Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 29 novembre 2025

Les offices de tourisme du Ventoux créent leur marque ‘Ventoux – Des terres aux sommets’

Les communautés d’agglomération Ventoux Comtat Venaissin et Les Sorgues du Comtat, ainsi que les communautés de communes Ventoux Sud et Vaison Ventoux ont une ambition commune : promouvoir l’attractivité de la destination Ventoux. C’est pourquoi elles se sont alliés, aux côtés des offices de tourisme du Ventoux, et ont créé la marque de destination ‘Ventoux – Des terres aux sommets‘.

En 2017, la Région Sud a lancé le programme ‘Smart Territoires’ dans le cadre du schéma de développement touristique régional. Un programme que les quatre établissements public de coopération intercommunale (EPCI) du territoire Ventoux ont rejoint un an plus tard, afin de promouvoir l’attractivité

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 29 novembre 2025

de leur destination.

S'est ensuivie la création de l'association Destination Mont Ventoux Provence en septembre 2021, qui a le même objectif et qui est portée par les EPCI sur le plan financier et par les directeurs des quatre offices de tourisme du Ventoux pour la partie opérationnel et les plans d'actions.

Une stratégie autour de la destination Ventoux

L'objectif de l'association est d'avoir une gouvernance pour avoir le plus de liberté possible avec la constitution d'un bureau et d'un conseil d'administration composés de membres des quatre EPCI, mais aussi d'institutionnels comme le Parc naturel régional du Mont-Ventoux, l'AOC Ventoux, le CRT Paca, Vaucluse Provence Attractivité, l'association touristique et destination Mont-Ventoux, ainsi que l'association Ventoux Métiers d'Art.

Peu après sa création, l'association Destination Mont Ventoux Provence a fait appel à un cabinet pour monter une stratégie autour de la destination Ventoux et définir un positionnement, mais aussi établir un plan d'actions jusqu'en 2024, dont la première étape est la création de la marque 'Ventoux – Des terres aux sommets', qui a été validée en février dernier et dont le dépôt auprès de L'Institut national de la propriété industrielle (INPI) est en cours.

Une marque de destination

« L'objectif premier de cette marque était d'enlever les frontières administratives que les touristes ne connaissent pas forcément, c'est-à-dire que pour quelqu'un qui veut venir dans le Ventoux, il veut aller à Vaison-la-Romaine mais il veut aussi bien aller à Sault, qui correspondent à deux offices de tourisme différents mais à un même territoire », explique Angélique Carballo, animatrice chargée de communication et marketing touristique et seule salariée de l'association Destination Mont Ventoux Provence, dont le poste est subventionné par la Région Sud à travers le programme Leader.

Ainsi, le but de 'Ventoux – Des terres aux sommets' est de créer une promotion assez générale sur l'ensemble du territoire Ventoux et d'être présents sur des actions de promotion communes aux offices de tourisme du territoire Vaison Ventoux Tourisme, Porte du Ventoux Tourisme et Ventoux-Provence. Cette union des forces permet aux offices de tourisme de faire des économies mais aussi de représenter une même destination ensemble au lieu de faire de la représentation chacun de leur côté, notamment sur des salons.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 29 novembre 2025

Le logo de la marque a été pensé en accord avec les valeurs du territoire. Le 'V' se veut le symbole de l'environnement vallonné et de la nature végétale et animale. Sa partie détachée à gauche de la lettre représente la pointe des sommets du territoire : le Mont Ventoux, les Monts de Vaucluse et les Dentelles de Montmirail.

Une valorisation du territoire dans sa globalité

« Aujourd'hui, lorsqu'on cherche 'tourisme Ventoux' sur internet, on tombe sur Ventoux-Provence, l'office de tourisme basé à Carpentras, mais le touriste ne va pas forcément trouver la promotion du territoire de Vaison », poursuit Angélique.

Ainsi, l'idée est d'assurer une cohérence territoriale et que tous les acteurs puissent disposer d'un outil de communication qui va permettre de favoriser l'attractivité du territoire dans son ensemble. À travers cette marque, tous les prestataires du Ventoux seront mis en lumière.

Prochaine étape : le site internet

La seconde étape du plan d'actions de l'association et de sa marque est de créer un site internet de destination, pour que ce soit plus clair pour le touriste, qui sera la première passerelle générale de l'ensemble du territoire du Ventoux.

Sur le site, si le touriste cherche une information plus précise, il sera redirigé sur le site d'un des offices de tourisme du territoire, qui pourra compléter sa demande. Le site sera également disponible en anglais, pour renforcer davantage cette ambition d'attractivité, et permettre aux étrangers de découvrir le territoire de façon simple et accessible.

Quelle différence avec le travail des offices de tourisme ?

L'idée n'est pas de créer cet outil dans le but de faire la même chose que les offices de tourisme. La marque 'Ventoux – Des terres aux sommets' se veut une valeur ajoutée qui va se distinguer du travail des offices de tourisme afin de les compléter, et de rendre le territoire plus accessible à l'international.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 29 novembre 2025

« La marque n'a pas vocation à faire disparaitre les particularités locales et les communications propres à chaque acteur, mais de faire un lien entre chaque structure et d'amplifier l'image et la puissance touristique de la destination Ventoux », développe Angélique Carballo.

Le Ventoux, une destination qui bouge toute l'année

À l'instar de l'agence Vaucluse Provence Attractivité, la marque 'Ventoux – Des terres aux sommets' souhaite faire valoriser un tourisme responsable afin de faire face au réchauffement climatique. L'objectif est donc de valoriser les ailes de saison pour étaler la fréquence touristique pour montrer que la destination Ventoux bouge toute l'année et pas seulement en juillet et en août.

« Notre mission est d'être l'allié d'un tourisme plus responsable au fil des saisons tout en partageant des valeurs fortes telles que le partage, l'équilibre des sens et la quiétude parce que le territoire Ventoux est une destination où l'on peut pratiquer des activités intenses, mais aussi se ressourcer », conclut Angélique.

Lire également : 'Le Vaucluse, une destination touristique responsable en devenir'