

Ecrit par le 11 avril 2025

# Le guide de vos activités en famille par Vaucluse Provence attractivité



**Découvrez le nouveau guide dédié aux vacances en famille en Vaucluse ! Avec les enfants, le Vaucluse se visite autrement... On grimpe aux arbres, on joue dans l'eau et on se balade avec les ânes.**

Par mauvais temps, on découvre les parcs de jeux en intérieur, le trampoline et le bowling. Ce guide famille réalisé par l'agence départementale Vaucluse Provence Attractivité en concertation avec les Offices du Tourisme, est consultable sur la page « préparer votre séjour » : <https://www.provenceguide.com/.../avec.../offres-8-1.html>.

« Quelle que soit la saison, le Vaucluse vous ouvre les bras pour des plaisirs chamarrés en famille. Découverte des sites naturels, activités de plein air ou en salle, adresses gourmandes et visites du patrimoine historique... ce guide entraîne petits et grands aux quatre coins du département, selon les aspirations du moment, pour un séjour haut en couleur. »

L.M.

## Vaucluse Provence Attractivité lance 'Memories', vos souvenirs en un clic



The image shows a woman in a white shirt and straw hat taking a selfie in a vineyard. To her right is a purple promotional graphic for 'Memories'. The graphic features a map icon with a location pin and a camera, with the text 'Gratuit !! Free!' and 'Votre vidéo souvenir du Vaucluse !!'. Below this, there are three numbered steps: 1. 'Rendez-vous sur www.getmy.video/vaucluse', 2. 'Ajoutez vos vidéos et vos selfies' (accompanied by a smartphone icon showing a video), and 3. 'Partagez votre vidéo souvenir avec vos amis !!'. At the bottom of the graphic, there are social media icons for Instagram and Facebook, the text '/VaucluseTourisme #provanaguida #MemoriesMagicSelfies', the 'VAUCLUSE PROVENCE' logo with the subtext 'AVIGNON | VALLEE DU RHONE | LUBERON | MONT-VENTOUX', and the 'Memories Magic Selfies' logo.

**Vaucluse Provence Attractivité (VPA) a déployé en lien avec les offices de tourisme, 'Memories', un outil gratuit de création instantanée de souvenirs sous forme de vidéo.**

Cette solution génère un album qualitatif en mixant les contenus mobiles des visiteurs (selfies, photos, vidéos) avec des vidéos professionnelles fournies par VPA. Aussi bien destiné à la clientèle locale que touristique, cet outil permet aux visiteurs de partager leurs vidéos, en particulier sur les réseaux sociaux, et de devenir ambassadeurs des territoires vauclusiens.

Ecrit par le 11 avril 2025

## Mode d'emploi

Pour créer sa vidéo et faire vivre ses souvenirs : aller sur le site [www.getmy.video/vaucluse](http://www.getmy.video/vaucluse) ou scanner le QR-Code des cartes de visite mises à disposition dans les sites et points d'intérêt du département. Ajouter ses vidéos et ses selfies aux images proposées. Si on le souhaite, les partager sur Facebook et Instagram.

## Dans quelles villes ?

Pour le moment, il est possible de créer des vidéos souvenir dans les lieux suivants : Ansois ; Avignon ; Carpentras ; Châteauneuf-du-Pape ; Dentelles de Montmirail ; Fontaine de Vaucluse ; Forteresse de Mornas ; Gordes ; L'Isle sur la Sorgue ; Lourmarin ; le Naturoptère ; Orange ; Pernes-les-Fontaines ; Richerenches ; Roussillon ; Sault ; Mont Serein ; Mont Ventoux ; Vaison-la-Romaine ; Venasque. A venir : Villeneuve-lez-Avignon et le Parc Spirou Provence.

L.M.

---

# Vaucluse : trois chambres d'hôtes parmi les plus belles adresses de France

Ecrit par le 11 avril 2025



**Trois adresses vaclusiennes ont été sélectionnées dans le guide Le Figaro 2021 des plus belles chambres d'hôtes de France. Une sélection permise grâce une enquête de terrain menée par la rédaction, à l'arrivée des beaux jours.**

Cette valorisation fait suite à une sélection d'hébergements proposée au magazine par [Vaucluse Provence attractivité](#) (VPA), suivie de l'accueil de la journaliste, en février (financé par VPA) et mars (financé en collaboration avec Provence-Alpes-Côte d'Azur tourisme), pour la visite des adresses. Focus sur les établissements qui font rayonner le territoire.

### **Provence km28 à Gordes**

On ne se lasse pas de cette nature. A droite Bonnieux et plus à gauche Roussillon, deux très beaux villages. Et sur un petit aïoli du bistrot, on reste dans l'ambiance provençale. Dotés d'une terrasse, les logements disposent de la climatisation et d'une télévision à écran plat. Leur salle de bains privative est pourvue d'une baignoire et d'un sèche-cheveux. Vous pourrez profiter d'un réfrigérateur et d'une machine à café. Ce 'bed & breakfast' sert un petit-déjeuner américain. Vous pourrez nager dans la piscine extérieure, faire du vélo ou vous détendre dans le jardin. [Le Provence Km28](#) se trouve à 34 km

Écrit par le 11 avril 2025

d'Avignon et à 38 km de Saint-Rémy-de-Provence.

### **Maison pampa à Uchaux**

La [propriété](#) abrite deux maisons l'une face à l'autre, à l'opposé architecturalement, très différentes et pourtant si proches. D'un côté, la villa contemporaine avec quatre suites lumineuses et climatisées avec chacune sa terrasse privative tournée vers le jardin méditerranéen qui permet de profiter pleinement de la vie en extérieur. Également un espace salon avec une cuisine toute équipée donnant sur une grande piscine et sa grande terrasse abritée par les ombrières. Élément central, la piscine est un grand bassin. Elle est agrémentée de deux fontaines et d'une plage permettant un moment de détente. Une grande terrasse enveloppe la piscine. De l'autre côté, le mas qui abrite la 5ème suite climatisée mais également l'espace détente semi-ouvert où vous pourrez bénéficier de cours de yoga, pilates, coaching...

### **Le prieuré de la Madelène à Malaucène**

Ancien prieuré bénédictin du XIIème siècle niché à Malaucène au pied du Mont Ventoux, à quelques minutes de Vaison La Romaine, [Le Prieuré La Madelène](#) est une maison d'hôtes de charme intimiste pour vos séminaires, stages de bien-être, moments à soi ou en amoureux. Doté d'une piscine extérieure ouverte en saison, Le Prieuré La Madelène propose des hébergements à Malaucène, à 42 km de L'Isle-sur-la-Sorgue. Une connexion Wi-Fi est disponible gratuitement. Cette chambre d'hôtes sert un petit-déjeuner continental. Une terrasse est également à votre disposition. Vous pourrez profiter du jardin et faire du vélo ou partir en randonnée dans les environs.

Lire le dossier Le Figaro (édition abonnés) <https://lnkd.in/ddvxRu>

---

## **Tourisme : la Région et le Vaucluse préparent activement la saison estivale**

Ecrit par le 11 avril 2025



**Fortement attendue depuis 15 mois, la reprise de l'activité touristique pourrait être au rendez-vous d'une saison estivale bien préparée dans notre région et tout particulièrement dans le Vaucluse. Les premiers chiffres sont fort encourageants pour les professionnels qui auront de nombreux défis à relever pour la réouverture.**

Ne pas accueillir tout le monde, tout le temps et dans n'importe quelles conditions. Telle est l'obsession du Comité régional de tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur (CRT) qui a annoncé un plan de relance pour « réussir le cœur de saison 2021 et notre été indien ». Renaud Muselier a donc dévoilé le 19 avril autour de la campagne de communication régionale 'On a tous besoin du sud', la remise en route « d'activités foudroyées, supposant trois conditions : une liberté de se déplacer, de se rassembler et un sentiment de sécurité. Les trois ont été balayés au cours de ces 15 derniers mois. Mais l'adieu aux barquettes tendues au travers d'hygiaphones par les restaurateurs est désormais programmé, selon un calendrier précis pour « ramener le sourire et la joie de vivre » :

- Lancement de la campagne de communication depuis le 2 mai, avec 180 écrans TV sur France Télévisions aux heures de grande écoute et 370 messages radio sur Europe 1 et NRJ jusqu'à fin mai.

Ecrit par le 11 avril 2025

- Le 19 mai, les restaurateurs de notre région seront prêts pour rouvrir les terrasses, nos commerçants prêts à ouvrir leurs commerces et le monde de la culture prêt pour ouvrir cinémas, musées et théâtres.
- Le 9 juin, l'ouverture des stades, salles de café et de restaurants, comme des salons et foires d'exposition.
- Le 30 juin, fin des jauges et du couvre feu.
- Le 1<sup>er</sup> juillet devrait avoir lieu la deuxième édition de la 'Fête des Terrasses', avec 7 000 professionnels engagés sur l'ensemble de la région.

Preuve de cette impatience le redémarrage de l'activité touristique lors du dernier week-end de l'Ascension. D'autant que la SnCF a donné un gros coup de pouce : les vacanciers qui ont pris une place avant la mi-mai ont bénéficié d'un des 5 millions de billets à 39€ mis sur le marché par le transporteur ferroviaire.

Les réservations de séjour devraient donc progresser de façon significative à partir de maintenant. Elles accusaient encore en avril un retrait de 60% par rapport à 2019, mais - dans le même temps - une hausse de près de 40% par rapport à l'année dernière.

### Cap au Sud : sommes-nous prêts ?

Comme en 2020, les vacances des français dans l'hexagone vont sauver la saison touristique - compte tenu des difficultés de passage aux frontières - et probablement hausser la fréquentation de notre région. Nos compatriotes répondront-ils présent ?

« D'après le dernier baromètre d'Atout France et de l'Office du tourisme et des congrès de Paris, la région Sud arrive en tête des intentions des Français pour un séjour prévu en France dans les 6 prochains mois avec 27% des intentions », observe Cathy Fermanian, directrice générale de Vaucluse Provence attractivité (VPA). En tête de toutes les régions, la nôtre devance l'Occitanie de cinq points et l'Auvergne-Rhône-Alpes de près de 10. Toutes les conditions sont par ailleurs réunies pour que la demande se manifeste très rapidement : près d'un Français sur deux ayant prévu un séjour de loisir envisage de partir dès le printemps. Le grand air du littoral capte 56% des intentions de destination de vacances, celui de la campagne (31%), l'espace urbain étant balayé à la dernière place (27%)\*.

« Les professionnels savent adapter et élargir leur offre. »

Principal point positif, le secteur touristique qui avait essuyé une perte de 10 milliards dans le cadre de la crise sanitaire - soit la moitié de ses recettes - avait néanmoins réussi jusque là à étendre sa fréquentation : deux milliards de consommation au cours de la dernière décennie ont été gagnés en bordure de la saison estivale - au printemps et en automne. - indiquait le président du Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur. Les professionnels savent adapter et élargir leur offre. « Mais il faut être très prudent, car la saison sera bien naturellement conditionnée à l'évolution de la situation sanitaire tant

Ecrit par le 11 avril 2025

sur le plan national qu'international, à l'ouverture des frontières et à la levée des restrictions et bien sûr, au déroulement de l'arrière-saison. L'année dernière, l'activité touristique avait été brutalement stoppée fin août, suite à une dégradation de la situation, amputant la saison de mois tels que septembre et octobre encore très fréquentés en Vaucluse », se souvient Cathy Fermanian.

### Réservation de dernière minute

Adeptes de la réservation de dernière minute, la clientèle française va compliquer la gestion du personnel, de la trésorerie, de la tarification ou de la répartition des flux dans un contexte d'incertitude total lié au « stop and go » sanitaire. Sur ce point précis, les professionnels ont un pari difficile à faire pour la réouverture qui signifie l'arrêt des aides.

Ils disposent de délais courts pour recruter assez de personnels formés et pour remplir rapidement des établissements obligatoirement rentables. Ce n'est pas tout : il faudra séduire aussi des vacanciers, prédisposés aux séjours de proximité et de courte durée souvent guidés par des choix de dernière minute et l'appel de la nature. La petite musique environnementale, l'envie de solidarité avec les producteurs locaux appuie sur la trace de ce nouveau sillon. « La faillite de Thomas Cook fin 2019, les mouvements dits de type Greta avec la diabolisation des voyages en avion, les mouvements locaux de rejet (...) du tourisme peu encadré et démultiplié par l'effet Instagram [ont fait émerger] des besoins de retour à l'authentique, à l'expérience, au vrai », constate, en prenant du recul, Renaud Muselier.

### La polémique de la 'sur fréquentation'

Dans quelle mesure cette tendance peut-elle gêner efforts de promotion ? Autrement dit, à quoi sert-il, de continuer créer des labels, afin de garantir une qualité de territoire et attirer des visiteurs supplémentaires si, in fine, nous leur disons, prenez votre argent et allez (vous faire) voir ailleurs comme le font déjà certains ?

Prenons l'exemple du tout nouveau Parc naturel régional du Mont-Ventoux. Il ne dispose pas de pouvoir réglementaire. Il n'a pas de 'compétence' comme la gestion des routes ou des déchets, ni de pouvoir de police et ne peut donc pas dresser de contravention. Son action - comme celle des autorités touristiques - relève prioritairement de l'information, de l'animation et de la sensibilisation à la richesse patrimoniale de son territoire.

« Le choix d'un tourisme apaisé en Vaucluse. »

« Dans notre département, nous avons choisi de faire la part belle à un tourisme apaisé, de découverte et de qualité de vie, notamment avec le vélo, les randos ou l'œnotourisme », abonde Pierre Gonzalvez, vice-président du Conseil départemental en charge du tourisme et maire de l'Isle-sur-la-Sorgue. « Nous ne pouvons pas, comme aux Etats-Unis gérer de grands parcs très réglementés dont l'accès est payant. Nous travaillons sur de petits territoires présentant une grande diversité d'offre et de centres d'intérêt, parfois sur à peine quelques kilomètres. Les gens viennent et ils sont là en un saut de puce. Nos lieux de vie deviennent alors des lieux d'animation marqués par ses conflits d'usage, ses riverains exaspérés et des sites pris d'assaut, comme les rivières et le Colorado provençal », décrit l'élu. « Mais la confiance



Ecrit par le 11 avril 2025

reste toujours plus porteuse que la retenue et nous souhaitons de tout cœur que nos professionnels puissent travailler librement et trouver la main d'œuvre nécessaire pour réussir la reprise. »

### **Décision 'idéologique'**

Une remarque qui fait écho aux déclarations de la mairie de Marseille. Elle a choisi d'annoncer l'arrêt de la promotion touristique de la ville - l'une des plus pauvre de France - au motif d'une « sur-fréquentation » au moment du lancement de la campagne « On a tous besoin du Sud ». Voilà que Marseille se prend pour Barcelone en mettant en avant l'envahissement de ses célèbres Calanques en 2020. « Rien à voir avec les touristes. Ce sont à 90% des marseillais qui n'avaient guère d'endroits où aller qui y ont passé l'été », explique un professionnel regrettant la décision 'idéologique' de la nouvelle mandature.

« Je trouve que cette notion de sur fréquentation n'est pas adaptée à notre territoire qui connaît, c'est vrai, quelques points de forte tension qu'il ne s'agit pas de monter en épingle pour en faire une généralité. Les gens ont besoin de liberté, veulent revoir leurs proches sans qu'on leur rappelle sans cesse ce qu'ils font d'eux-mêmes pour se préserver », juge François De Canson, président du CRT. « Nous les aidons en déployant une expérimentation unique au monde menée avec le site leader de la navigation (Waze) qui propose aux visiteurs des circuits ou horaires alternatifs en cas de pic de fréquentation de certains sites sensibles ».

Il faudra, sans doute, à l'avenir s'appuyer sur les pouvoirs de connaissance et d'information pour développer le tourisme et modérer les usages que les visiteurs font du territoire pour qu'il reste attractif et profitable à tous.

Euphémisme pour dire que les alpinistes en tong ont encore trop de rejetons. Il n'était pas rare de les voir en 2020 franchir la porte d'une bergerie en s'étonnant d'y trouver un berger en été, dont l'activité pastorale a pourtant donné son nom au domicile qu'il occupait jusque là sans trouble à l'ordre public.

### **Les atouts numériques vaclusiens**

Le numérique et les 'réseaux sociaux' sont un des points forts de la promotion touristique vaclusienne. « Nous travaillons cette année avec Webedia, Hotel.com et Voyage privé pour mettre en avant notre département », explique Pierre Gonzalvez. L'année dernière, la campagne de publicité régionale avait généré un million d'affichages suivi de 9 000 clics. Déclinée au plan vaclusien grâce aux actions complémentaires de VPA, ce sont 2,2 millions d'affichages, vues et impression qui amené près de 50 000 clics.

Voici quelques chiffres pour les campagnes terminées de ce début d'année (sites d'actualités) :

- Suisse : 185 961 affichages et un taux de clic de 2,01%
- Belgique : 199 301 affichages et taux de clic de 1,77%

Les performances sont comprises habituellement entre 0,8% et 1,2%.

Rappelons que les Belges sont la première clientèle étrangère du Vaucluse (20%), suivi des Allemands (15%) - clientèle divisée des deux-tiers en 2020 - des Pays-Bas (11%) et de l'Espagne (10%).

*\*Enquête réalisée entre le 12 et le 18 mars 2021 et effectuée auprès de voyageurs Français ayant réalisé*

Écrit par le 11 avril 2025

*au moins un séjour de loisir en hébergement marchand en France au cours des deux dernières années.*



Les réservations de séjour devraient donc progresser de façon significative à partir de maintenant. Elles accusaient encore en avril un retrait de 60% par rapport à 2019, mais - dans le même temps - une hausse de près de 40% par rapport à l'année dernière. © Calmodovar

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

Ecrit par le 11 avril 2025



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 11 avril 2025

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 11 avril 2025

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

© Teddy Verneuil - SUNMADE.FR

RÉSERVEZ VOTRE SÉJOUR  
[onatousbesoin.sud.fr/vaucluse](https://onatousbesoin.sud.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

L.M.

Ecrit par le 11 avril 2025

---

## (vidéo) Châteauneuf-du-Pape : Les Fines Roches dans la dernière ligne droite ?

L'investisseur vauclusien Denis Duchêne vient d'avoir les honneurs du JT de [France 3](#). Dans un reportage de notre consœur Frédérique Poret et notre confrère Mickael Flores, [le nouveau propriétaire de l'hostellerie et restaurant des Fines Roches à Châteauneuf-du-Pape](#) fait le point sur l'avancée de son projet en plein coeur du plus vieil AOC de France.

Ainsi, après 3 mois de travaux et 1M€ d'investissement, l'établissement a fait peau neuve. Et malgré un contexte difficile, Denis Duchêne espère ouvrir [les Fines Roches](#) le 9 avril prochain avec un service de restauration en chambre.

Pour cela, il peut compter sur les 10 salariés, dont son chef cuisinier Hugo Loridan-Fombonne, qui ont été associé au capital.

Une ouverture qui semble ravir [Claude Avril](#), le maire de [Châteauneuf-du-Pape](#) qui voit là l'offre d'hébergement de sa commune augmenter de manière conséquente grâce à la capacité de 11 chambres de cet ancien château de marquis du XIXe siècle comprenant un restaurant gastronomique, une terrasse panoramique, une piscine ainsi que des espaces de séminaires de plus de 100m<sup>2</sup>, de réceptions pour une centaine de convives et de dégustation œnologique.

Reportage de notre consœur Frédérique Poret et notre confrère Mickael Flores, [le nouveau propriétaire de l'hostellerie et restaurant des Fines Roches à Châteauneuf-du-Pape](#) fait le point sur l'avancée de son projet en plein coeur du plus vieil AOC de France.

---

## Le Vaucluse terre de cinéma depuis près d'un siècle

Ecrit par le 11 avril 2025



## **Malgré la crise que traversent actuellement les cinémas en raison de leur fermeture pour cause de Covid-19, le Vaucluse reste une terre de 7<sup>e</sup> art.**

Le Vaucluse et ses paysages inspirent les cinéastes depuis plus d'un siècle. Dès 1910 était tournée 'La passerelle tragique' à l'Isle-sur-la-Sorgue, en 1918, Louis Feuillade réalisait un film muet, 'Vendémiaire' sur le Rhône. En 1936, Sacha Guitry filmait 'Le roman d'un tricheur' à Cavaillon, en 1937, Michèle Morgan et Jean Gabin étaient à Sarrians pour 'Gueule d'Amour' de Jean Grémillon. En 1958, c'est Louis Malle qui dirigeait Jeanne Moreau et Jean-Marc Bory dans 'Les amants' à Velleron. Et courant 1965, avec Anna Karina et Jean-Paul Belmondo Jean-Luc Godard s'installait à Bonpas pour 'Pierrot le fou'... La liste est longue des chefs d'œuvre du 7<sup>ème</sup> art qui ont le Vaucluse pour décor\*.

**« Les tournages consolident les emplois. »**

Écrit par le 11 avril 2025

« Ce n'est sûrement pas un hasard si la Région Sud est la 2e de France pour le nombre de jours de tournage, que ce soient des courts et longs métrages, des clips, des documentaires ou des pubs » explique Anne-Cécile Celimon-Paul, chargée de mission développement Cinéma en Vaucluse pour le compte de la [Commission du film Luberon-Vaucluse](#).

« Les tournages consolident les emplois, insiste Renaud Muselier, président de Provence-Alpes-Côte d'Azur dans le cadre du 'Plan cinéma & audiovisuel 2020-2022'. On dénombrait, en 2018, 6 730 jours de tournage, soit 18 par jour et nous avons 12 000m2 de plateaux de tournage, sans parler des décors naturels ou de la lumière à couper le souffle. »

De l'écriture à la post-production, les métiers du cinéma et de l'audiovisuel c'est toute une palette de talents : concepteur, scénariste, dialoguiste, constructeur de décor, peintre, costume, maquillage, coiffeur, lumière, cadrage, montage, effets numériques, graphisme, images de synthèse, son. La Commission du Film, basée à Carpentras propose des décors, des intermittents du spectacle et des techniciens aux réalisateurs qui ont un projet près de chez nous.

### « Il y a eu 141 jours de tournage en Vaucluse en 2019. »

En 2019, il y a eu 141 jours de tournage en Vaucluse alors que 56 techniciens, 19 artistes et 42 figurants ont été recrutés pour 35 réalisations. En 2020, Covid oblige, deux mois ont sauté au printemps à cause du confinement, mais sur une dizaine de mois, une vingtaine de projets se sont réalisés, pour 90 jours de tournage, avec 38 artistes, 12 techniciens et une quinzaine de figurants. Parmi les réalisations récentes : 'Les choses qu'on dit et celles qu'on fait' tourné à Malaucène, Crillon-le-Brave, dans le Comtat, aux Baux et dans la vallée du Toulourenc avec Camélia Jordana. La jeune comédienne, qui a été primé à Cannes, a aussi décroché le 'Prix Lumière' tout en étant pressentie pour son premier rôle aux prochains César.

'Grand ciel', de Noël Alpi avec Aurélien Recoing a entièrement été réalisé en Vaucluse, à Valréas et Sault. Enfin, Christophe Baratier a choisi, lui, Grambois (et forcément Aubagne) avec Mélanie Doutey, Guillaume de Tonquédec et François-Xavier Demaison pour 'Le temps des secrets' de Marcel Pagnol.

### « Les repéreurs de films apprécient désormais le Haut-Vaucluse. »

« Le Vaucluse est connu dans le monde entier pour Le Luberon, Avignon, le Mont-Ventoux mais les repéreurs de films apprécient désormais le Haut-Vaucluse, la variété des paysages et des couleurs précise la responsable de la Commission du Film en Vaucluse. Ce décor naturel est définitivement un atout-maître. »

Si le Département verse une subvention de 30 000€ et la Région 20 000€ à cette Commission, c'est une association régie par la loi 1901. Quand 1€ est dépensé pour un tournage, il rapporte 5€ pour un documentaire, 7€ pour un long-métrage et 12€ pour une série. Ces retombées économiques ne sont pas



Ecrit par le 11 avril 2025

négligeables même si tout ne peut pas être comptabilisé, mais on sait par exemple que les deux films tournés en 2019 ont rapporté 2,25M€ (emplois, hôtellerie, restauration...).

En 2018, les régions qui ont attiré le plus de dépenses directes grâce aux tournages sont l'Île-de-France (169M€), Sud (70M€), la Nouvelle Aquitaine (66M€) et l'Occitanie (26M€) et en complément de ces dépenses, des retombées plus globales sont estimées à 132M€ par le réseau des bureaux d'accueil de tournage.

### \*Quelques films tournés en Vaucluse :

1954 - Vaison ['Le mouton à cinq pattes'](#) » d'Henri Verneuil avec Fernandel

1968 - Lourmarin ['La maison des Bories'](#) de Jacques Doniol-Valcroze

1972 - Avignon ['Les fous du stade'](#) de Claude Zidi avec les Charlots

1983 - Gordes ['L'été meurtrier'](#) de Jean Becker avec Isabelle Adjani et Alain Souchon

1986 - Vaucluse ['Jean de Florette'](#) de Claude Berri avec Yves Montand et Gérard Depardieu et Daniel Auteuil

1995 - Apt et Avignon ['Gazon maudit'](#) de et avec Josiane Balasko

2003 - Avignon ['L'affaire Dominici'](#) de Pierre Boutron avec Michel Serrault

/ Bonnieux ['Swimming pool'](#) de François Ozon avec Charlotte Rampling

2005 - Base aérienne 115 Orange-Caritat ['Les chevaliers du ciel'](#) de Gérard Pirès / Gordes ['Une grande année'](#) de Ridley Scott avec Russell Crowe et Marion Cotillard

2012 - Oppède ['Le prénom'](#) d'Alexandre de la Patelière avec Patrick Bruel

[filmvaucluse.fr](http://filmvaucluse.fr)

Écrit par le 11 avril 2025

# Commerce : une carte en ligne pour acheter local dans tout le Vaucluse

[Vaucluse Provence attractivité \(VPA\)](#), l'agence de développement du [Conseil départemental de Vaucluse](#) vient de mettre en ligne un guide pour faciliter les achats locaux.

Pour cela, les équipes de VPA, en lien avec les offices de tourisme du département, ont réalisé une carte recensant toutes les initiatives locales de vente en ligne en distinguant les formes de retrait, comme le 'Click & collect' ou la livraison à domicile.

Ainsi chaque internaute a la possibilité de savoir, pour tous les types de produits, et, au jour le jour, ce qu'il peut acheter, où et comment. L'initiative vise également à relayer les cartes locales qui existent déjà.

« Cette démarche solidaire entend faciliter les démarches des Vauclusiens, en cette fin d'année 2020, face aux changements d'habitudes imposés par la crise sanitaire et encourager les consommateurs à opter pour des achats locaux afin de soutenir nos commerces de proximité », explique VPA

La carte, mise à jour régulièrement, est consultable [ICI](#) sur le site touristique de l'agence : [provenguide.com](http://provenguide.com).

---

## Tourisme en Vaucluse : cela aurait pu être pire

Ecrit par le 11 avril 2025



**Confinement, annulations du Festival d'Avignon, des Chorégies d'Orange et d'une vingtaine d'autres festivals, mesures contraignantes pour la restauration et tous les sites accueillant du public, restrictions des déplacements à travers le monde... Avec le Covid-19 et ses conséquences, tout pouvait concourir à ce que l'ensemble du secteur touristique puisse croire à un effondrement de l'activité.**

Une impression confirmée avec une reprise très lente après le déconfinement puis un très mauvais mois de juillet (-15% en Vaucluse). Une lueur d'espoir cependant est venue de la bonne tenue du mois d'août (+5 %). De quoi permettre d'afficher 'seulement' -10 % de nuitées pendant l'été. La partie était pourtant mal engagée : depuis le début de l'année, le Vaucluse affichait un retrait global de -27 % de nuitées soit 4,4 millions en moins par rapport à 2019.

*«Dès le confinement, VPA (ndlr : Vaucluse Provence attractivité, l'agence de développement touristique du Département) a pris la mesure de la situation, dans un contexte qui survenait à l'aube de la saison estivale, explique Maurice Chabert, président du Conseil départemental et de VPA. L'agence a donc adapté ses actions et s'est recentrée sur le marché français.»*

Et cela semble avoir payé puisque le nombre nuitées françaises affiche +10 % sur juillet et août. Pas de

Ecrit par le 11 avril 2025

quoi compenser cependant les -30 % de nuitées d'étrangers sur la même période. Il faut dire qu'avec la disparition de la clientèle américaine (1<sup>er</sup> client étranger des hôtels du département) ainsi que des touristes asiatiques le coup a été rude. «Malgré tout, VPA n'a pas pour autant délaissée ses clientèles étrangères», poursuit le président du Département. Les équipes de l'agence dirigée par Cathy Fermanian ont aussi axé leurs actions sur les pays du Nord de l'Europe. Résultat : l'arrivée en force des Belges (+26 % en juillet et +32 % en août) et des Suisses (+24 %), le quasi maintien des Néerlandais (-2 %) mais la forte baisse des Britanniques (-39 %) en raison des incertitudes liée au Brexit.

**« Cette crise a accéléré et renforcé certaines tendances. »**

Cette présence n'a toutefois pas été homogène dans le département. En recherche d'espace et de nature, loin des villes et des contraintes liées, notamment, à la Covid-19. Si le nombre d'étrangers est en baisse partout, la présence de touristes hexagonaux est tout autant à la hausse sauf dans le Grand Avignon (-22 % de clientèle française et -55 % d'étrangers). Dans le même temps, le Luberon totalisait + 19 % de fréquentation française, la Vallée du Rhône +10 % et le Ventoux +5 %.

*« Le mois de juillet a été catastrophique, confirme Cécile Wiertlewski, directrice de l'Office de tourisme pour Avignon-tourisme. Durant cette période nous avons enregistré une baisse de fréquentation du Palais des papes de -47 % et le tourisme d'affaires est également en forte baisse. Nous avons lancé, en urgence, des programmes d'animation qui nous ont toutefois limité les dégâts (ndlr : le spectacle de lumière Hélios a attiré 300 000 spectateurs cet été contre 120 000 en 2019. »*

*«Pour le Palais des papes, cette baisse de fréquentation entraîne un manque à gagner de plusieurs millions d'euros », confirme Joël Peyre, délégué aux Finances de la ville d'Avignon qui est caution de la structure.*

*«Cette crise a aussi accéléré et renforcé certaines tendances, constate Cathy Fermanian. Les gens recherchent de l'espace, de l'authenticité. Ils veulent donner du sens à leurs vacances en privilégiant un tourisme durable avec des activités nature et des circuits courts.»*

Grand gagnant de ces bouleversements ? L'Isle-sur-la-Sorgue, Saumane et Gordes qui ont délogé Avignon de la première place des lieux les plus fréquentés en Vaucluse durant l'été 2020.

**« Une chute brutale de la fréquentation avec le classement du département en zone rouge début septembre.»**

*«Nous n'avons jamais eu autant de monde alors que nous avons annulé la quasi-totalité de nos événements, assure Pierre Gonzalvez, maire de l'Isle et vice-président de VPA en tant que vice-président du Conseil départemental. Cela a d'ailleurs entraîné des problèmes de sur-fréquentation de certains sites et pose la question de nouvelles stratégies afin d'analyser la capacité de nos territoires afin de ne pas*

Ecrit par le 11 avril 2025

*concentrer trop de monde à certains endroits. Comment gérer ses flux avec les problèmes de stationnement, de forces de sécurité, d'environnement, de nuisances ou bien encore de déchets, car cela risque d'excéder les habitants comme nous avons pu le constater cet été au partage des eaux.»*

*«Nous avons sauvé les meubles malgré l'annulation des Chorégies qui a eu un impact jusque dans le sud de l'Ardèche, la Drôme provençale et le Gard Rhodanien», précise Hubert Maillot directeur de l'Office de tourisme d'Orange-Châteauneuf-du-Pape qui a enregistré -54 % sur le Théâtre antique en juillet août et -91% pour les groupes.*

*«En revanche, cette année est celle du vélo avec + 70% par rapport à 2017 sur le point de passage de Caderousse via la Via Rhôna, même si nous constatons une chute brutale avec le classement du département en zone rouge début septembre.»*

*«Nous observons également une baisse de la clientèle locale due à l'annulation des événements de l'été, complète Guilhem Millet, directeur de l'office de tourisme de Pernes-Les-Fontaines. Les visites guidées diminuent fortement alors que les activités familiales comme 'Intrigue dans la ville' connaissent une forte demande.»*

Même conclusion pour Franck Delahaye, directeur de l'office de tourisme Luberon cœur de Provence : *«-96 % sur les tours opérateurs, mais un très grand engouement pour le Luberon».*

### **« Quel avenir pour les petits campings qui ont consommé le Prêt garanti par l'État ?**

»

A l'approche des vacances de la Toussaint, les structures de promotion touristique de Paca vont relancer une campagne de publicité 'On tous besoin du Sud' à destination des habitants d'Auvergne-Rhône-Alpes, de la région parisienne et d'Occitanie. Pour cela 300 000€ seront consacrés à des spots radio ainsi qu'à une communication digitale.

Trop tard pour les campings ? *«Avec le coup de frein de septembre, pour nous la saison est terminée», constate Jeanine Guindos, présidente du syndicat de l'hôtellerie de plein air de Vaucluse. Au final, les campings de Vaucluse affichent une baisse de fréquentation de l'ordre de 30 %. «Le locatif a mieux marché que les emplacements. Les gens ont certainement eu un peur des communs avec le virus», poursuit la représentante des campings du département. «Il y a des remboursements à faire suite à des annulations et la plupart des petits campings ont consommé le PGE (Prêt garanti par l'État). Que vont-ils devenir en 2021 ?».*

*«On ne mesure pas ce qui s'est passé, complète Patrice Mounier président de l'Umih 84 (Union des métiers et des industries de l'hôtellerie). Si on a été tout juste correct pendant 40 jours, il faut se rendre aussi à l'évidence : on a fait une saison de m... ! Ceux qui ont pu s'en sortir sont ceux qui ont un nom. Mais les plus petits, qui ont réduit leur capacité d'accueil de 50 %, ne sont plus en capacité de faire face. Il y a beaucoup de professionnels en pleine détresse et de nombreux restaurateurs et hôteliers risquent*

Ecrit par le 11 avril 2025

*bientôt de fermer définitivement.»*

*«Avignon a pourtant le vent en poupe, assure Cécile Wiertlewski d'Avignon-tourisme. Dès que l'on pourra reprendre, tout le monde sera dans les Starting-Block que ce soit les Tours opérateurs ou les acteurs du tourisme d'affaires.»*

Un ressenti que confirme Cathy Fermanian : *«Nous continuons à travailler sur tous nos marchés y compris les plus lointains pour être prêts dès que l'on pourra voyager plus librement.»*

L'enjeu est de taille pour le territoire car, dans une année normale, le Vaucluse accueille 4 millions de touristes dont près de 50 % d'étrangers (20 % viennent des USA et d'Asie). Un secteur qui pèse 1,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel pour 16 500 emplois directs et 21,8 millions de nuitées.