

Ecrit par le 8 février 2026

L'Indonésie à la découverte (virtuelle) du palais des papes



[Avignon-tourisme](#), l'office de tourisme de la cité des papes, et [Atout France](#), l'agence de développement touristique de la France, viennent d'organiser une visite virtuelle du palais des papes destinés à une centaine de clients de l'agence de voyage indonésienne 'Holy Global Tours'.

Spécialisée dans le tourisme 'de spiritualité', cette agence dirigée par [Yolanda Taroreh Leisner](#) organisait, en moyenne avant la crise sanitaire, 6 itinéraires par mois pour des groupes sur des circuits au départ de l'Espagne. Ces voyages emmenaient ensuite leurs participants jusqu'en Italie en faisant halte dans différentes villes de France dont Avignon.

Cette présentation du plus grand plaisir gothique du monde a été réalisée par Philippe Bonfiglio, chargé de promotion à l'Office de Tourisme d'Avignon. Elle visait notamment à maintenir intact l'intérêt pour la

Ecrit par le 8 février 2026

France et ses destinations auprès du marché indonésien.

Avec 9,5 millions de voyageurs internationaux dans le monde, ce pays du Sud-Est asiatique se classait au 33e rang des pays dépensant le plus en tourisme en 2018. Depuis 15 ans, le pays a également vu sa classe moyenne passer de 7% à 20% de la population. Pays musulman le plus peuplé au monde, l'Indonésie compte également une minorité de Chrétiens représentant près de 11% de sa population soit environ 28,6 millions de personnes.

Subvention exceptionnelle à la commune de Malaucène pour l'organisation du Tour de France 2021

Ecrit par le 8 février 2026



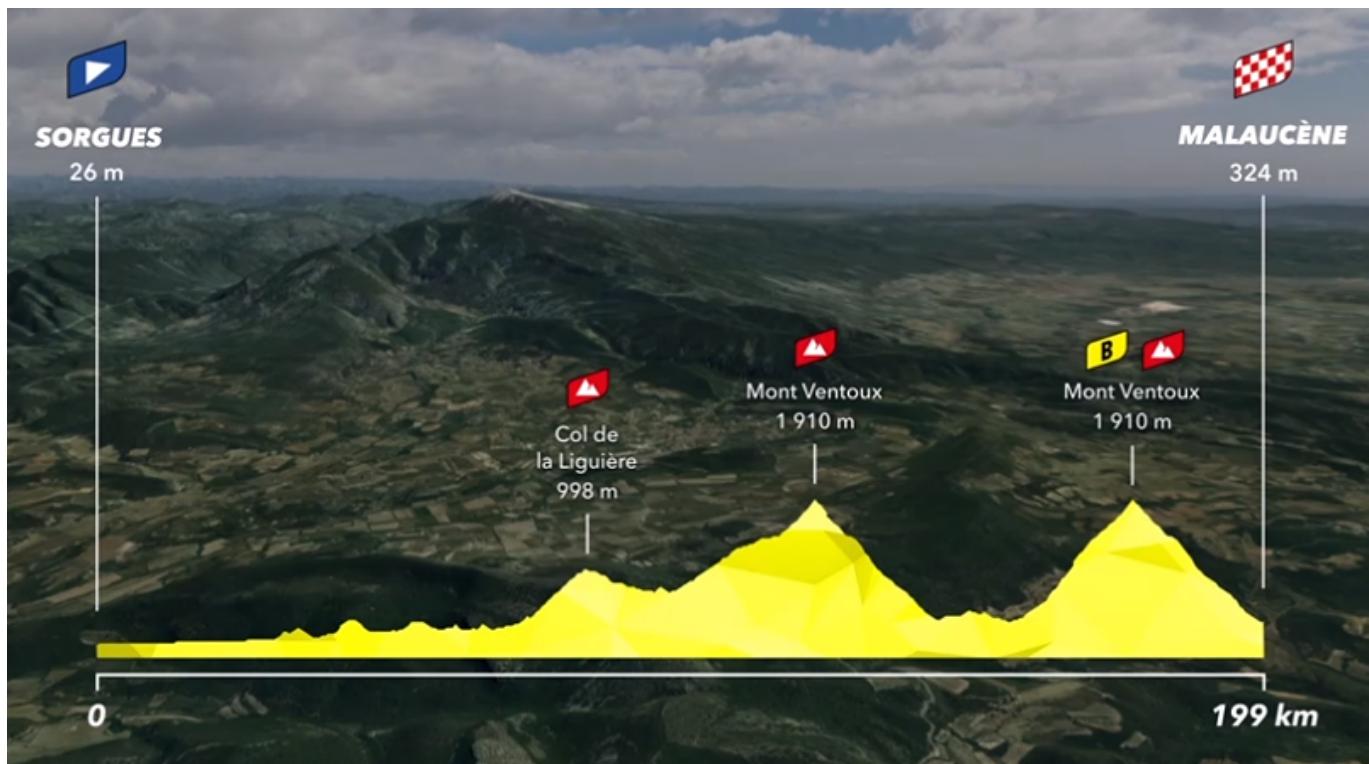
Le 27 juillet dernier, le conseil communautaire de la [Cove](#) a voté une enveloppe de 300 000€ pour un plan de relance de l'économie locale, dont une partie a vocation à renforcer l'attractivité touristique du territoire. Or, le [Tour de France](#) consacrera sa 11e étape le 7 juillet prochain au [Mont Ventoux](#), au départ de Sorgues et à l'arrivée à Malaucène « ville étape », en passant par Bédoin.

En raison du retentissement médiatique et des retombées économiques du Tour de France, qui ruisselleront vers tous les hébergeurs, commerçants et professionnels du tourisme sur le territoire de la Cove (Communauté d'Agglomération Ventoux Comtat Venaissin). Le conseil communautaire a décidé d'aider financièrement la commune de Malaucène, en complément du soutien technique toujours apporté autour du passage du Tour de France, en lui octroyant au titre exceptionnel du [plan de relance de l'économie touristique](#), une subvention de 50% de la somme restant à la charge de la ville-étape, pour un montant maximum de 30 000€.

Financièrement, cette arrivée de la 11^e étape sonne comme une bouffée d'oxygène pour les nombreux restaurateurs, hébergeurs (hôtels, gîtes, etc.) et commerçants, qui pourront ainsi constater des retombées notamment en matière de nuitées et de hausse du chiffre d'affaires. Reste à savoir si la

Ecrit par le 8 février 2026

clientèle étrangère, habituellement fidèle au rendez-vous, pourra s'affranchir des restrictions afin de prendre part à l'événement. Christian Prudhomme, directeur du Tour a confirmé que la course cycliste se déroulerait bien aux dates prévues mais n'a pas encore de réponse pour ce qui est de la jauge de spectateurs.



©Amaury Sport Organisation

L.M.

'On a tous besoin du Vaucluse' : le Département mise sur les touristes français

Ecrit par le 8 février 2026



Le [Conseil départemental de Vaucluse](#) et son agence d'attractivité, [Vaucluse Provence Attractivité](#) (VPA), associée à ses partenaires, ont décidé d'unir leurs moyens pour porter un plan de relance touristique incluant une campagne de communication, forte d'un budget global approchant le million d'euros.

Le collectif Sud, coordonné par le Comité régional de tourisme (CRT), lance à partir du 2 mai une nouvelle campagne : 'On a tous besoin du sud'. Dans un contexte sanitaire fragile, le comité et ses partenaires misent sur la clientèle française pour compenser la faible présence des clients internationaux. En collaboration avec la [Région Sud](#), 11 acteurs majeurs du tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur se sont regroupés, permettant ainsi de mutualiser les moyens. Le CRT abonde 60% de la mise de départ de chaque partenaire, en parallèle, l'approche collective permet des achats groupés et des négociations avantageuses auprès des médias et des partenaires privés.

Le concept, signé par [l'agence Sunmade](#), se déclinera en plusieurs slogans départementaux et s'adressera à la fois à une cible nationale et à une cible de proximité pour séduire nos voisins de Rhône-Alpes et d'Occitanie ou même encourager le tourisme intra-régional. « Un Marseillais peut être séduit par le tourisme patrimonial en Vaucluse, un Alpin par un circuit oenotouristique dans la vallée du Rhône et un Niçois par les paysages du Luberon », précise le Département.

Fédérer autour du tourisme local

La communication collective fédère la Région, les six Départements et les grands offices métropolitains.

Ecrit par le 8 février 2026

Une campagne qui s'inscrit dans un plan de relance d'envergure pour soutenir les professionnels du tourisme et « démontrer la diversité, la richesse et la complémentarité de l'offre touristique. » Selon Maurice Chabert, président du Conseil départemental de Vaucluse et Président de Vaucluse Provence Attractivité : « quatre visuels ont été retenus, qui évoquent quatre visages du tourisme d'excellence en Vaucluse : le tourisme patrimonial, avec une famille qui s'apprête à découvrir le [Palais des papes](#) d'Avignon, la randonnée et le slow tourisme au cœur des Dentelles de Montmirail, la balade dans un paysage de carte postale typique du département (un champ de lavande entre Sault et Aurel) et enfin le tourisme sportif avec des vététistes prêts à dépasser leurs horizons. »



©Teddy Verneuil/Sunmade

1M€ d'achat d'espaces publicitaires

La campagne se traduira par près de 180 spots TV sur France Télévisions aux heures de grande écoute, et près de 370 spots radio sur Europe1 et NRJ seront diffusés d'ici la fin-mai. En parallèle, une vaste campagne digitale sera déployée en mai, juin et septembre, en collaboration avec [Le Monde.fr](#). A cela,

Ecrit par le 8 février 2026

viendra s'ajouter une présence sur des sites premium news et lifestyle, sur les réseaux sociaux et sur le replay de France Télévisions.

Trois acteurs privés ont été retenus par le collectif : [Webedia](#), [Hotels.com](#), [voyage-privé](#), renforcés par une opération spéciale sur Facebook pour promouvoir les campings de la Région Sud. Cette collaboration représente ainsi tous les types d'hébergements, de l'hôtel toutes catégories au locatif. Outre la cible grand public, VPA et le collectif ont également proposé à une centaine de tour-opérateurs des séjours originaux : week-ends vélo assistance électrique concoctés, séjours concoctés par les offices de tourisme [Avignon Tourisme](#) et [Luberon Cœur de Provence](#), ou encore des offres oenotouristiques sur la [Vallée du Rhône](#) conçues par l'agence [A la Française](#).

**ON A TOUS BESOIN
DU VAUCLUSE**

#OnaTousBesoinDuSud

RÉSERVEZ VOTRE SÉJOUR
onatousbesoindusud.fr/vaucluse

VAUCLUSE
PROVENCE
AVIGNON | LUBERON | MONT-VENTOUX

Département
DE VAUCLUSE

RÉGION
SUD
PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

COMITÉ
RÉGIONAL
DE TOURISME

© Teddy Verneuil / SUNMADE FR +

©Teddy Verneuil/Sunmade

L.M.

Ecrit par le 8 février 2026

Le Vaucluse mis en lumière dans le magazine Vogue



Dans son dernier article intitulé '30 lieux iconiques à voir au moins une fois dans sa vie en France', le magazine [Vogue](#), référent international du style et des tendances, met le Vaucluse sous le feu des projecteurs. Trois communes figurent dans la liste des sites incontournables, tant pour leur beauté architecturale que pour leurs atouts naturels.

Saignon

Village niché dans le Luberon, [Saignon](#) compile selon Vogue « tous les éléments provençaux qui font rêver : des petites maisons en pierre, escaladées par le lierre, des fontaines, des belvédères où admirer

Ecrit par le 8 février 2026

les champs de lavandes ». Saignon, qui s'étire au sommet d'une colline - dernier éperon du Petit Luberon qui se détache du plateau des Claparède - et domine la vallée d'Apt, en laisse plus d'un admiratif.

Le Sentier des Ocres

Sans surprise, [le Sentier des Ocres](#), traversant d'anciennes carrières à ciel ouvert, fait partie des plus belles promenades du Roussillon selon le magazine. L'ocre est partout, vous montrant ses variations de couleurs naturelles jaune-ocre-orange-rouge, ses paysages façonnés par l'eau, le vent et l'homme. Un conseil toutefois : évitez la tenue blanche étincelante...

Gordes

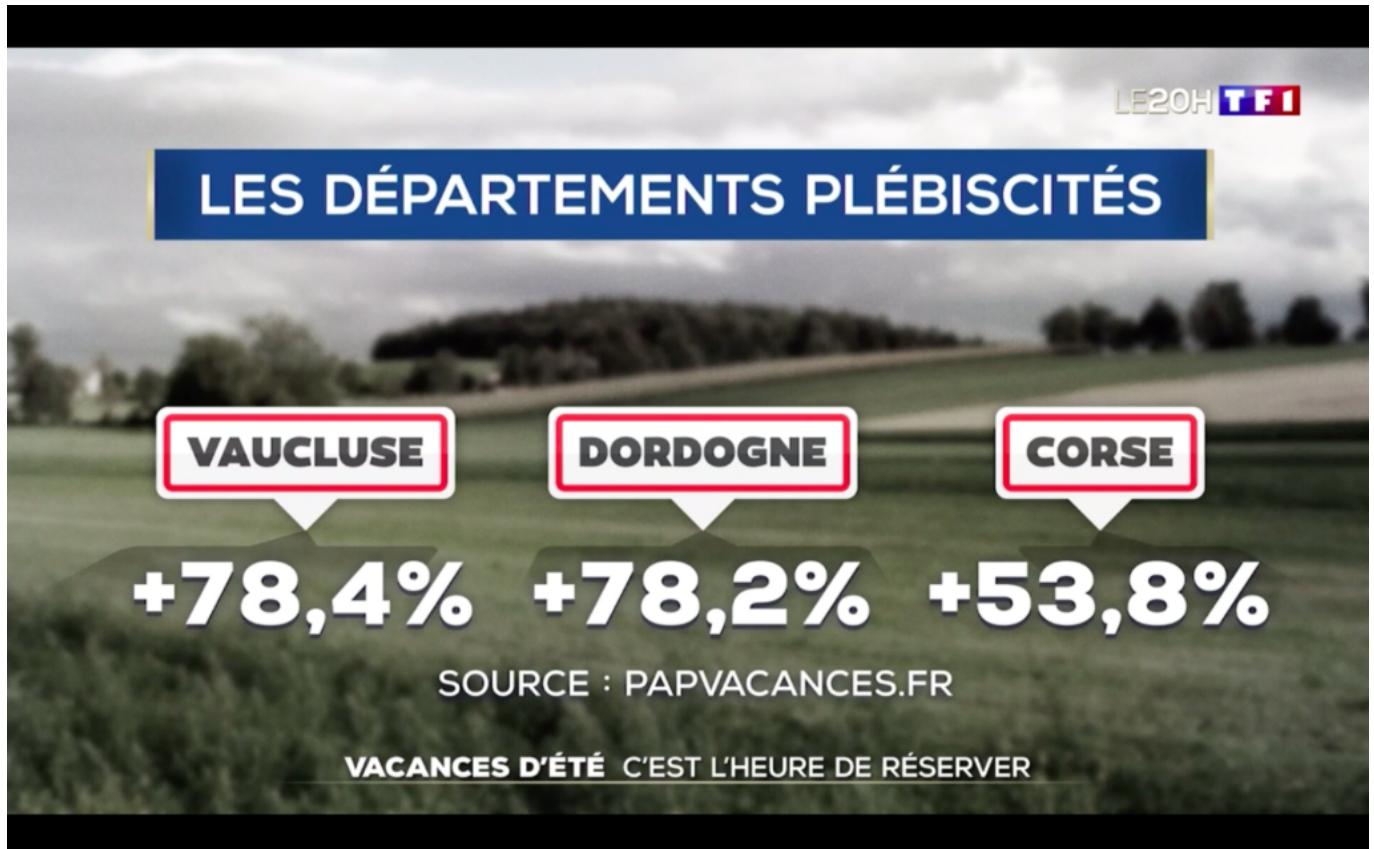
En tête de liste des plus beaux villages de Provence, [Gordes](#) séduit « par son architecture typique, en pierre, mais aussi et surtout pour sa superbe vue plongeant sur le Luberon. » Aux confins du Parc naturel régional du Luberon, au cœur des monts de Vaucluse, Gordes est l'emblème du village perché provençal. Mille fois décrit, photographié, il doit sa réputation aux illustres artistes qui l'ont adulée.

Figurent également dans ce classement : le Pont du Gard, emblème de l'ingénierie romaine inscrit au patrimoine mondial de l'Unesco, les Baux de Provence ou les grillons s'en donnent à cœur joie, et les champs de lavandes en Provence, le 'must see' de la région.

Les chiffres sont formels, le Vaucluse remporte un franc succès au-delà des frontières. Le département a comptabilisé 21,8 millions de nuitées touristiques tout hébergement confondus en 2019 (+2,6% sur un an), avec 47% de touristes étrangers.

(Vidéo) Le Vaucluse confirme sa pole position pour les vacances d'été

Ecrit par le 8 février 2026



Déjà [au top des destinations selon le site de réservation Abritel](#), le Vaucluse figure à nouveau en tête des territoires français pour les locations à l'occasion des prochaines vacances d'été. Ainsi, selon une étude de [papvacances.fr](#) reprise hier soir [au journal télévisé de TF1](#), notre département connaît une hausse des demandes de locations +78,4%, devant la Dordogne (+78,2%) et la Corse (+53,8%).

Malgré les incertitudes liées à la situation sanitaire, les français souhaitent ainsi privilégier les destinations nature (+56%), devant la mer (+13,4%) alors que les projets de séjours en ville diminuent de -18,5%.

L'engouement est tel que papvacances.fr a déjà enregistré une hausse des réservations estivales de +25% à ce jour.

Retrouvez en cliquant ci-dessous le reportage de TF1 consacré à ce sujet

Ecrit par le 8 février 2026

LE 20H TFI

LES DESTINATIONS DE L'ÉTÉ



+56% +13,4% -18,5%

SOURCE : PAPVACANCES.FR

VACANCES D'ÉTÉ C'EST L'HEURE DE RÉSERVER

Le Vaucluse au top des destinations

Ecrit par le 8 février 2026



Selon une étude réalisée pour le compte du site de réservation touristique [Abritel](#), le Vaucluse figure parmi les départements les plus recherchés par les Français pour les vacances 2021.

Alors que de nombreuses incertitudes planent encore sur la prochaine saison touristique estivale, Abritel vient de dévoiler une [étude](#) réalisée auprès de familles de vacanciers analysant les changements observés suite à la crise sanitaire dans le comportement des familles françaises en matière de vacances et leurs intentions pour 2021.

« La pandémie de Covid-19 a eu un impact profond sur les projets de vacances en 2020, mais ce premier rapport de tendances Abritel nous rassure sur l'envie d'évasion toujours très forte des Français et sur la façon dont les familles comptent s'organiser pour se faire plaisir en partant en 2021, dès qu'il sera possible de voyager à nouveau le plus normalement possible », explique Timothée de Roux, directeur général Abritel.

83% des familles ont l'intention de partir en vacances l'année prochaine

La moitié des Français ont annulé leurs vacances en 2020

Ecrit par le 8 février 2026

Abritel précise ainsi que 45% moitié des familles françaises affirme avoir dû annuler des vacances prévues en 2020 en raison de la pandémie « mais l'envie de partir demeure. 83% des familles ont l'intention de partir en vacances l'année prochaine. 31% d'entre elles cherchent surtout à pouvoir changer d'air et 28% à pouvoir passer du temps de qualité en famille. Pour ceux qui ont dû annuler leurs vacances prévues en 2020, 45% veulent les reprogrammer à l'identique en 2021. »

Si la situation sanitaire s'améliore en 2021, 88 % des familles françaises ont l'intention de dépenser autant ou plus pour leurs prochaines vacances. Dans cette optique, 58% veulent ainsi des séjours plus longs, 52% s'offrir des vacances de rêve, et 47% partir plus loin.

Cependant, réalité oblige, près de la moitié des familles françaises n'envisagent pas leurs premières vacances 2021 ailleurs qu'en France. Vu les incertitudes, les 27% souhaitant partir à l'étranger entre juillet et septembre prochains devront certainement attendre 2022.

Par ailleurs, 32% indiquent avoir mis de l'argent de côté en 2020. Une somme qu'ils souhaitent utiliser pour se payer des vacances uniques dont « ils se souviendront, et 31% disent que les vacances ont désormais plus d'importance pour eux aux vacances qu'avant la Covid-19. »

Le Vaucluse second et huitième!

Le Vaucluse candidat idéal pour respirer loin des villes

Autre tendance majeure en 2021, ceux qui sont restés confinés rêvent de grands espaces. Les deux-tiers des familles françaises disent ainsi être plus susceptibles qu'avant la crise sanitaire de partir vers une destination 'nature', loin des centres urbains, et 63% plus enclins à pratiquer des activités de plein air. Les principaux bénéfices personnels attendus pour les vacances en 2021 sont les suivants: fuir le quotidien (42%), avoir le sentiment d'un retour à la normalité (20%) et satisfaire un besoin d'aventure (13%). Les vacanciers français de 2021 veulent également de plus grands hébergements. Entre mai et août 2020, la demande pour de grands hébergements avec 4 ou 5 chambres et plus a augmenté de 45% sur la plateforme par rapport à la même période l'an passé.

Des aspirations correspondant aux atouts du Vaucluse. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si le département apparaît en **seconde position** de ceux qui ont le plus progressé par rapport à l'an dernier en matière de recherches faites sur Abritel, en janvier et février 2021, pour des séjours cet été. Une envie de vacances au vert qui se traduit par la présence de nombreux départements ruraux dans ce top 10 dominé par la Lozère.

Un classement des plus fortes augmentations d'une année sur l'autre où figurent également nos voisins de la Drôme (5e), des Bouches-du-Rhône (6e) et de l'Ardèche (9e).

Pour Abritel, le Vaucluse apparaît aussi en **8^e position** des destinations les plus recherchées pour cet été par les Français. Un top 10 qui fait la part belle à l'Hexagone et plus particulièrement au Sud-Est avec le Var (1^{er}), la Corse-du-Sud (2^e), l'Hérault (6^e), les Bouches-du-Rhône (7^e) et la Haute-Corse (9^e).

Ecrit par le 8 février 2026

Michel Chapoutier est le nouveau président de la Fédération Vignobles et Découvertes



[Michel Chapoutier](#), producteur et négociant en vins de la [Maison éponyme de Tain-l'Hermitage](#), est le nouveau président de la Fédération nationale vignobles et découvertes (FNVD). L'ancien président d'[Inter-Rhône](#), l'interprofession des vins de la Vallée du Rhône, de 2014 à fin 2020 succède au président fondateur, Jean-Luc Monteillet, qui a exprimé le souhait de se concentrer sur le développement de son [Domaine de Montine](#) à Grignan-les-Adhémar. Il reste cependant membre du bureau.

L'objet de cette fédération, créée le 9 mars 2019, est de représenter « toutes les destinations et leurs composantes, promouvoir le label afin de faire connaître au public ses exigences qualitatives, et lui donner ainsi une meilleure lisibilité ».

Développer l'œnotourisme dans les régions viticoles

Créé en 2009, [le label 'Vignobles et découvertes'](#) a été mis en œuvre par [Atout France](#) afin de développer l'œnotourisme dans les régions viticoles et touristiques. Son objectif : que vigneron, hébergeurs,

Ecrit par le 8 février 2026

restaurants, musées, sites touristiques, acteurs du tourisme et acteurs économiques territoriaux se mettent ensemble au service de l'œnotourisme pour proposer des offres de qualité aux visiteurs de leur région, et en faire ainsi de véritables destinations œnotouristiques pour les visiteurs. Ce label a été attribué à 70 destinations, réparties sur tout le territoire et dans tous les vignobles, et permis la structuration d'une offre qualifiée de nature à répondre aux attentes des œnotouristes.

2020 aura été la pire année de l'histoire du tourisme



Selon l'Organisation mondiale du tourisme, 2020 aura été la pire année de l'histoire du tourisme avec 1 milliard d'arrivées internationales en moins.

Ecrit par le 8 février 2026

Le tourisme mondial a enregistré en 2020 les plus mauvais résultats de son histoire, les arrivées internationales chutant de 74% d'après les dernières données de [l'Organisation mondiale du tourisme \(OMT\)](#).

En 2020, à l'échelle mondiale, les destinations ont reçu 1 milliard d'arrivées internationales en moins par rapport à l'année précédente, par suite d'un effondrement sans précédent de la demande et de l'instauration généralisée de restrictions sur les voyages. En guise de comparaison, la crise économique mondiale de 2009 s'était traduite par une baisse de 4%.

D'après l'OMT, cette mise à l'arrêt des voyages internationaux représente une perte de recettes d'exportation estimée à 1 300 milliards de Dollars - plus de 11 fois la perte enregistrée pendant la crise économique mondiale de 2009. La crise menace de 100 à 120 millions d'emplois directs dans le tourisme, dont beaucoup dans de petites et moyennes entreprises. Rappelons que, rien qu'en juillet août, la région Paca a enregistré 1,5 millions de touristes étrangers en moins. Dans le même temps, les hôtels vauclusiens ont enregistré une baisse des nuitées de -17% avant de connaître une nouvelle chute de fréquentation de -37% en septembre.

Des restrictions plus sévères pour mieux rebondir ?

Compte tenu du caractère évolutif de la pandémie, de nombreux pays sont maintenant en train de remettre en place des restrictions plus sévères sur les voyages. Celles-ci comprennent les tests obligatoires, les quarantaines et, dans certains cas, la fermeture totale des frontières, autant d'éléments qui pèsent sur la reprise des voyages internationaux. Parallèlement, le déploiement progressif d'un vaccin contre le Covid-19 devrait aider à rétablir la confiance des consommateurs, contribuer à l'assouplissement des restrictions sur les déplacements et permettre, progressivement, à la situation des voyages de rentrer dans l'ordre dans le courant de l'année.

« Beaucoup a été fait pour rendre possibles des voyages internationaux sûrs, mais nous sommes conscients que la crise est loin d'être terminée, explique Zurab Pololikashvili, secrétaire général de l'OMT. L'harmonisation, la coordination et la numérisation des mesures de réduction des risques liés à la COVID-19 au niveau des voyages, notamment le dépistage, le traçage et les certificats de vaccination, sont fondamentales pour promouvoir des voyages sûrs et pour préparer le redressement du tourisme quand les conditions le permettront. »

Un redressement en 2022

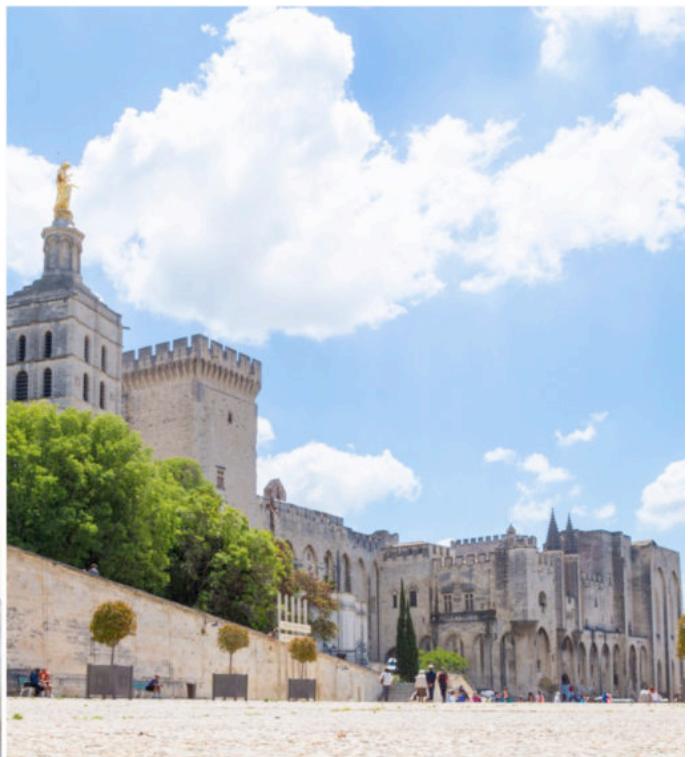
Concernant les perspectives de redressement pour 2021, l'OMT constate que près de la moitié des personnes interrogées (45 %) estiment les perspectives plus favorables pour 2021 que pour l'an dernier, 25 % tablent sur des résultats comparables en 2021 et 30 % s'attendent à de plus mauvais résultats.

« Il semble y avoir une dégradation des perspectives globales de rebond en 2021, poursuit l'OMT. 50 % des personnes interrogées s'attendent maintenant à ce que le rebond ne se produise qu'en 2022, alors qu'elles étaient 21 % en octobre 2020. L'autre moitié des personnes interrogées continue de tabler sur un rebond potentiel en 2021, mais elles sont moins nombreuses que dans l'enquête d'octobre 2020 (79 %

Ecrit par le 8 février 2026

comptaient sur un redressement en 2021). Quand le tourisme reprendra, le groupe d'experts de l'OMT s'attend à une augmentation de la demande d'activités de tourisme de plein air et de nature et à ce que le tourisme interne et les expériences de voyage où l'on prend le temps ('slow travel') suscitent un intérêt accru.

Un nouveau président pour Avignon Tourisme



[Marc Simelière](#) est le nouveau président d'[Avignon tourisme](#). Conseiller municipal délégué au tourisme de la cité des papes, il succède à Cécile Helle, maire d'Avignon, à la tête de cette Société publique locale

Ecrit par le 8 février 2026

(SPL) détenue à 96% par la seule Ville d'Avignon.

Outre l'exploitation du palais des papes, du pont Saint Bénezet, du centre des congrès et de l'office de tourisme, Avignon tourisme assure également la gestion du parc des expositions à Agroparc ainsi que des parkings, depuis le 1^{er} mars 2019, du palais des papes, des Halles et de la gare.

Dirigée par Arnaud Pignol, la structure compte près de 150 salariés et réalise, dans une année normale, un chiffre d'affaires de l'ordre de 20M€. Cependant, après une année record en 2019 (690 000 visiteurs pour le palais et 450 000 pour le pont) Avignon Tourisme est confronté, comme l'ensemble des sites touristiques français, à une baisse importante de la fréquentation en raison de la crise sanitaire liée au Covid-19. Une situation qui n'est pas sans conséquence sur l'équilibre financier de la SPL qui a dû notamment faire appel au chômage partiel pour un grand nombre de ses salariés.

Outre l'élection de Marc Simelière, Bernard Autheman Bernard Hokmayan, Claude Nahoum, Anne-Sophie Rigault, Annie Rosenblatt et Joanne Textoris ont été désigné par la Ville afin de siéger en tant qu'administrateur au sein conseil d'administration de la SPL.