

Orange - Haut Vaucluse

VAISON VENTOUX PROVENCE

L'office de tourisme mise sur un marketing responsable et une expérience visiteurs

Mi-octobre, la Journée des partenaires a permis de dresser le bilan de la saison touristique en Vaison Ventoux Provence. Une saison satisfaisante, qui a connu son pic d'activité entre juillet et août.

La Journée des partenaires marque chaque année la clôture de la saison touristique en Vaison Ventoux Provence. Autour des élus, des acteurs du territoire et des équipes de l'office de tourisme, ce rendez-vous permet de dresser le bilan de la saison, de présenter les nouveautés des partenaires et de partager la stratégie future. L'édition 2025 s'est tenue à la brasserie Les Dýades, en octobre dernier.

En Vaison Ventoux, la saison 2025 a été satisfaisante malgré la baisse du panier moyen, tendance qui se confirme d'année en année, marquée par un cœur d'été très dynamique. Les clientèles locales, régionales et surtout extra-européennes semblent avoir manqué cet été, mais un peu moins qu'ailleurs en Vaucluse en ce qui concerne les clientèles de proximité.



La saison 2025 a été satisfaisante malgré la baisse du panier moyen. / PHOTO D.V.

Quant à la satisfaction des professionnels, elle reste supérieure à la moyenne du Vaucluse et du Ventoux. En revanche, l'écart entre les ailes de saison et le cœur de l'été en Vaison Ventoux Provence est le plus marqué par rapport aux autres zones vauclusiennes. Les quatre semaines centrales de l'été ont porté la fréquentation à son plus haut niveau depuis 2022. C'est clairement cette période qui a permis de rendre la saison estivale très satisfaisante.

Fédérer tout un territoire

La stratégie 2026-2028 de l'office de tourisme s'articulera autour

de cinq axes majeurs. Le premier vise l'excellence et la durabilité, avec l'objectif d'un classement en catégorie 1. Le deuxième axe porte sur un marketing fédérant et responsable, avec le déploiement d'une stratégie de marque autour de contenus immersifs (IA, photos, vidéos, podcasts). Le troisième place l'expérience visiteurs au cœur du dispositif, avec le réaménagement de l'espace d'accueil, et son développement 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.

L'avant-dernier point concerne la boutique et les services, avec un réaménagement complet.

Enfin, le cinquième axe vise à fédérer les partenaires (déployer le club VVPro, soutenir la création d'offres packagées, une labellisation "Accueil vélo" et le développement de projets vélo, randonnée et trail pour une clientèle sportive).

Renforcer la visibilité du territoire

Concernant les nouveautés, elles passeront par des outils numériques tels que la création de nouvelles capsules vidéo et contenus immersifs diffusés sur YouTube et Facebook pour renforcer la visibilité du territoire, la mise en place d'un nouveau Club VVPro gratuit et ouvert à tous (socioprofessionnels, associations, institutionnels) favorisant les échanges, la visibilité des animations, la formation et les actions communes. La communication croisée office de tourisme/partenaires sera, elle, renforcée via les réseaux sociaux et les supports numériques ainsi que la création d'un espace Groupes et séminaires sur le site internet pour toucher une clientèle professionnelle.

Amélie BLIARD