précise Marc Simelière, conseiller municipal délégué au tourisme et aussi président d'Avignon tourisme. C'est pour cela qu'elles seront échelonnées jusqu'en 2030. »

Cécile Helle, maire d'Avignon, et Marc Simelière, conseiller municipal délégué au tourisme.

Les étapes suivantes prévoient également la mise en place d'un 'pass transport visiteur' valable 24h à

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

48h, l'alimentation de tous les bâtiments publics en énergie propre, décliner le principe des bistrots de pays en bistrots de quartier, collecter en amont les déchets des bateaux croisières pour éviter conteneurs le long du Rhône, améliorer l'accessibilité pour toutes les formes de handicap, proposer des tarifs réduits aux habitants lors des grands événements, augmenter les zones de fraîcheur et d'ombre, transformer la foire d'Avignon en salon du 'Made in local', développer les événements insolites…

Place à 'la ville nature'
« Le tourisme responsable et durable n'est plus objectif mais bel et bien une nécessité, une priorité absolue, martèle Cécile Helle.
Avec la proximité d'espaces naturels comme l'île de la Barthelasse et 700 ha, les nombreux terrains agricoles de la ceinture verte, le secteur encore préservé de Courtine ou bien encore les 11km de voies vertes, Avignon ne manque pas d'atouts pour revendiquer le titre de 'ville nature'.
« Le tourisme à venir sera encore plus diversifié, plus authentique, plus expérientiel », poursuit la maire de la cité des papes pour qui ces nouveaux modes de tourisme responsable ne doivent pas être qu'un simple « positionnement marketing mais une démarche transversale indispensable dans toutes les activités ».

Pour Cécile Helle, l'objectif est tout particulièrement « d'accroître la durée du séjour sur Avignon ainsi que de passer d'une saison touristique à une année touristique. Il s'agira de veiller à une meilleure répartition des flux de visiteurs et des retombées pour meilleur gestion dans le temps et dans l'espace. » Les clientèles de 'proximité' venant de Lyon, Marseille, Nice, Paris, Toulouse, Montpellier sont clairement visées là où 50% des visiteurs étaient étrangers avant le Covid.

De nombreux atouts pour atteindre les objectifs
Pour atteindre ces objectifs, la cité des papes ne manque cependant pas d'atouts. Disposant déjà d'une capacité de 4 200 chambres d'hôtel, Avignon regroupe 700 restaurants dont 3 établissements étoilés. Capitale des Côtes-du-Rhône et accueillant des Halles particulièrement reconnues ainsi que de nombreux marchés, la ville est l'incarnation de l'art de vivre gastronomique provençale.

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

Avignon veut capitaliser sur son art de vivre et sa gastronomie. ©Jeff Habourdin – Inter-Rhône

Côté culture, son attractivité ne se limite pas à son festival et ses monuments classés, puisque la commune compte 4,3km de remparts ainsi que 8 musées dont 5 entièrement gratuits. Tout cela sans oublier le tourisme d'affaires et ses 16 salles de congrès ainsi qu'une gare TGV qui a dépassé toutes les estimations de trafic de la SNCF.
L'enjeu est de taille pour Avignon où les secteurs de l'hébergement et de la restauration représentent près de 2 900 salariés alors que l'ensemble de l'activité touristique pèse 9 600 emplois au total, soit 1 emploi sur 6 dans la cité des papes.

'On a tous besoin du Sud' : relancer le

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

tourisme après deux ans de pandémie

Pour la troisième année consécutive, le Conseil départemental de Vaucluse et l'agence Vaucluse Provence Attractivité ont décidé de prendre part à la campagne de relance 'On a tous besoin du Sud'.

Cette campagne a été lancée en 2020 par le comité Sud, et coordonnée par le Comité régional de tourisme, dans le but de contrer la pandémie qui a fortement impacté le tourisme et a privé la région de ses visiteurs internationaux. « L'impact de la campagne est tel qu'avec Dominique Santoni, Présidente du Conseil départemental de Vaucluse, nous avons d'emblée donné notre accord à l'idée d'un troisième round », a déclaré Pierre Gonzalvez, président de Vaucluse Provence Attractivité.

L'objectif reste inchangé : inciter les Français à redécouvrir la richesse des territoires via un plan de communication d'envergure. Pour ce faire, la campagne, qui va durer jusqu'au mois de juin, s'étale notamment dans les grands médias nationaux comme le journal Le Monde ou encore les chaînes

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

télévisées TF1, TMC et LCI. Les territoires de la région seront mis en avant lors de créneaux de diffusion stratégiques. « Sous la bannière de ‘On a tous besoin du Sud’, nous avons pu accéder à des leviers de communication forts et puissants que nous n’aurions pas pu nous offrir seul », a ajouté Pierre Gonzalvez.

V.A.

Pâques : le Vaucluse fait le plein de réservations

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Le Vaucluse consolide sa réputation de destination nature à l'occasion des prochaines vacances de Pâques.

Pour le grand retour des vacances de Pâques depuis 2019 après deux périodes de confinements successifs en 2020 et 2021, le Vaucluse semble être une destination qui fait fureur. Une nouvelle étude réalisée par PAP vacances (Particuliers à particuliers)* rapporte un attrait particulier pour le département avec un doublement des projets de réservation par rapport à 2019, faisant de lui le département du sud-est qui attire le plus et le deuxième département en métropole en terme de progression globale derrière le Lot.

Ces chiffres ne traduisent pas d'un phénomène nouveau mais plutôt confirment la tendance générale installée post-covid d'une forte demande d'espaces naturels et d'espaces moins fréquentés (le Vaucluse à enregistré à l'été 2021 une augmentation des réservations de +22% par rapport à 2019 et de +10% par rapport à 2020). La campagne attire, certes, mais a cela s'ajoute une envie irrépressible d'authenticité, d'espaces ensoleillés et d'une répartition du territoire répondant aux besoins des touristes, ce auquel la destination Vaucluse correspond parfaitement que ce soit en termes de réservation, de transport et même de camping-cars.

En ce sens, cela explique également la forte progression des réservations dans trois autres départements du Sud-Est à l'occasion des prochaines vacances de Pâques, avec une hausse relevée de +44,3% dans le Gard, +42,3% en Ardèche et +36,3% dans la Drôme.

La première destination des touristes reste tout de même la mer à 73% mais celle-ci n'enregistre pas d'évolution significative. En revanche, le ski au printemps ne fait pas recette avec des réservations en baisse jusqu'a -40% depuis 2019 sur plusieurs destinations.

C'est tout de même l'Outre-mer qui enregistre les plus hauts scores de projets de réservation. Si la progression dans son ensemble s'élève à +36% par rapport à 2019, ce qui avait été observé lors des précédentes vacances scolaires se confirme: une nouvelle fois, la Réunion se distingue avec une hausse des demandes de réservation de +107,9%, suivi par la Guadeloupe avec +90,4%.

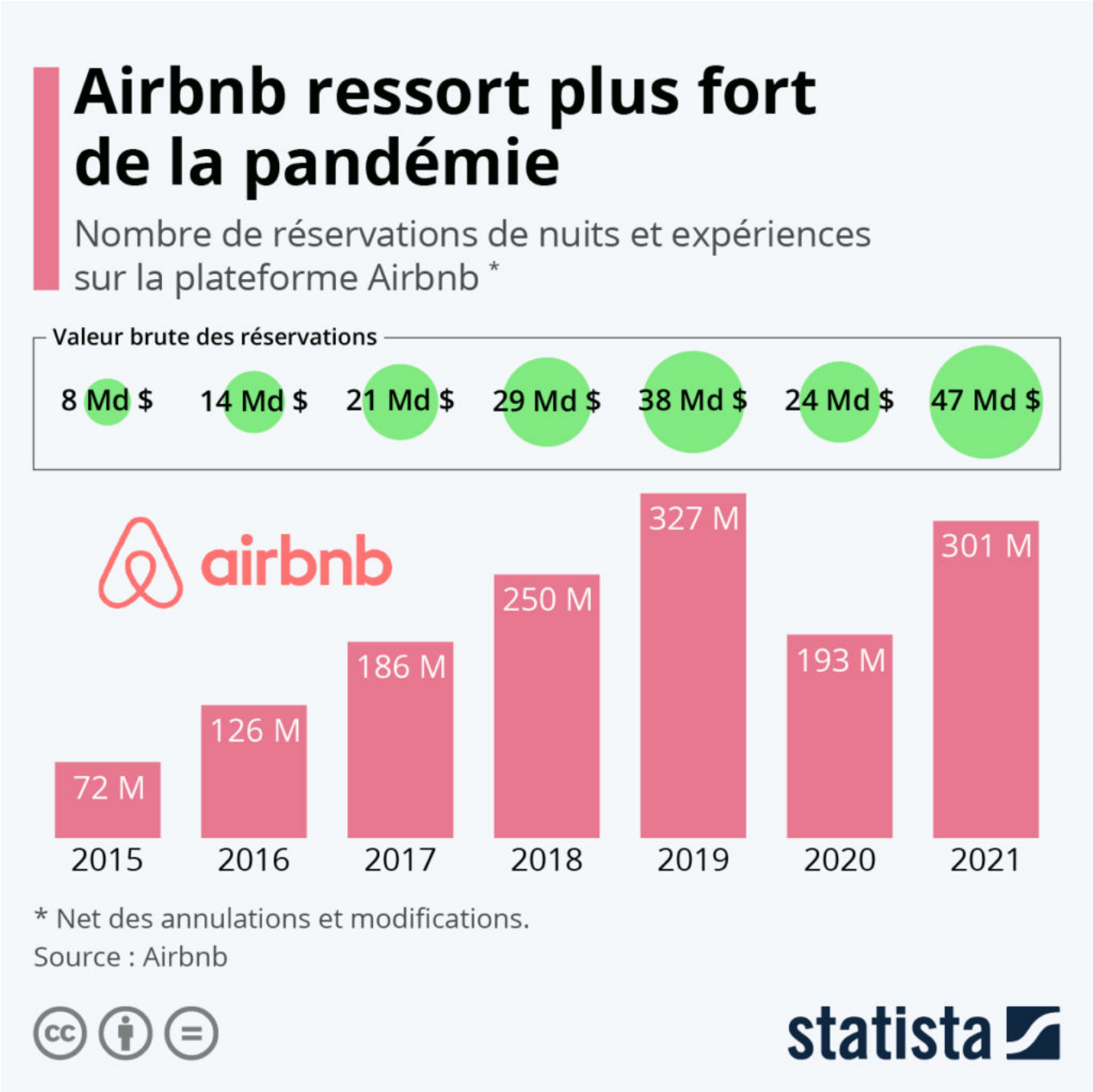
Alice Durand

**Méthodologie. Etude basée sur 18 768 demandes de réservations effectuées pour la période du samedi 9 avril 2022 au dimanche 7 mai 2022 (vacances de Pâques), comparées aux réservations effectuées pour les vacances de Pâques 2019 (du samedi 6 avril 2019 au dimanche 5 mai 2019).*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Airbnb ressort plus fort de la pandémie



Après avoir vu ses réservations chuter de plus de 40 % à cause de la pandémie en 2020, Airbnb a

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

remarquablement rebondi en 2021. Malgré l'impact persistant du Covid-19 sur le tourisme international, le leader du marché de la location saisonnière a fait état d'une hausse de 56 % du nombre de nuits et d'expériences réservées sur sa plateforme, ramenant le total des réservations quasiment à son niveau de 2019. Si l'on regarde la valeur brute des réservations, l'année 2021 a même dépassé 2019 de plus de 20 %, car de nombreux hôtes ont augmenté les prix pour compenser les pertes de 2020.

Mais comment se fait-il qu'Airbnb s'en soit aussi bien sorti, alors que le tourisme est resté au ralenti pendant une grande partie de l'année ? Il est intéressant de noter que l'entreprise a trouvé un moyen de tirer parti des circonstances uniques créées par la pandémie. « Nous vivons le plus grand changement en matière de voyage depuis l'avènement des vols commerciaux », écrit la société dans sa dernière lettre aux actionnaires. « Le travail à distance a libéré de nombreuses personnes de la nécessité d'être dans un bureau tous les jours », offrant ainsi à des millions de personnes la possibilité de travailler depuis n'importe où dans le monde.

En raison de cette liberté nouvellement acquise, une nuit sur cinq réservée sur la plateforme au quatrième trimestre 2021 concernait des séjours d'un mois ou plus et près de 175 000 personnes ont réservé un séjour de trois mois ou plus l'année dernière. « Alors que des millions de personnes vivent dans des logements Airbnb pendant des semaines, des mois ou des saisons entières », l'entreprise prévoit de capitaliser sur cette tendance à l'avenir.

De Tristan Gaudiaut pour Statista

Isle-sur-la-Sorgue, Un bilan touristique au top pour cause de stratégie affûtée

L'Isle-sur-la-Sorgue fait partie des villes les plus visitées du Vaucluse. Pour cela, elle a mis en place une stratégie, faisant naturellement alliance avec ses voisins. Résultat ? Un maillage territorial séduisant qui propose aux touristes des circuits cohérents comme Fontaine-de-Vaucluse, Gordes et l'Isle dans la même journée. L'info la plus importante de cette 2e année de pandémie ? 95 % des touristes proviennent de l'hexagone et de la région.

Ce succès ?
L'Isle-sur-la-Sorgue le doit à une professionnalisation à tous les étages de l'accueil physique et à des photos artistiquement travaillées, en passant par des textes dignes de Giono, sur Internet, mon tout étant délivré en plusieurs langues. Au final ? Tout le monde est gagnant. Dans les coulisses ? Le recrutement de profils affûtés et talentueux. L'exigence ? Elle paie ! Ce qui est visé ? Un tourisme pluriel mêlant

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

toutes les propositions : Patrimoine, culture, art, œnologie, aventure, tourisme agricole, antiquité décoration, métiers d'art.

DR La Venise Comtadine

Un nouveau tourisme
C'est dans les salons du Grand Hôtel Henri qu'Eric Bruxelle, président de l'Isle-sur-la-Sorgue Tourisme, vice-président de la Communauté de communes Pays-des-Sorgues et Mont-de-Vaucluse, également délégué au tourisme et à l'événementiel et Xavier Feuillant, directeur Isle-sur-la-Sorgue Tourisme ont présenté 'La stratégie touristique de l'Isle-sur-la-Sorgue tourisme et les projets 2022 et 2023'.

Les enjeux ?
Lisser dans le temps et l'espace le flux touristique pour une destination vivante toute l'année. Autre donnée ? Les habitants de l'Isle-sur-la-Sorgue sont au cœur de l'offre touristique puisque plus de 50% de l'offre d'hébergement se fait via des plateformes collaboratives et les privés. Un atout majeur aussi pour éviter les conflits habitants-touristes et tendre vers l'aplanissement du sur-tourisme.

Ce qui a fait la différence ?
Si l'offre touristique se déploie désormais plus aisément, c'est qu'en amont, l'ensemble des acteurs professionnels et particuliers, se sont engagés à travailler ensemble, se sont professionnalisés et exercés au numérique. Et aussi : «Nous sommes une des rares villes de France à pouvoir proposer des hébergements, des commerces et une restauration continuellement ouverte sur l'année, relève Eric Bruxelle.»

Tourisme mode d'emploi
Parce que l'habitant est de venu un acteur majeur du tourisme, l'Isle-sur-la-Sorgue Tourisme a créé une plateforme dédiée pour échanger, former, communiquer sur les programmes touristiques, les évènements tout au long de l'année mais également sur les règles et comportements quand on est loueur saisonnier ou locataire saisonnier : gestion des déchets, relation avec le voisinage, découverte du territoire, développement de services…
Autre chose ? Les grands événements nationaux et internationaux sont dorénavant planifiés en dehors des pics estivaux. Enfin, l'Office de tourisme s'est lancé dans la recréation de son site Internet pour en optimiser la visibilité.

En pointillés noirs l'année 2019, en orange l'année 2020 et en vert l'année 2021

Une fréquentation record malgré la Covid
L'année 2021 ? Elle s'est révélée extraordinaire, et cela malgré la Covid et l'absence de touristes étrangers. La preuve ? Par exemple la fréquentation à Fontaine de Vaucluse s'élève à 800 000 visiteurs en 2021 tandis qu'à l'Isle-sur-la-Sorgue elle atteint un niveau record avec 1,5 million de visiteurs répartis sur toute l'année, même si la clientèle étrangère a repointé le bout de son nez au dernier trimestre.

Les chiffres à la loupe ?
«En 2021, les hôtels du territoire enregistrent environ 11 000 nuitées, soit 9% de plus par rapport à

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

2019, précise Xavier Feuillant. Concernant les nuitées globales (tout type d'hébergement y compris les nuitées étrangères), le pourcentage s'élève à plus 17 % par rapport à 2019. Si logiquement le nombre de nuitées étrangères enregistre une baisse de – 4 % par rapport à 2019 sur la saison estivale et -31 % sur l'ensemble de l'année en raison des restrictions liées à la crise sanitaire, le nombre de nuitées, toutes périodes confondues, est supérieure à 2019 et à 2020 sur l'ensemble des temps forts à l'année, et ce, en étant pénalisé par l'absence des touristes étrangers. 2021 reste donc une année record par rapport à 2020 et 2019. »

Les restaurateurs aussi se frottent les mains
«Si ces très bons résultats sont avérés pour ce qui est du locatif, les restaurateurs enregistrent en 2020 et 2021 des années exceptionnelles avec un record battu de fréquentation et ce, malgré la distanciation et les périodes de fermeture. Il faut dire que l'Isle-sur-la-Sorgue a mis en place une stratégie offensive : avec l'espacement des tables imposé, les restaurateurs ont pu agrandir les terrasses sur l'espace public et ont ainsi pu compenser partiellement leurs pertes et avoir une meilleure année que hors Covid.»

Di-ver-si-fier
Si la Venise Comtadine adore qu'on la qualifie de Capitale des antiquités toute l'année et du shopping indépendant, elle veut ouvrir encore plus grand l'éventail de son charme… Pour développer le tourisme vert alors elle cible «les vacanciers traditionnels -qui ne bénéficient pas d'une communication particulière pour éviter le sur tourisme- ; la clientèle nature/outdoor dont l'approche nature et sport peut se faire toute l'année ; la clientèle de proximité qui s'est révélée essentielle pendant la crise -la clientèle étrangère. Et puis il y a le tourisme d'affaires qui pourrait être développé par Belambra (plus de 50 clubs nichés dans les plus beaux endroits de France),» assure Eric Bruxelle.

DR Les roues à aubes de l'Isle-sur-la-Sorgue

Mettre au jour des richesses encore trop inexploitées
Eric Bruxelle et Xavier feuillant pensent coopération et planification. Alors on s'organise autour du Festival du Château de Saumane-de-Vaucluse avec ses expositions temporaires d'ici 2022/2023 ; de la Fondation Villa Datris pour l'art moderne; du Pôle multiculturel de l'Isle-sur-la-Sorgue avec son cinéma de trois salles en cours de réalisation qui sera opérationnel en 2024 dans le cadre de la Réhabilitation de l'Ilot de la Tour d'Argent et des expositions du Centre d'art contemporain Campredon. Le patrimoine culturel mettra, lui, en valeur la brocante, l'histoire de l'Isle-sur-la-Sorgue ainsi que les sites remarquables mis en lien pour une proposition plus variée.

Question d'urbanisme
L'urbanisme n'a pas été oublié et pour cause car mal adapté, il peut clairement freiner le tourisme et reste un outil essentiel du bien vivre et de l'apaisement de la ville. Ainsi il est prévu la construction d'un hôtel 5 étoiles en 2024 ; l'embellissement du centre historique du Thor ; la piétonisation du centre-ville de Fontaine de Vaucluse ; la rénovation du site de Belambra pour accueillir un important tourisme d'affaires ; un nouvel office de tourisme en services partagés à Châteuneuf-de-Gadagne

Dans les cartons ?

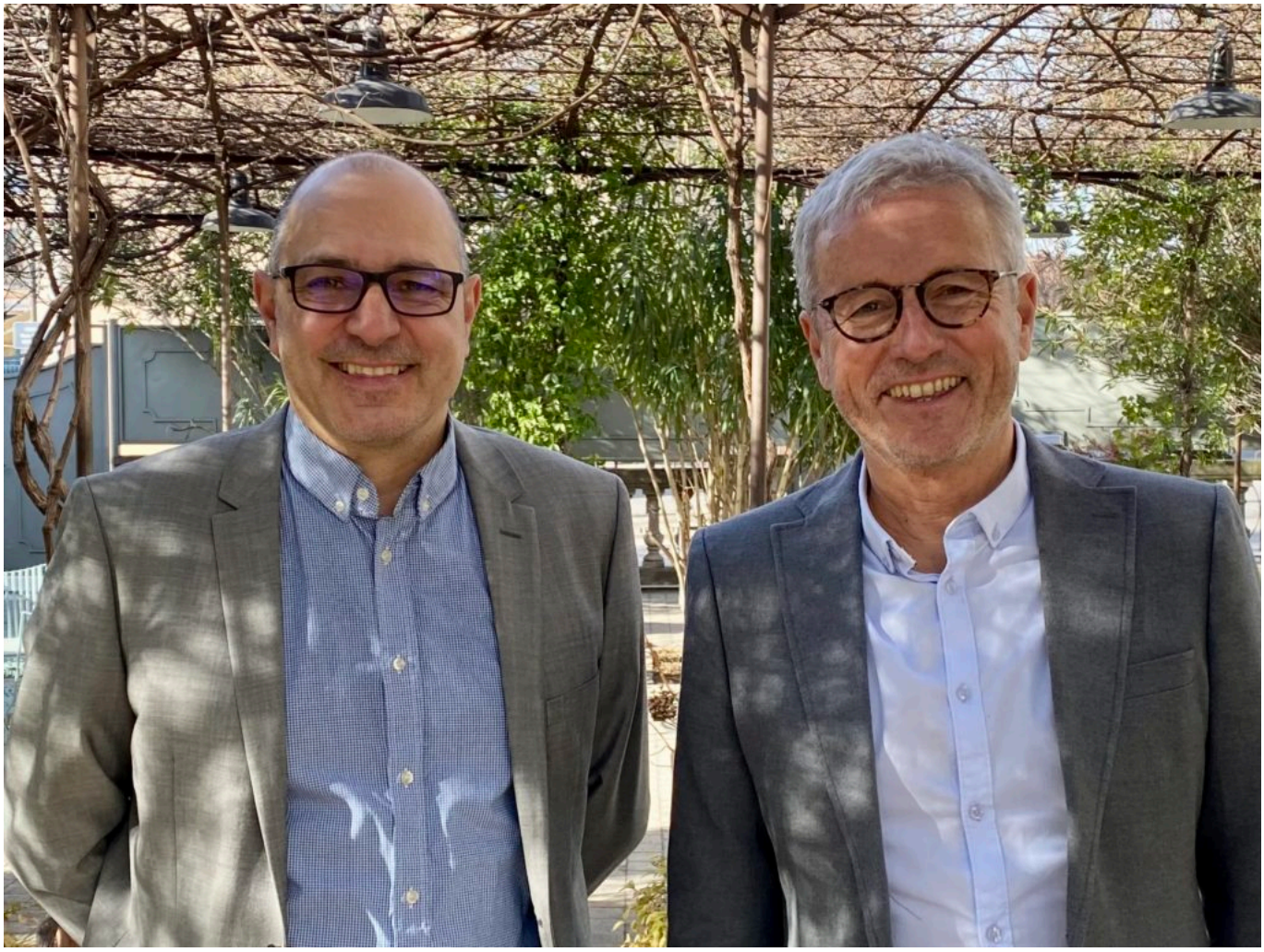
Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Un accueil, une gestion et une exploitation de l'office entièrement numérisée ; Un développement de la commercialisation des offres touristiques, billetterie ; Un pôle évènements chargé de fédérer l'offre évènementielle de la communauté de communes et la création d'un symposium international de l'attractivité en territoire rural premier trimestre 2023.

La Labellisation

Elle est dorénavant incontournable et marque l'obligation de remplir de sévères critères de qualité. C'est notamment le cas de l'Epic tourisme (Établissement public industriel et commercial) qui vise l'obtention du label d'Excellence première catégorie sachant que la marque 'Qualité tourisme' a été obtenue en janvier dernier, « avec la meilleure note jamais obtenue pour un office de tourisme », a souligné Eric Bruxelle qui vise de devenir une station classée de tourisme, et, en 2022, obtenir le classement en catégorie 1. Évidemment un tourisme harmonieux réclame d'inscrire les activités touristiques dans une démarche sociale, bienveillante et plus éco-responsable. En cela Xavier Feuillant vise l'obtention du Label Grand site de France dans 5 ou 6 ans.



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Xavier Feuillant et Eric Bruxelle, très satisfaits du bilan touristique 2021, et cela malgré la pandémie qui a démontré que le tourisme est avant tout national et régional

---

Airbnb a reversé plus de 400 000€ à Avignon en 2021

Selon Airbnb, la plateforme de location d'hébergement touristique chez les particuliers créée en 2007 à San Francisco aurait reversé plus de 400 000€ de taxe de séjour à la ville d'Avignon pour 2021*. Avec cette somme, la cité des papes figure en 8e position en Provence-Alpes-Côte d'Azur derrière Marseille (plus de 1,9M€), Nice (plus de 1,2M€), Cannes (plus de 1M€), Aix-en-Provence (plus de 580 000€), Antibes (plus de 520 000 €), Hyères (plus de 450 000€) et Saint-Raphaël (plus de 440 000€). Avignon devance La Ciotat (400 000€), Cassis (plus de 350 000€), Arles (plus de 290 000€), Toulon (plus de 290 000€), Fréjus (plus de 280 000€) et Six-Fours-les-Plages (plus de 220 000€).
Au total, d'ici la fin de l'année, Airbnb aura reversé plus de 93M€ de taxe de séjour à plus de 29 000 communes françaises pour 2021* dont plus de 18,6M€ en Provence-Alpes-Côte d'Azur.
Sans surprise, les plus importants montants de taxe de séjour collectée par Airbnb vont à la ville de Paris (plus de 9,4M€). Cependant, Marseille, Nice et Cannes complète le podium national en se classant respectivement 2e, 3e et 4e.

Un tiers de la collecte à destination des communes de moins de 3 500 habitants
« Le reversement de la taxe de séjour par Airbnb profite de manière croissante à une diversité de collectivités, au-delà des plus grandes villes et des principales destinations touristiques, explique la plateforme. Cette année, Airbnb reverse 27M€ de taxe de séjour aux communes françaises de moins de 3 500 habitants. La taxe de séjour collectée dans le cadre de locations meublés touristiques est ainsi devenue une ressource de plus en plus conséquente pour les petites communes, pour la plupart situées en zone rurale. Chaque année, Airbnb profite à un nombre croissant de communes, y compris à des communes sans hébergement hôtelier qui ne percevaient auparavant aucun revenu du tourisme. Alors que seulement 7 000 communes françaises disposent d'un hébergement de type hôtelier, Airbnb collecte désormais la taxe de séjour dans plus de 29 000 villes françaises. »

**Taxe de séjour collectée auprès des voyageurs en France entre le 1er novembre 2020 et le 31 octobre 2021.*

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

Hôtel Mercure Avignon TGV, un havre de paix au cœur de Confluence

Le voilà revu de pied en cap, le Mercure Avignon TGV. 115 chambres 4 étoiles, un restaurant bistronomique, des salons séminaires, un espace co-working, 1 spa de 230m2 avec sa piscine intérieure chauffée, une autre en extérieur et, enfin, un boulodrome finissent de planter le décor. Il aura fallu 15M€ et deux ans de travaux pour métamorphoser l'ancien bâtiment Kyriad en un établissement 'pilote' du groupe Accor.

Il se trouve juste à côté de la salle des ventes tenue par Patrick Armengau… L'hôtel Mercure Avignon TGV. Sa clientèle ? Des familles européennes et Françaises, en transit où venues visiter la région qui fait le plein du lieu en juillet et août dernier, en même temps qu'elle se gorge de soleil et de bonne humeur. Un usage que Nicolas Inglese, directeur de l'établissement, verrait bien s'installer tout au long de l'année parce qu'ici le temps est souvent plus doux et ensoleillé qu'ailleurs. Ambition ? Proposer un véritable lieu

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

de vie pour télé-travailler mais aussi se distraire, nager, se faire masser et, bien sûr se restaurer.

Au plan gourmand ?
Il y a 'Les Gustaves' le restaurant avec, au piano, Julien Valente, un ancien de l'école hôtelière et de chez Cuisine & Comptoir de la place des Corps Saints de l'intramuros d'Avignon et aussi chef du Domaine de la Petit Isle à l'Isle-sur-la-Sorgue. Au menu ? Des plat régionaux (de 22,52€ à 27,50€) ainsi que des canailleries proposées toute la journée sur place ou à emporter (de 7€ à 12€) dans la rue commerçante. Concrètement ? Il s'agit d'entrées, viandes à l'ardoise et garnitures.
Le restaurant 'Les Gustaves' est ouvert tous les jours de 12h à 14h30 et de 19h à 22h30. Réservation 04 32 76 89 07.

Julien Valente au piano des 'Gustaves'

Pour les becs sucrés
C'est à Arnaud Dupuy de la Badonnière qu'il faudra s'adresser, également un ancien de Cuisine et Comptoir et de la Baking Company rue de Lices, toujours à Avignon intramuros, pour les desserts et les 'Afternoon tea' (partir de 9,90€) ouverts les vendredis, samedis et dimanches de 15h à 18h.

Les After work

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Parce que les Avignonnais et leurs amis aiment se retrouver lors de soirées festives, le Mercure propose des soirées thématiques avec des cocktails signature tous les derniers vendredis du mois de 17h30 à 19h.

Une épicerie fine

Les Gustaves c'est aussi une épicerie fine avec 'une rue commerçante' ouverte à tous proposant des plats salés, sucrés ainsi que des vins depuis la Bourgogne jusqu'à la Provence, en passant par le Beaujolais et les Côtes-du-Rhône.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

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

Les desserts d'Arnaud Dupuy de la Badonnière

Le Mercure en chiffres
115 chambres business ou familiales. 100m2 d'espace coworking équipé. 31 salariés permanents. 15M€ d'investissement. 7 salles de réunion et de banquetting modulables. 2 ans de travaux. 1 restaurant bistronomique et locavore. 1 salon VIP avec cheminée. 1 espace fitness. Salles de séminaires high tech climatisées et équipées de vidéo-projecteurs, écrans, paper-board, boissons chaudes et softs en permanence en salle, wifi haut débit.1 espace Spa de 230m avec piscine intérieure chauffée ainsi qu'une autre piscine extérieure également chauffée et, enfin, 1 boulodrome.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

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

On ‘lunche’ à la piscine en été !

Accès au Spa
Le Spa propose sauna, hammam, jacuzzi, douche sensorielle, produits Phytomer et piscine intérieure chauffée. Le lieu propose des cartes d’abonnement, des formules lunch et Spa. Celui-ci est accessible aux personnes de l’extérieur. Les massages, de 30 min à 1 h 30 sont facturés de 49 à 119€ ; Les rituels Corps & Visages 2 h à partir de 99€ ; Les soins du Corps 30 min à partir de 49€ ; Les soins du Visage à partir de 30 min à 1h30 à partir de 49€ ; Prestations d’esthétique (épilation, manucure, pédicure). Accès au Spa de 1h ou 1h30 en solo ou en duo de 30 à 80€ ; Du lundi au dimanche de 10h à 19h. Toutes les offres sont réservables en ligne sur www.spa-avignon.fr

Au Spa

L’équipe
Olivier Niveau, Directeur Général Pôle hôtelier Boisset ; Nicolas Inglese, Directeur hôtel Mercure Avignon TGV ; Mélodie Fillinger, Responsable commerciale ; Julien Valente, Chef de Cuisine ; Lionel Le Louedec, Responsable hébergement ; Candice Balland, Chef de réception ; Khadija Malvy, Responsable

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

restauration ; Christophe Malvy, Responsable administratif.

Les infos pratiques
Mercure Hôtels Avignon TGV. 2, rue Mère Teresa, Confluence, à Avignon. 04 32 76 88 00. Courriel HB6F6@accor.com

Les salles de séminaires sont High tech

La start-up canadienne ‘Stimulation déjà vu’ choisit Carpentras

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Accompagnée par Vaucluse Provence Attractivité, avec l'aide de Business France Canada et Rising Sud depuis maintenant deux ans, la start-up canadienne 'Stimulation déjà vu' choisit Carpentras pour implanter sa filiale française.

L'entreprise spécialisée dans la création d'expériences olfactives de destinations mariant créativité et data, a rejoint les locaux de 'Mon premier bureau' à Carpentras, la pépinière d'entreprises de la Cove, où elle a installé son laboratoire des sens. Stimulation déjà vu est née d'une recherche scientifique dans le domaine de la santé visant à comparer l'impact émotionnel de l'aromathérapie et l'odeur née d'un souvenir. L'entreprise développe, grâce aux sciences cognitives, méthodologie et créativité, des expériences générant des émotions ciblées pour les destinations touristiques et culturelles.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Une histoire qui sent bon la réussite. Crédit photo: Stimulation déjà vu.

Le concept s'adresse autant aux offices de tourisme, aéroports, grands restaurants que salles de spectacle, festivals ou grandes marques. « Notre choix d'explorer le tourisme s'inscrit dans notre démarche créative basée sur la data scientifique et culturelle en créant, ou en recréant des odeurs liées à des lieux ou à des évènements. Nous pouvons vous projeter dans des destinations futures ou encore vous faire revivre des moments remarquables et inoubliables », déclare la société. L'inauguration de la filiale France aura lieu le 20 octobre en présence Pierre Gonzalvez, vice-président du Conseil départemental de Vaucluse, Président de la Commission attractivité territoriale, Jacqueline Bouyac, présidente de la CoVe et Audrey Bernard, fondatrice de 'Stimulation déjà vu'.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

La fondatrice Audrey Bernard au Palais des Festivals, Cannes. Crédit photo: Stimulation déjà vu.

Tourisme : une carte interdépartementale pour (re)découvrir la Vallée du Rhône

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 septembre 2025

Plusieurs offices de tourisme, implantés en Drôme, Vaucluse, Gard et Ardèche, ont souhaité créer une carte touristique commune. Une mutualisation des moyens qui permet de découvrir un territoire dans son intégralité.

Pour cette saison estivale 2021, l'Office de tourisme intercommunal Provence Côté Rhône (dont le siège est situé à Bollène), l'Office de tourisme Drôme Sud Provence (Pierrelatte), l'Office de tourisme Porte Sud Ardèche (Le Teil), l'Office de tourisme Du Rhône Aux Gorges de l'Ardèche (Bourg-Saint-Andéol), l'Office de tourisme Provence Occitane (Bagnols-sur-Cèze), la Communauté de communes Aygues Ouvèze Provence (Camaret-sur-Aigues), l'Office de tourisme Pays d'Orange Châteauneuf-du-Pape (Orange), et l'Office de tourisme de Montélimar Agglomération (Montélimar), ont décidé de jouer collectif. Ces différentes structures ont en effet travaillé ensemble à la création d'une carte touristique commune.
Ce sont ainsi tous les territoires qui se situent de part et d'autre du fleuve Rhône qui sont mis à l'honneur. « Cette carte, c'est une grande nouveauté. Nous sommes arrivés à fédérer 8 offices de tourisme des régions avoisinantes afin de développer un support touristique interdépartemental. L'idée est montrer les points d'intérêts situés sur les deux rives du Rhône. En moins d'une heure, le touriste peut faire le plein de découvertes », confirme souligne Marc Rousseau, président de l'Office de tourisme Drôme Sud Provence, à l'initiative de cette collaboration.

À la découverte des richesses du territoire

La carte, éditée à plusieurs milliers d'exemplaires (et que l'on peut aussi télécharger gratuitement sur les sites internet des offices de tourisme concernés), s'étend ainsi de Vallon-Pont-d'Arc aux contreforts des Baronnies, et de Châteauneuf-du-Pape à Cruas. Les différentes curiosités y sont indiquées, à l'instar des points de vue, des villages perchés, etc.
Des thématiques communes sont aussi évoquées, à l'image des produits du terroir (huiles d'olive,

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

fromages de chèvre, nougat…), des sites inscrits à l'Unesco (grotte Chauvet, théâtre antique et arc de triomphe d'Orange), l'œnotourisme ou encore les randonnées. « Pour nous, il s'agit de montrer la Vallée du Rhône dans son intégralité. Un touriste ne va pas rester cantonner à son hôtel ou dans sa chambre d'hôtes. Il va vouloir visiter le territoire dans lequel il séjourne », note encore Marc Rousseau.

Il est possible de télécharger gratuitement cette carte touristique interdépartementale sur https://www.drome-sud-provence.com/pratique/brochures-et-plans.