



LETTRE D'INFORMATION

Adresse email :

S'INSCRIRE

ACCUEIL / L'OFFICE DE TOURISME VISE 2028

De Jean Thailu

Durée de lecture
3 minutes

Partager



L'OFFICE DE TOURISME VISE 2028

Communauté de communes Vaison-Ventoux 18 octobre 2025 - 16:01 0 commentaires



L'équipe de l'Office tournée vers l'avenir

La Journée des Partenaires, organisée à la Brasserie Les Dÿades jeudi, a marqué la fin de la saison touristique 2025 en Vaison Ventoux Provence. Ce rendez-vous annuel, réunissant élus, acteurs du territoire et équipes de l'Office de tourisme, a permis de dresser un bilan complet de la saison écoulée, de présenter les nouveautés des partenaires et de dévoiler les grandes orientations stratégiques pour les trois années à venir.

La saison 2025 s'est révélée globalement satisfaisante, portée par un cœur d'été particulièrement dynamique. Les quatre semaines centrales, de mi-juillet à mi-août, ont enregistré les meilleurs niveaux de fréquentation depuis 2022, confirmant leur rôle moteur dans la réussite estivale. Malgré une baisse du panier moyen, qui s'inscrit dans une tendance désormais récurrente, la satisfaction des professionnels du tourisme reste supérieure à la moyenne observée dans le Vaucluse et le Ventoux. Toutefois, l'écart entre les ailes de saison et le pic estival demeure plus marqué à Vaison Ventoux Provence que dans les autres zones du département.

Du côté des clientèles, les nuitées touristiques ont légèrement reculé par rapport à 2024, avec une baisse de 1 % en cœur de saison et de 3 % sur l'ensemble de l'année. Les clientèles étrangères ont particulièrement fléchi, enregistrant une diminution de 7 % depuis janvier et de 6 % en cœur d'été. En revanche, les clientèles françaises ont progressé, avec une hausse de 1 % depuis le début de l'année et de 4 % pendant l'été. Les visiteurs étrangers les plus nombreux restent les Belges et les Néerlandais, bien que leur présence soit en baisse, tandis que les Allemands, Britanniques et Suisses maintiennent leur fréquentation. Les clientèles françaises les plus représentées viennent du Rhône, de Paris, du Nord, des Bouches-du-Rhône et de la Drôme, toutes en progression. La part des clientèles étrangères reste stable à 48 %, et la fidélité des visiteurs de proximité constitue un atout fort pour le territoire.

L'activité de l'Office de tourisme reflète cette évolution. Si la fréquentation physique des points d'accueil a diminué de 8 %, la visibilité numérique a fortement progressé. Le site web a enregistré une hausse de 259 % de visiteurs uniques entre janvier et septembre, tandis que les réseaux sociaux ont vu leur audience croître de 6 % sur Facebook et de près de 20 % sur Instagram.

Pour accompagner cette dynamique, plusieurs nouveautés ont été présentées pour 2025–2026. Des capsules vidéo immersives ont été créées et diffusées sur YouTube et Facebook afin de renforcer l'attractivité du territoire. La brochure « Hébergements » sera désormais imprimée à la demande et mise à jour régulièrement, permettant aux nouveaux partenaires de s'y inscrire tout au long de l'année. Le Club VVPro, gratuit et ouvert à tous les acteurs locaux, a été lancé pour favoriser les échanges, la visibilité des animations, la formation et les actions communes. La communication croisée entre l'Office et ses partenaires sera renforcée via les réseaux sociaux et les supports numériques. Des projets collectifs par filière — hébergements, vélo, loisirs, vignobles — sont également en cours, avec la création d'un Espace Groupes et Séminaires sur le site internet pour toucher une clientèle professionnelle.

Enfin, la stratégie 2026–2028 de l'Office de tourisme s'articule autour de cinq axes majeurs. Le premier vise l'excellence et la durabilité, avec l'objectif d'un classement en catégorie 1, le renforcement de la politique RSE, un partenariat accru avec les établissements Itinova pour l'inclusion, la création d'un Groupe Qualité de Destination annuel et une mutualisation renforcée avec la Smart Destination Ventoux. Le deuxième axe porte sur un marketing fédérateur et responsable, avec le déploiement d'une stratégie de marque autour de contenus immersifs (IA, photos, vidéos, podcasts), la création d'un programme ambassadeur et fidélité, et la valorisation des ailes de saison par des salons ciblés et des campagnes digitales.

Le troisième axe place l'expérience visiteurs au cœur du dispositif, avec le réaménagement de l'espace d'accueil, le développement de l'accueil hors les murs, le lancement d'un outil d'écoute client à l'échelle du territoire, et l'amélioration de la signalétique et des circuits thématiques. Le quatrième axe concerne la boutique et les services, avec un réaménagement complet, la création de fiches produits valorisant les producteurs locaux, le développement de nouvelles gammes Ventoux /Vaison Ventoux Provence, et l'intégration de la billetterie dans le parcours client. Enfin, le cinquième axe vise à fédérer les partenaires, avec le déploiement du Club VVPro, une enquête annuelle de satisfaction, le soutien à la création d'offres packagées, la labellisation Accueil Vélo, et le développement de projets vélo, randonnée et trail pour une clientèle sportive et écoresponsable.



Nos événements
Nos nouveautés Cliquez !

NOTRE SÉLECTION

- Article
- LE CRI DES DIEUX ET DES AMANTS
- Article
- ACTIVITÉS DE VACANCES : LA VIE DES ROMAINS RACONTÉE AUX ENFANTS
- Article
- VENTES DE CONFITURES AU PROFIT DU TÉLÉTHON
- Article
- GYMNASTIQUE VOLONTAIRE VAISONNAISE : LE RELAIS EST PASSÉ !
- Article
- L'OFFICE DE TOURISME VISE 2028
- Article
- BON BILAN ET BEAUX PROJETS AU CIC
- Article
- DÉCOUVERTE TRAGIQUE À VAISON-LA-ROMAINE
- Article
- LES AUTOMNALES À BUISSON

SÉLECTION POUR DEMAIN

18h00
Café littéraire
Lecture
Vaison-la-Romaine

BIENTÔT

sam, 25/10/2025 - 08:30
RANDONNÉE - LECTURE
Randonnée
Entrechaux
jeu, 30/10/2025 - 18:00
CAFÉ CITOYEN : L'AIDE MÉDICALE À MOURIR
Conférence
Vaison-la-Romaine

LES DERNIÈRES PETITES ANNONCES

Divers Menus de la Sérénité du 20 au 26 octobre 2025,
[Publier une annonce](#)

