

Ecrit par le 9 février 2026

Vaucluse Provence Attractivité : le rayonnement du Vaucluse est son ADN



“Faire rayonner un Vaucluse accueillant, dynamique et responsable est notre ADN”. Voilà comment [Pierre Gonzalvez](#), le Président de VPA ([Vaucluse Provence attractivité](#)), a ouvert l’assemblée générale, jeudi à l’[INRAE de Montfavet](#). Il faut dire que le département est un pôle d’attractivité majeur avec 5 millions de touristes par an, (59% de français et 41% d’étrangers) qui représentent 1,6 Md€ de retombées économiques et emploie 12 000 personnes. « Et il nous faut travailler sur une offre globale qui embrasse les enjeux climatiques, environnementaux, sociaux et qui permette de promouvoir un territoire où il fait bon vivre, travailler, entreprendre, séjourner et investir » ajoute-t-il.

Ecrit par le 9 février 2026

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

[Vaucluse Provence Attractivité dresse le profil du touriste dans le département](#)

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

[VPA donne tout son lustre à l'attractivité du territoire](#)

[Cathy Fermanian](#), la directrice de VPA ajoute : « Certes, nous voulons développer le tourisme mais de façon responsable, maîtrisée, en sourçant des projets à impact positif, décarboné, des circuits courts. Nous devons élargir le champ des possibles mais sans oublier la qualité de vie ». Le Vaucluse attire la moitié des touristes l'été, mais 25% environ viennent également au printemps et 15% à l'automne. Il s'étire donc tout au long de l'année, au bonheur des restaurateurs, hôteliers, hébergeurs de plein air, loueurs de vélos, musées et sites patrimoniaux. Le festival d'Avignon In + Off, ce sont plus de 400 000 spectateurs, les Chorégies d'Orange 35 000. Le Salon des Antiquaires à "Pâques, 80 000 visiteurs à l'Isle-sur-La Sorgue, Cheval Passion en janvier 55 000 entrées sur le Parc de Expositions à Châteaublanc.

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

Ecrit par le 9 février 2026



© VPA/Alain Hocquel

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

Web et e-Commerce ne sont pas en reste avec, par exemple près de 2 millions de visites sur le Top 10 des plus beaux villages de Vaucluse, des lieux de baignade, des spots pour admirer les champs de lavande ou pour pique-niquer, des propositions de balades sur l'eau, l'itinéraire de la Via Venaissia et de la Via Rhona. Pour les investisseurs, la liste des zones où on peut installer son entreprise malgré la rareté et la cherté du foncier disponible.

[Vaucluse santé attractivité : le département poursuit son parcours de santé](#)

Ecrit par le 9 février 2026

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

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



© VPA / Alain Hocquel

AOC Ventoux : plus de 100 propositions au

Ecrit par le 9 février 2026

pied et autour du Géant de Provence et ses vignes



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

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

Ecrit par le 9 février 2026

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

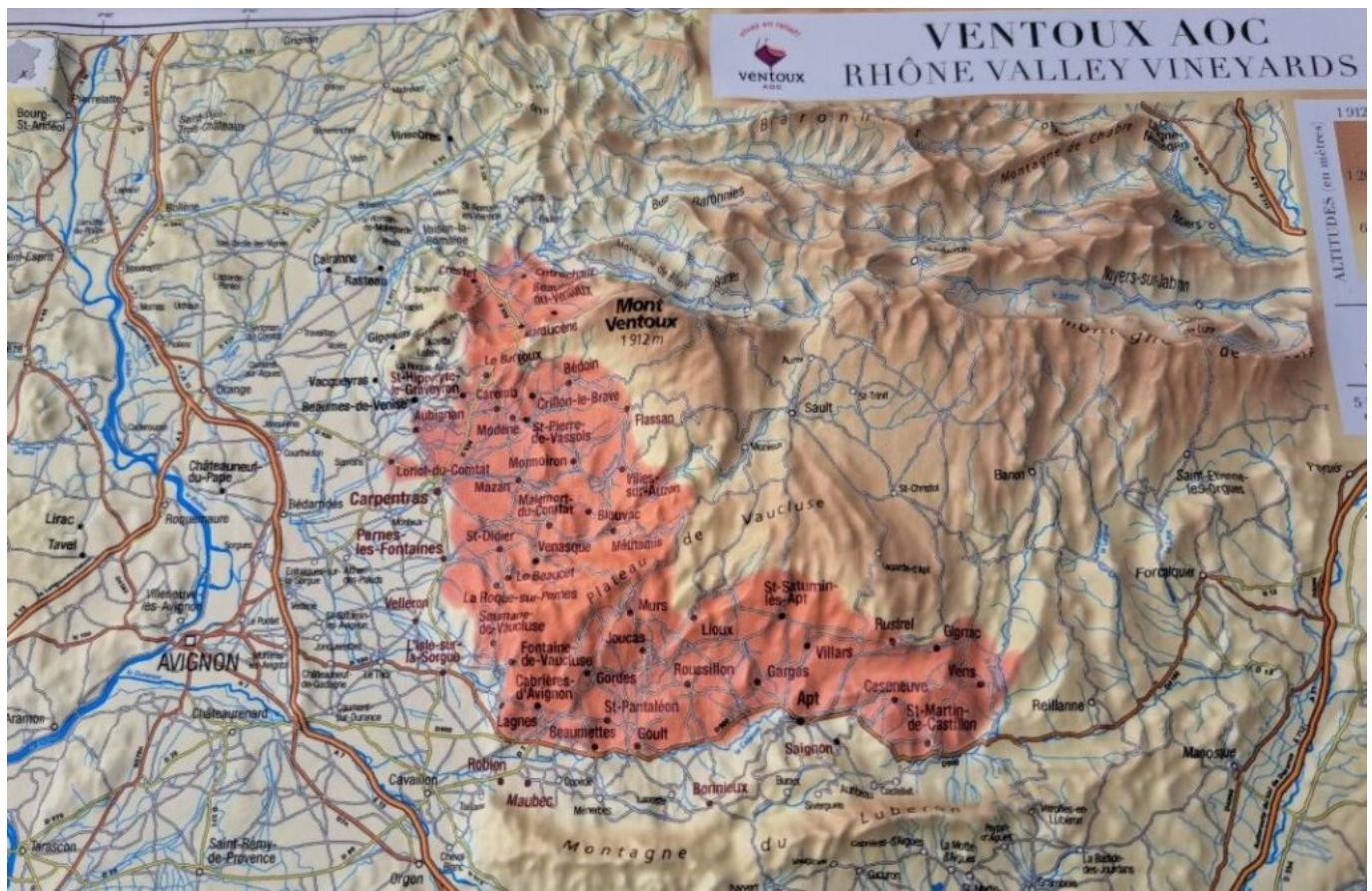
L'œnotourisme, un élément clé de l'attractivité du Vaucluse

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

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

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

Ecrit par le 9 février 2026



Carte de l'AOC Ventoux.

Une centaine de rendez-vous entre mai et octobre

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

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

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

Ecrit par le 9 février 2026

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



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

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

Ecrit par le 9 février 2026



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

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

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

Le petit train circule du 3 avril au 2 novembre, au départ du 3 Avenue des Quatre Otages (35 minutes ; arrêt de 10 minutes au Partage des Eaux).

Du lundi au mercredi et le vendredi et le samedi : 10h, 11h, 12h, 14h, 15h, 16h, 17h, 18h.

Ecrit par le 9 février 2026

Le jeudi : 15h, 16h, 17h, 18h.

Tarif plein : 7€ / Tarif pour les 4 à 12 ans : 5€ / Gratuit pour les moins de 4 ans.



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

Ecrit par le 9 février 2026



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

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

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

Ecrit par le 9 février 2026

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

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

L'office de tourisme Vaison Ventoux Provence lance sa marque



Ecrit par le 9 février 2026

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

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

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

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

Ecrit par le 9 février 2026



©Vaison Ventoux Provence

Une nouvelle identité

La création de cette marque s'accompagne d'un nouveau logo avec :

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

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

Ecrit par le 9 février 2026



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

Vaucluse Provence Attractivité dresse le profil du touriste dans le département

Ecrit par le 9 février 2026



HOCQUEL A - VPA

Le 12 mars dernier, l'agence du développement, du tourisme et des territoires Vaucluse Provence Attractivité a réuni ses partenaires du monde du tourisme à l'Auditorium Jean-Moulin du Thor lors d'un rendez-vous appelé « Mieux connaître les clientèles touristiques en Vaucluse. »

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

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

5 281 questionnaires récoltés en Vaucluse

Les dernières données de profilage des clientèles touristiques en région Sud remontaient à 2010. Il était

Ecrit par le 9 février 2026

donc temps de faire une mise à jour. En tout, 5 281 questionnaires ont été récoltés en Vaucluse, répartis sur l'ensemble du territoire, de novembre 2019 à mars 2020 puis d'octobre 2021 jusqu'en octobre 2022.

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

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

Une clientèle locale, nationale et internationale

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

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

Un tourisme quatre saisons

La volonté partagée par plusieurs acteurs du tourisme vauclusiens de faire du département une destination toute l'année, et non pas seulement une destination prisée pendant la haute saison, semble porter ses fruits. Si le cœur de l'été (juillet et août) reste la période la plus plébiscitée par les touristes (34%) avec une moyenne de séjour de 6,8 jours, le département attire aussi le reste de l'année, notamment au printemps (avril, mai, juin) pour 26% avec une moyenne de séjour de 4,4 jours, en arrière-saison (septembre, octobre, novembre) pour 21% avec un séjour de 4,2 jours en moyenne, et même en hiver (décembre, janvier, février, mars) pour 19% avec un séjour de 3,1 jours en moyenne.

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

Ecrit par le 9 février 2026



©Hocquel A. - VPA

Ecrit par le 9 février 2026



©Xavier Cailhol - VPA

Ecrit par le 9 février 2026



©Hocquel A. - VPA

Ecrit par le 9 février 2026



©Hocquel A. - VPA

Qui vient séjourner en Vaucluse ?

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

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

Les dépenses

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

Ecrit par le 9 février 2026

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

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

Des séjours pour les loisirs, mais pas seulement

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



©Hocquel A. - VPA

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

La location, grande gagnante des hébergements

Ecrit par le 9 février 2026

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

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

Le tourisme d'aujourd'hui et de demain

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

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

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

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

LE VAUCLUSE
Naturellement Provence

Ecrit par le 9 février 2026

La Divine Comédie, voyage au cœur d'une maison d'hôte d'exception



L'invitation était on ne peut plus réjouissante : « Béatrice et toute l'équipe de [La Divine Comédie](#) et du Complot vous invitent à fêter cette nouvelle année 2024 et le renouveau de ce lieu magique. »

Dans le plus grand jardin privé d'Avignon, à deux pas du Palais des Papes, au fond d'une impasse, un lieu caché se révèle au visiteur qui franchit une porte discrète. Ici pas de sonnette, mais une joyeuse clochette. Pas de code, mais une équipe souriante qui surgit pour nous accueillir.

À la Divine Comédie, vous êtes attendus et vous serez pris en charge immédiatement selon un programme que vous pourrez proposer ou au contraire, vous laisser portés par les propositions... car les propositions, il y en a : nuitées préparées par Irena, séminaires, visites guidées, événements privés sur mesure concoctés par Alexandrine, prestations à la carte, massage, yoga jusqu'à la plancha 'terre et mer', le bouquet de fleurs ou la bouteille de bon vin choisie par la directrice Dominique. Pas de

Ecrit par le 9 février 2026

restauration... les bonnes adresses de restaurants de proximité peuvent être communiquées par Dorian, mais des petits-déjeuners divins sont préparés dans la somptueuse cuisine. N'oublions pas Virginie, la gouvernante qui veille sur tout ce petit monde qui - vous l'avez compris — forme une équipe de passionnés autour de Béatrice, la nouvelle propriétaire depuis 2023.

Un peu d'histoire

Cette propriété tout à fait exceptionnelle se situe à l'emplacement de la Livrée du cardinal Amédée de Saluces au XIV^e siècle, dans une impasse partant de la rue Sainte-Catherine. Elle s'étendait alors jusqu'à la place des Carmes. Après plusieurs usages très divers, elle devient au début des années 80 et durant une trentaine d'années, le Centre d'études linguistiques d'Avignon (C.E.L.A) qui accueillera de nombreux artistes et politiques célèbres durant le Festival (Jeanne Moreau, Michael Lonsdale et bien d'autres y feront des lectures...). France Culture également établira ses quartiers en juillet dans le jardin pour y réaliser ses émissions. L'Association, qui louait la propriété, transforme toutes les pièces en salle de cours. En fin d'année 2009, la propriété est vendue à Amaury de Villoutreys et Gilles Jauffret qui la transforment en maison d'hôtes après plus de sept années de restauration pour redonner à ce lieu ses lettres de noblesse. En juillet 2022, Béatrice, amie de Gilles et Amaury, tombe amoureuse des lieux et rachète la maison.

Béatrice, la nouvelle propriétaire, n'hésite pas à nous révéler les circonstances de son arrivée en Avignon et de son projet initial

« Je suis parisienne. Il y a 2 ans, je voulais développer des maisons inclusives pour permettre à des personnes en handicap mental de faire partie de notre vie et de vous les faire rencontrer. Je travaille autour de la fragilité, comment celle-ci peut être le lien dans une société qui est fracturée. Mon credo, c'est le 'care', prendre soin des autres, c'est de notre responsabilité de s'occuper de tous. J'ai cherché une maison dans le Sud, je voulais une grande maison, au cœur de la ville avec un jardin. J'ai découvert la Divine Comédie — propriété de mes amis, Gilles et Amaury depuis 2009 — qui était en vente. J'ai visité cette maison un soir, c'était magique. C'était donc déjà une maison d'hôte avec un bar ouvert au public, ['Le Complot'](#). Amaury de Villoutreys et Gilles Jauffret l'ont restaurée avec beaucoup de goût pendant 7 ans. J'ai décidé d'acheter ce lieu, mais mon projet de lieu de vie pour personnes en situation de handicap doit mûrir. Donc pour le moment, La Divine Comédie reste une maison d'hôte, avec quelques changements bien sûr dans la décoration (car c'est ma deuxième passion) dans son usage (l'activité bar ouvert au public du Complot est arrêtée) et avec une équipe formidable qui partage complètement ma philosophie du 'care'. »

Là, tout n'est qu'ordre et beauté, luxe, calme et volupté.

C'est effectivement une invitation au voyage, selon Baudelaire. Le magnifique dromadaire Lawrence qui trône dans le salon nous le rappelle, mais c'est aussi une invitation à poser ses valises, à se pauser pour découvrir un patrimoine exceptionnel à l'intérieur de cette maison (tableaux, sculptures, boiseries, verrière, argenterie) et à l'extérieur dans la ville historique qu'est Avignon. La pause peut prendre aussi la forme d'un 'temps pour soi' avec toute une offre de prestations à la carte contribuant au bien-être.

Ecrit par le 9 février 2026

« Nous sommes là pour vous chouchouter », nous a répété avec gourmandise Béatrice, nouvelle propriétaire de ces lieux.



Quelques changements, mais la Charte éditée par les anciens propriétaires est toujours inscrite sur les murs du salon du Complot

Car ce sont bien des valeurs qui sous-tendent cette aventure : il y est question de bienveillance, de sincérité, de magie de la rencontre. « Nous voulons partager l'élégance, notre culture de l'art de vivre, l'art d'être. » Le jardin, joyau de cette maison et havre de paix, dicte toujours son rythme et les couleurs au fil des saisons.

La Divine Comédie, Le Complot et le 15

Le Complot garde sa splendeur voulue par les anciens propriétaires : cheminée XVIII^e siècle, piano à queue, tableaux d'artistes contemporains, grandes verrières sur élégante terrasse à l'ombre des bambous

Ecrit par le 9 février 2026

géants. Le Complot sera un lieu qui s'adapte et ne sera pas un bar ouvert au public. Il pourra cependant se louer en petit comité pour cocktail dînatoire ou une retraite bien-être par exemple. Avec possibilité de louer tout le lieu avec ses trois belles suites au premier étage.



La Divine Comédie.

La Divine Comédie propose un voyage dans le temps et l'espace avec cinq suites qui allient confort et élégance. Le jardin attenant est un véritable écrin de verdure avec plus de 100 essences différentes et bambous géants. Le bassin de nage de 15 mètres de long, le jacuzzi et le spa complètent une offre de détente à l'abri des regards, mais avec une magnifique vue sur le Palais des Papes.

Les Confidences ou le 15, une maison d'hôte rue des Saluces qui offre également cinq chambres, une piscine et une conciergerie gérée par Valérie et Jean-Luc.

Les changements, les nouveautés

« J'ai une vision théâtrale de l'objet. Quand j'aime un objet, au hasard de visites chez des antiquaires ou magasins, il faut que je trouve sa place dans la maison, l'endroit où il va raconter une histoire même s'il n'est pas dans une 'ligne déco'. J'aime rester fidèle à ce que j'aime. » On trouvera ainsi une liste à la Prévert : argenterie, cactus géant, porte-manteau, petits oursons, puzzles (mis à disposition), chameau automate, une vache suspendue... Tout ce qui est nécessaire pour être enchantés et surpris, bref, heureux !

La décoration est un mélange d'ancien et moderne avec des œuvres religieuses qui côtoient une lampe méduse pipistrello, des lustres achetés à Vox Populi à Avignon, une lanterne du Maroc, un buste de Saint-Louis de Gonzagues et plus de 200 tableaux et gravures. La décoration des chambres a été aussi revue

Ecrit par le 9 février 2026

avec de nouvelles acquisitions de tableaux et des petits plus de modernisation : coffre-fort, produits toilette, wifi.

« On est tout de même dans le XXI siècle », s'empresse d'ajouter malicieusement Béatrice.



**La Divine Comédie. 16 Impasse Jean-Pierre Gras. Avignon.
06 77 06 85 40. Contact@la-divine-comedie.com**

Vaison-la-Romaine désignée la ville la plus accueillante de France par Booking.com

Ecrit par le 9 février 2026



Selon le site d'hébergement touristique [Booking.com](#), la ville de Vaison-la-Romaine a été désignée la destination la plus accueillante de France*. Distinguée dans le cadre de la 12^e édition des 'Traveller Review Awards 2024' de la plateforme de réservation en ligne néerlandaise, la Cité voconce détrône la commune alsacienne de Kaysersberg, désignée village préféré des Français en 2017, qui occupe cependant la 2^e place de ce classement 2024.

Saint-Rémy, Tarascon et Uzès aussi à l'honneur

Outre Kaysersberg, Vaison devance respectivement les Arc 1950 en Savoie, Giverny dans l'Eure, Eguisheim dans le Haut-Rhin, Tarascon, Le Beausset (dans le Var et pas Le Beaucet dans le Vaucluse), Argelès-Gazost dans les Hautes-Pyrénées, Saint-Rémy-de-Provence et Sainte-Mère-Église dans la Manche qui ferme ce top 10.

Par ailleurs, pour la première année, la Corse a été élue région la plus accueillante en France, suivie de la Bretagne et de l'Alsace. La Franche-Comté et la Bourgogne viennent compléter ce Top 5 des régions les plus accueillantes en France.

Enfin, dans le même temps le classement mondial, établi grâce aux avis vérifiés laissés sur Booking.com, place la ville d'Uzès à la 7^e position des villes les plus accueillantes au monde.

Rendre le monde accessible à tous

« Cette année encore, nous sommes ravis de récompenser nos partenaires pour valoriser l'exceptionnelle qualité de service qu'ils offrent à toutes les voyageuses et à tous les voyageurs, explique [Vanessa](#)

Ecrit par le 9 février 2026

Heydorff, directrice générale France de Booking.com depuis le 1^{er} décembre dernier. Nous saluons le dévouement et le sens de l'hospitalité de nos partenaires qui façonnent avec nous un avenir où chaque séjour devient une expérience inoubliable, ainsi que leur rôle essentiel dans notre mission : qu'explorer le monde soit accessible à toutes et tous. »

L.G.

**Destinations déterminées en fonction du nombre de partenaires récompensés par des Traveller Review Awards 2024 par rapport au nombre total d'établissements remplissant les critères nécessaires dans la ville ou la région en question (hébergements uniquement). Ces destinations devaient également compter plus de lauréats que la moyenne afin de figurer sur la liste (au moins 200 villes ou régions récompensées étaient nécessaires). Elles ont également été sélectionnées en fonction de leur position géographique.*

Saison touristique : le Vaucluse s'en sort bien



Ecrit par le 9 février 2026

Alors que le nombre de nuitées touristiques a diminué cet été en moyenne sur l'ensemble de Provence-Alpes-Côte d'Azur, le Vaucluse fait partie des deux seuls départements de la région à voir cette fréquentation augmenter. Selon une étude de l'Insee Paca, le Vaucluse voit aussi dans le même temps le nombre des heures rémunérées par les employeurs dans l'hébergement-restauration augmenter par rapport à la saison 2022.

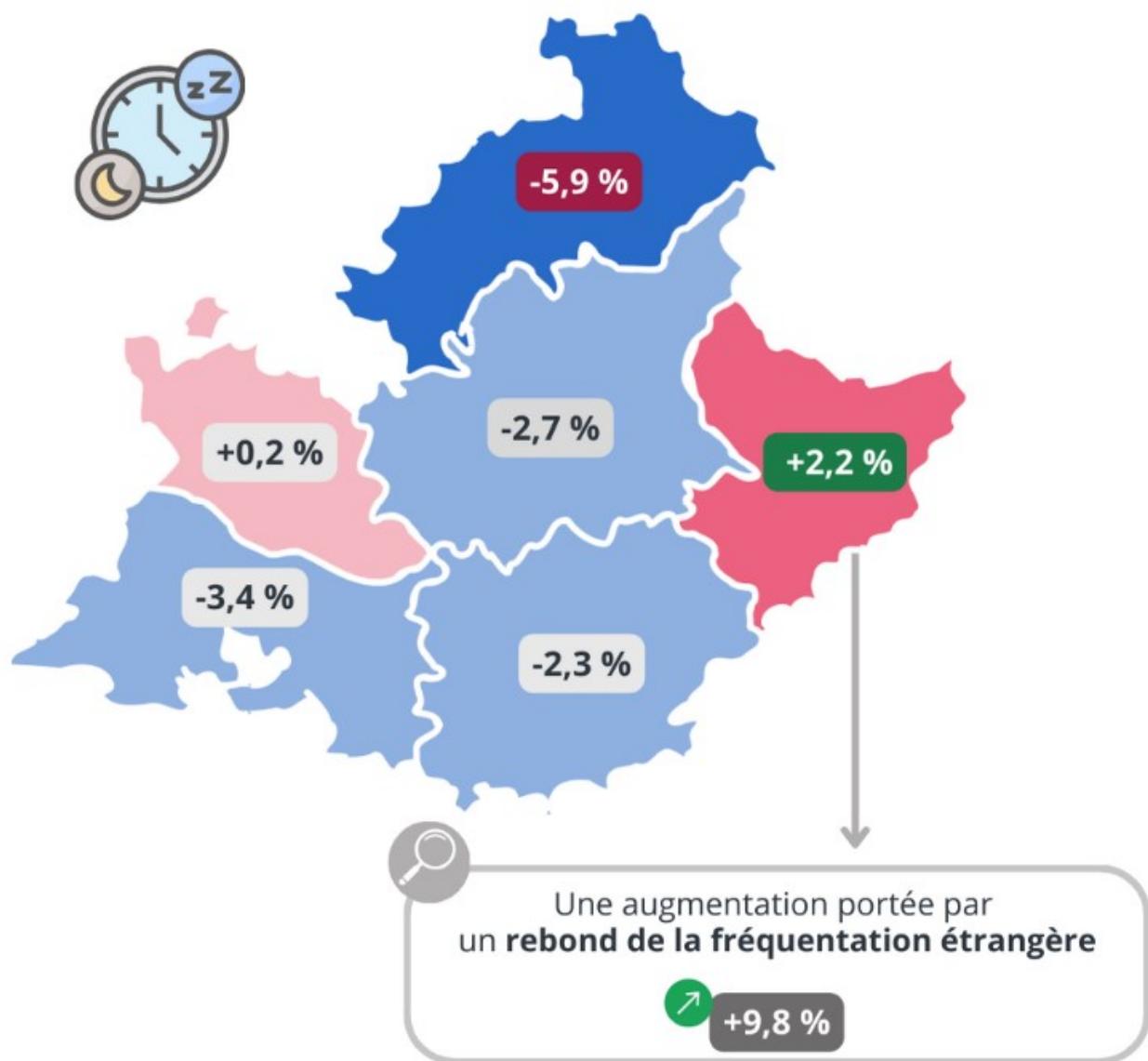
« Avec 41,4 millions de nuitées dans les hôtels, campings et autres hébergements collectifs touristiques, la fréquentation touristique de la saison estivale 2023 (qui couvre les mois d'avril à septembre) diminue de 1,6% par rapport à 2022, explique une étude de l'Insee Paca réalisée par Etienne Lenzi et Corinne Roche. Par rapport à 2019, année précédant la crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19, la fréquentation saisonnière est en légère hausse (+1,2%). Provence-Alpes-Côte d'Azur est parmi les trois régions de France métropolitaine dont le rebond de fréquentation par rapport à 2019 est le moins marqué. »

La région à la traîne de la moyenne nationale

« Avec la Corse (-8,1% par rapport à 2022), Provence-Alpes-Côte d'Azur est la seule région de France métropolitaine à ne pas connaître une évolution positive de sa fréquentation touristique en 2023. En France, le nombre de nuitées augmente de 1,6% par rapport à la saison 2022. Provence-Alpes-Côte d'Azur reste toutefois la 4^e région la plus visitée, derrière Nouvelle-Aquitaine, Île-de-France et Occitanie. Le nombre de nuitées de la clientèle résidente, c'est-à-dire des touristes résidant en France, diminue nettement en Provence-Alpes-Côte d'Azur (-4,4% par rapport à 2022) alors qu'elle ne baisse que légèrement en France métropolitaine (-0,7%). La baisse du nombre total de nuitées en Provence-Alpes-Côte d'Azur est toutefois limitée par la hausse des nuitées des touristes en provenance de l'étranger. Le nombre de ces nuitées progresse sensiblement (+4,2% par rapport à 2022) mais moins qu'en France (+7,3%). Ce retour des touristes étrangers dans la région est encore partiel : il ne compense pas totalement la chute provoquée par la crise sanitaire. En 2023, le nombre de nuitées des touristes en provenance de l'étranger est en effet inférieur de 2,1% à son niveau de 2019. »

Ecrit par le 9 février 2026

Variation de l'ensemble des nuitées entre avril et septembre, par département, par rapport à 2022 sur la même période



Bonne dynamique pour le 06 et le 84

Les Alpes-Maritimes et le Vaucluse sont les seuls départements de la région dont la fréquentation augmente par rapport à 2022. La fréquentation du Vaucluse résiste (+0,2%). C'est le département de la région dans lequel la fréquentation des touristes résidant en France baisse le moins (-1,2 % par rapport à 2022).

Pour les Alpes-Maritimes (+2,2%), le département présente une forte dépendance à la clientèle

Ecrit par le 9 février 2026

étrangère : autour de la moitié des nuitées. De ce fait, les Alpes-Maritimes ont été particulièrement affectées par les restrictions de circulation liées à la crise sanitaire. Durant la saison estivale 2023, la hausse observée est en retour portée par la forte augmentation du nombre de nuitées des résidents à l'étranger (+9,8%). Cette augmentation compense largement la baisse du nombre de nuitées des résidents français (-3,7%, proche de la moyenne régionale), mais elle est encore insuffisante pour permettre un plein retour au niveau de fréquentation de 2019. La part des étrangers dans les nuitées passe de 44% en 2022 à 47% en 2023, mais demeure inférieure à son niveau de 2019 (50%).

Dans les Alpes-de-Haute-Provence et les Hautes-Alpes, départements plus dépendants de la clientèle résidant en France, la fréquentation totale est en nette baisse (respectivement de 2,7% et 5,9%). Cette diminution concerne à la fois les touristes résidents et ceux provenant de l'étranger. Les Alpes-de-Haute-Provence et les Hautes-Alpes sont les deux seuls départements de la région enregistrant une baisse de la fréquentation étrangère, respectivement de 2,7% et de 8,4%.

Enfin, dans les Bouches-du-Rhône et le Var, la baisse de la fréquentation est sensible (respectivement de 3,4% et 2,3%), malgré la hausse des nuitées des résidents venant de l'étranger. La fréquentation de ces départements est pénalisée par la nette diminution des nuitées des résidents français (respectivement de 6% et 4,7%).

Figure 2 – Évolution des nuitées en Provence-Alpes-Côte d'Azur lors de la saison estivale 2023 par rapport à 2022, par département et dans la région, selon la provenance des visiteurs

(en %)

Département	Résidents	Non résidents	Ensemble
Provence-Alpes-Côte d'Azur	-4,4	4,2	-1,6
Alpes-de-Haute-Provence	-2,7	-2,7	-2,7
Hautes-Alpes	-5,2	-8,4	-5,9
Alpes-Maritimes	-3,7	9,8	2,2
Bouches-du-Rhône	-6,0	4,1	-3,4
Var	-4,7	3,1	-2,3
Vaucluse	-1,2	2,6	0,2

L'hébergement-restauration recrute moins en 2023

Cette baisse de la fréquentation s'accompagne au niveau régional de moindres embauches dans le secteur de l'hébergement-restauration. Avant la saison estivale, les déclarations préalables à l'embauche (DPAE) ont diminué en 2023 par rapport à 2022 (-2,2% sur mars-avril-mai, période de recrutement habituelle en vue de préparer la saison). C'est dans les Bouches-du-Rhône que les déclarations

Ecrit par le 9 février 2026

d'embauche ont le plus diminué (-7,1%). Dans les Alpes-Maritimes, où ont lieu 45% des embauches du secteur dans la région, la baisse est de 1,6%. Une meilleure dynamique des recrutements d'avant-saison est observée dans les Hautes-Alpes et le Var (respectivement +1,9% et +1,8%).

Sur l'ensemble de la saison touristique (d'avril à septembre 2023), les embauches reculent de 5% dans la région.

Davantage d'heures rémunérées en Vaucluse

Malgré cette baisse des embauches, l'activité dans l'hébergement-restauration est en hausse : durant la saison 2023, les heures rémunérées par les employeurs dans l'hébergement-restauration sont supérieures à celles observées durant la saison 2022, dans la région (+3%) comme au niveau national (+3,1%). Cette augmentation des heures rémunérées sans hausse parallèle des embauches peut indiquer un marché du travail tendu dans le secteur (avec, par exemple, des personnes employées effectuant plus d'heures), des difficultés de recrutement étant par ailleurs évoquées par les entreprises de l'hébergement-restauration.

Sur un an, l'activité est particulièrement bien orientée dans les Alpes-Maritimes (+5,6 %). En 2022, le département accusait toujours un retard sur son niveau d'avant crise, du fait de la désaffection des touristes étrangers. En 2023, le retour de cette clientèle permet au département de dépasser le nombre d'heures rémunérées mesuré en 2019. Ce rattrapage de l'activité, alors que la fréquentation demeure inférieure, peut, entre autres, s'expliquer par des nuitées plus nombreuses dans les hôtels haut de gamme ou par un plus grand nombre d'heures rémunérées dans la restauration.

La hausse des heures rémunérées est plus modérée dans les Alpes-de-Haute-Provence, les Bouches-du-Rhône, le Var et le Vaucluse (de +1,5% à +2,6%). Dans les Hautes-Alpes, le volume d'heures rémunérées diminue nettement (-3,4%).

Ecrit par le 9 février 2026

Figure 3 – Évolution des heures rémunérées dans l'hébergement-restauration en 2023 par rapport au même mois de 2022, par département, dans la région et en France

(en %)

Mois	Alpes-de-Haute-Provence	Hautes-Alpes	Alpes-Maritimes	Bouches-du-Rhône	Var	Vaucluse	Provence-Alpes-Côte d'Azur	France
janvier	6,8	7,1	13,4	10,8	8,7	12,4	11,0	13,4
février	4,7	3,5	11,5	7,0	4,5	8,0	7,7	9,5
mars	1,7	-0,7	8,4	3,6	2,8	4,1	4,7	6,2
avril	2,5	-12,9	7,1	4,1	5,8	5,0	4,9	4,8
mai	3,3	2,0	6,6	3,2	3,4	3,4	4,3	3,8
juin	-2,7	-3,6	6,0	2,3	1,2	1,7	2,8	3,3
juillet	1,2	-3,6	6,0	1,7	0,6	1,7	2,5	2,7
août	3,0	-1,8	5,0	1,8	0,6	0,9	2,2	2,4
septembre	2,2	0,6	3,3	2,7	0,5	0,9	2,1	1,9

Note : ensemble des heures rémunérées des salariés y compris les heures supplémentaires ainsi que les absences pour lesquelles le salarié est rémunéré.

Sources : Insee, DSN 2022 et 2023 (traitement provisoire).

Les étrangers soutiennent la fréquentation hôtelière

« Avec 15,8 millions de nuitées passées dans les hôtels, la région se place au deuxième rang national, derrière l'Île-de-France, poursuit l'étude l'Insee Paca. D'avril à septembre 2023, la fréquentation hôtelière diminue de 0,7% par rapport à l'année précédente, alors qu'en France, la tendance est à la hausse (+0,3% par rapport à 2022). Par rapport à l'avant-crise, la fréquentation hôtelière régionale est en hausse de 1,5%. »

« Les touristes résidents sont moins nombreux dans les hôtels de Provence-Alpes-Côte d'Azur (-4,9% par rapport à 2022). C'est donc les touristes venant de l'étranger qui soutiennent la fréquentation hôtelière, avec une hausse sensible des nuitées (+6,3%). Dans la continuité des années précédentes, l'activité des hôtels haut de gamme, de catégorie égale ou supérieure à quatre étoiles, tire vers le haut la fréquentation totale (+4,2%). Dans ce type d'hôtels, la clientèle résidant en France diminue légèrement (-0,8% par rapport à 2022), alors que les non-résidents présentent une dynamique très positive (+9,6%).

Ecrit par le 9 février 2026

Les campings en légère hausse sur un an

« Avec 16,6 millions de nuitées touristiques dans les campings d'avril à septembre 2023, Provence-Alpes-Côte d'Azur occupe la troisième place des régions de France, derrière Nouvelle-Aquitaine et Occitanie. La fréquentation des campings de la région est en hausse de 1,1% par rapport à 2022 et de 8,5% par rapport à 2019. »

« La clientèle résidant en France représente deux tiers de l'ensemble des campeurs. Elle est quasiment stable par rapport à 2022 (-0,4%). La clientèle venant de l'étranger progresse sensiblement cette saison (+3,7% par rapport à 2022). Cette clientèle de l'étranger est principalement européenne. Les campeurs néerlandais sont toujours bien représentés, mais passent, en part, derrière la clientèle allemande, en forte hausse. »

« Comme pour les hôtels, les campings des gammes supérieures sont les plus dynamiques. Les nuitées dans les campings 4 et 5 étoiles progressent nettement (+5,1% par rapport à 2022, et +9,6% pour la seule clientèle provenant de l'étranger). »

Les autres hébergements collectifs à la peine

« En Provence-Alpes-Côte d'Azur, la fréquentation des autres hébergements collectifs touristiques (AHCT) génère 9 millions de nuitées cette saison, en baisse de 7,7% par rapport à 2022. La clientèle résidente se replie nettement (-8,9% par rapport à 2022). La clientèle non-résidente connaît une baisse plus limitée (-1,5%). »

Etienne Lenzi et Corinne Roche de l'Insee