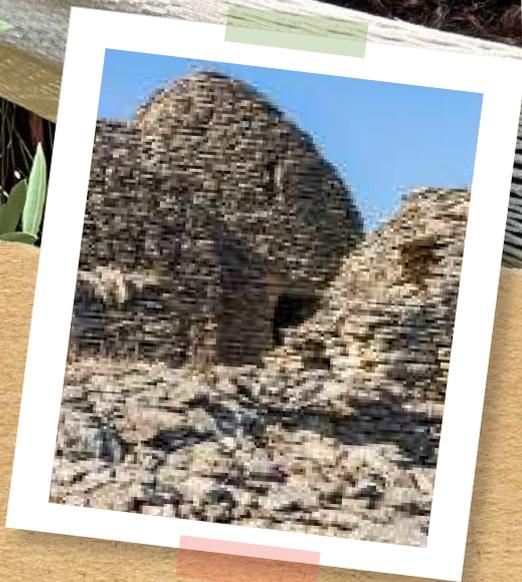


RAPPORT D'ACTIVITÉ

Destination Luberon

2023



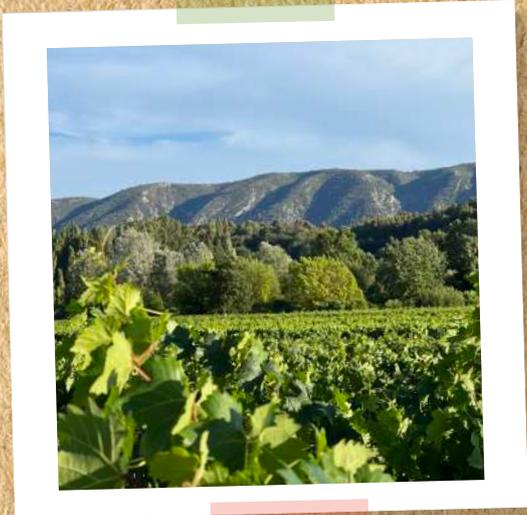
DESTINATION
LUBERON



www.destinationluberon.com



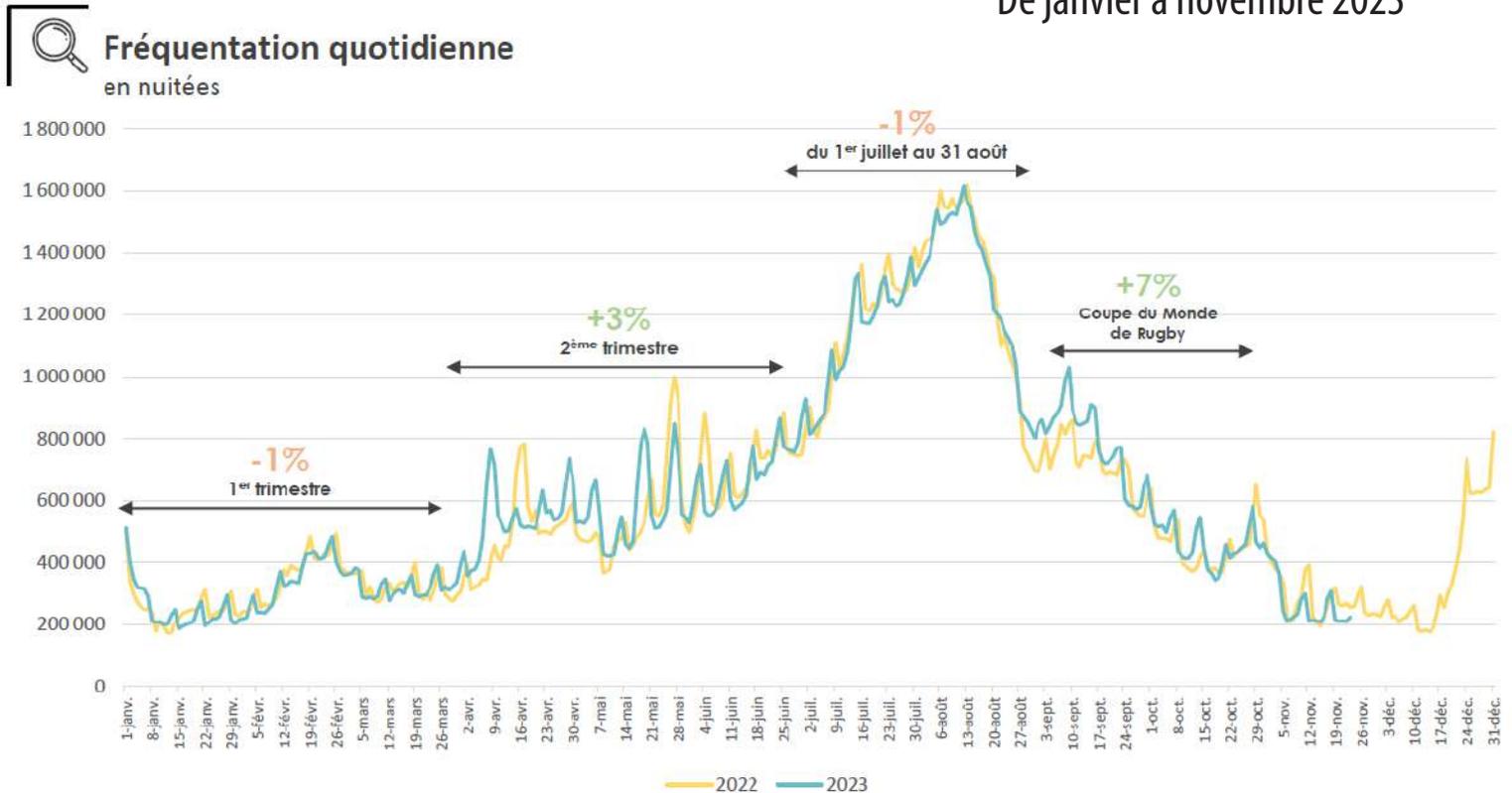
SOMMAIRE



- CHIFFRES CLÉS EN RÉGION SUD PROVENCE-ALPES-COTE D'AZUR 3
- CHIFFRES CLÉS EN VAUCLUSE 4
- CHIFFRES CLÉS EN LUBERON MONTS DE VAUCLUSE 6
- ACCUEIL TOURISTIQUE SUR LE TERRITOIRE 8
- PRODUITS BOUTIQUE & BILLETTERIES 11
- COMMUNICATION/PROMOTION 13
- SERVICE RÉCEPTIF 36
- RÉGIE PUBLICITAIRE 37
- LES RENCONTRES PROS 37
- CLASSEMENT DES MEUBLÉS & QUALIFICATION DES CHAMBRES D'HÔTES 38
- PARTICIPATION A L'ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE 39
- FILIERES PRIORITAIRES 40
- AMELIORATION DE LA QUALITÉ DES SERVICES 45
- OUTILS MÉTIERS 47
- MONTÉE EN COMPÉTENCES-RH 48
- BILAN FINANCIER 49

LES CHIFFRES CLÉS DU TOURISME EN PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

De janvier à novembre 2023



La fréquentation touristique est en légère progression (+1%) par rapport à 2022, cependant, le cœur de l'été (juillet & août) est en très légère baisse (-1%) après un premier semestre en légère hausse (+2%).



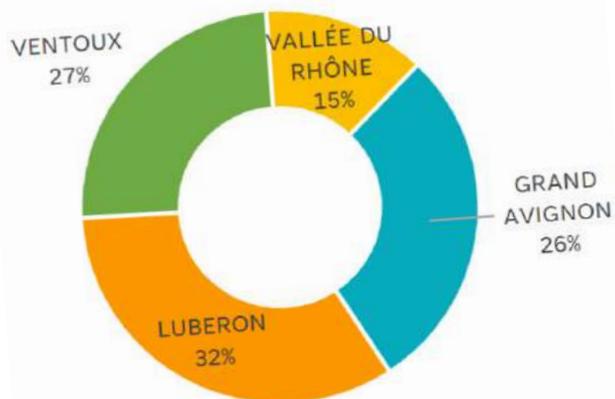
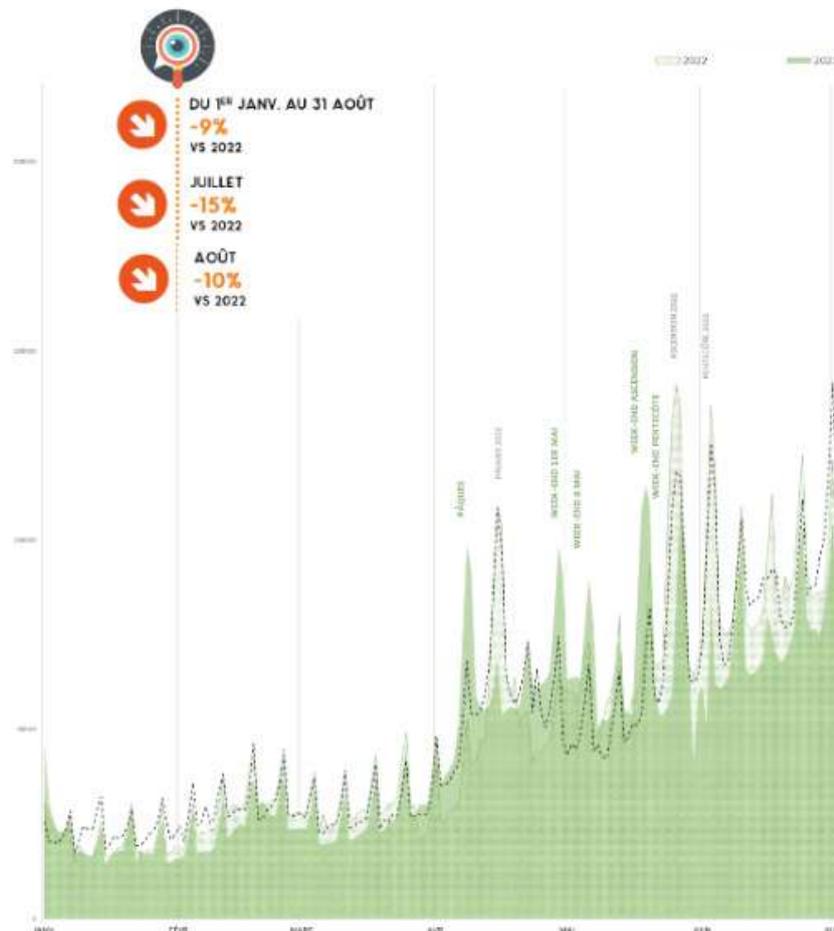
A NOTER : La fréquentation de la **clientèle française** est en baisse au cœur de l'été (juillet & août) : -5% après un premier trimestre en baisse de -9%.

La fréquentation des **clientèles étrangères** est en hausse de +11% par rapport à 2022. Le cœur de l'été (juillet & août) est moins dynamique (+5%) après un premier trimestre en fort rebond (+20%), un second trimestre en rebond de +12% et une très forte dynamique sur la période de la coupe du monde de rugby : +20%



CLIENTELES ETRANGERES : En dehors du top10 des clientèles internationales, les marchés asiatiques sont en très fort rebond (+158% pour le **Japon**, notamment lors de la Coupe du Monde de Rugby, +136% pour la Chine et +85% pour la **Corée du Sud**). En cœur d'été, la progression est moins forte que sur l'ensemble de l'année (+5% contre +11%) et ce pour l'ensemble des principaux marchés, à l'exception de l'Allemagne et de la Suède.

NUITÉES GLOBALES DU VAUCLUSE

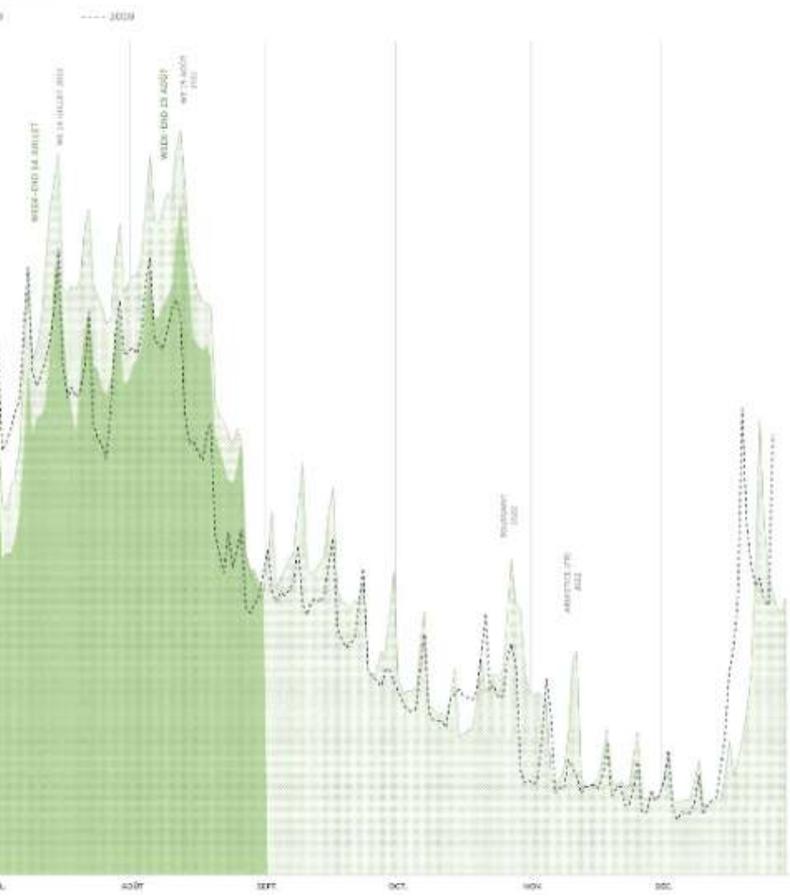


Répartition des nuitées estivales par bassin

ÉVOLUTION DES NUITÉES EN JUILLET-AOÛT 2023 VS 2022

	VALLÉE DU RHÔNE	GRAND AVIGNON	LUBERON
NUITÉES GLOBALES VS 2022	↘	↗	↘
NUITÉES FRANÇAISES VS 2022	↘	=	↘
NUITÉES ÉTRANGÈRES VS 2022	↘	↗	=

*Extrait enquête conjoncture de VPA - Source : Flux vision Tourisme



En 2023, la fréquentation étrangère représente 44% des nuitées estivales (39% en 2019), on observe donc une progression de la part de touristes étrangers estivaux. Après un printemps remarquable en termes de fréquentation, le coeur de la saison (juillet & août) affiche une cadence en dessous de 2022, mais néanmoins supérieure à 2019.

TOP PAYS JUILLET-AOÛT (+évolution vs 2022)	
BELGIQUE	↘
ALLEMAGNE	=
PAYS-BAS	↘

TOP DÉPARTEMENTS (+évolution vs 2022) JUILLET-AOÛT	
PARIS	↘
BOUCHES-DU-RHÔNE	↘
RHÔNE	↘

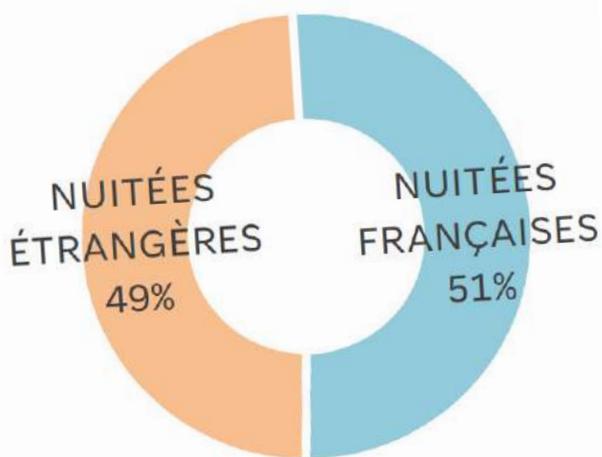
REPARTITION DES NUITÉES FRANÇAISES & ÉTRANGÈRES JUILLET-AOÛT 2023

	VENTOUX	VAUCLUSE
	↘	↘
	↘	↘
	↘	=



**LES NUITÉES TOURISTIQUES GLOBALES : -5% DEPUIS LE D
-10% EN CŒUR DE SAISON**

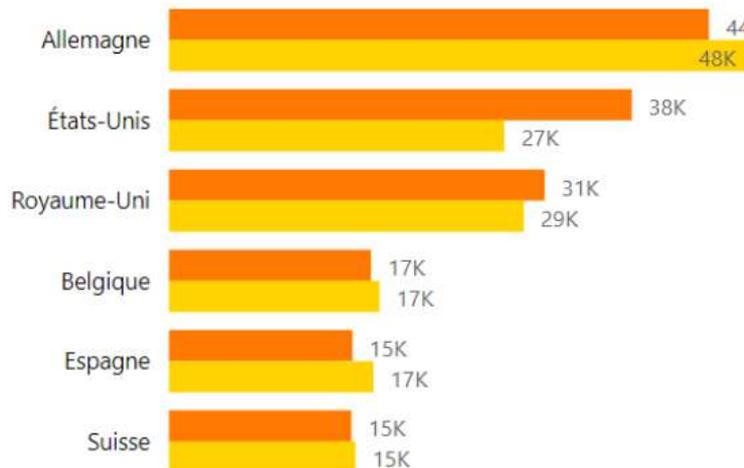
SOURCES FLUX VISION TOURISME - ORANGE BUSINESS



Répartition des nuitées

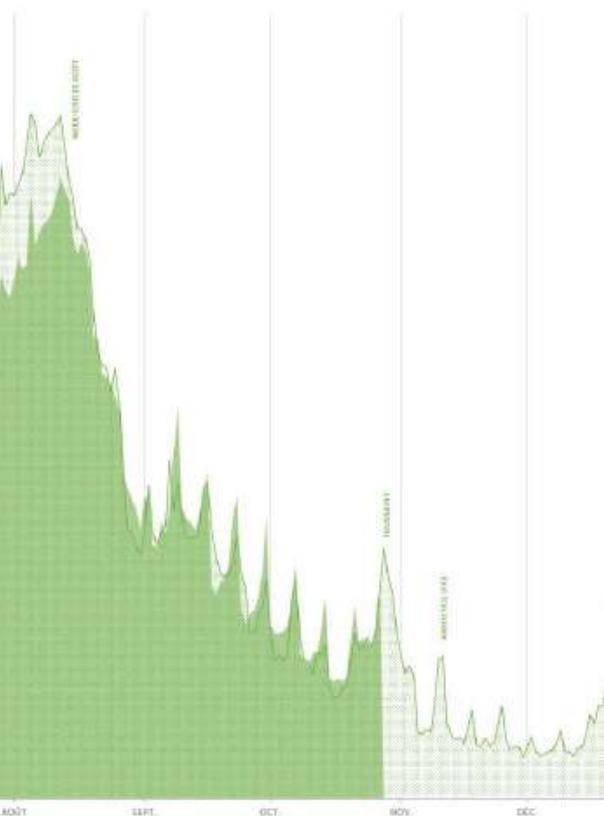
Top origine internationaux

du 1 septembre 2023 au 27 octobre 2023



*Extrait enquête conjoncture de VPA - source : Flux Vision tourisme

DÉBUT DE L'ANNÉE



Les vacances d'hiver ont affiché une fréquentation en retrait comparativement à 2022. **Le printemps est plus positif** grâce aux vacances de Pâques et à des jours fériés favorables aux ponts.

Dès le mois de juin, on constate une fréquentation globale en retrait. **La baisse s'accroît au mois de juillet et jusqu'à la mi-août. La seconde quinzaine d'août est plus fréquentée et équivalente à 2022.**

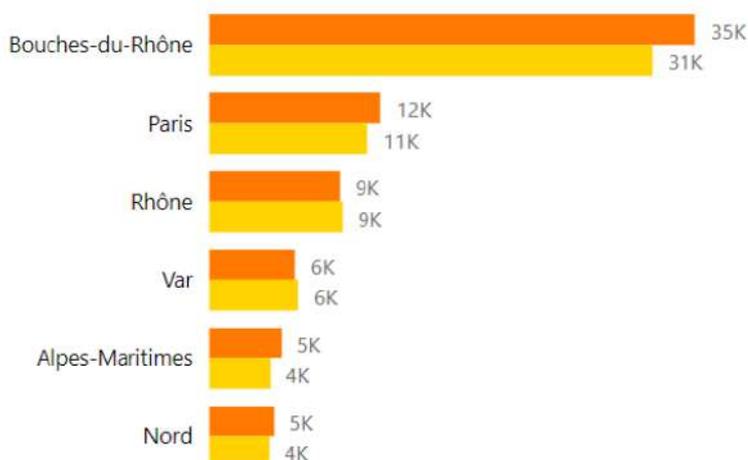
On observe une belle arrière-saison sur le territoire après un mois de septembre équivalent à 2022, le mois d'octobre affiche un volume de nuitées globales supérieur à 2022.

-5%
VS 2022

+ 10%
en octobre VS
2022

Top origine français

du 1 septembre 2023 au 27 octobre 2023



**ACCUEIL TOURISTIQUE SUR LE
TERRITOIRE DU 1ER JANVIER
AU 30 NOVEMBRE**

FRÉQUENTATION DES BIT PAR

BUREAUX	ACTES D'ACCUEIL	COMPARAISON 2021	NOMBRE DE PERSONNES RENSEIGNÉES	COMPARAISON 2022
CAVAILLON	2 840	+6%	5 643	+5%
GORDES	13 367	+7%	30 327	+ 7,5%
LOURMARIN	5 272	-7%	9593	-4.5%

**21 479
ACTES
D'ACCUEIL**

+3%
par rapport à 2022

+ 4.5%
par rapport à 2022

**45 563
PERSONNES
RENSEIGNÉES**



BIT Cavaillon



BIT de Gordes



BIT de Lourmarin

Cavaillon

TOP 3 DES CLIENTÈLES FR

1. PACA
2. AUVERGNE RHÔNE ALPES
3. ILE DE FRANCE

TOP 3 DES CLIENTÈLES ETR

1. BELGIQUE
2. ALLEMAGNE
3. PAYS BAS

TOP 3 DES DEMANDES

1. PATRIMOINE : 43%
2. ACTIVITÉS DE LOISIRS : 20%
3. GASTRONOMIE (DT OENOTOURISME) : 11%

➤ les types de demandes et profils de clientèles sont identiques / à 2022

Gordes

TOP 3 DES CLIENTÈLES FR

1. AUVERGNE RHÔNE ALPES
2. PACA
3. ILE DE FRANCE

TOP 3 DES CLIENTÈLES ETR

1. USA
2. ALLEMAGNE
3. ESPAGNE

TOP 3 DES DEMANDES

1. PATRIMOINE : 79%
2. ACTIVITÉS DE LOISIRS : 8%
3. GASTRONOMIE (DT OENOTOURISME) : 4%

➤ Nous pouvons noter un recul de la clientèle Francilienne au profit de la clientèle de proximité et un très fort recul de la clientèle Belge qui sort du top 3 des clientèles étrangères accueillies sur le BIT de Gordes.

Lourmarin

TOP 3 DES CLIENTÈLES FR

1. PACA
2. AUVERGNE RHÔNE ALPES
3. ILE DE FRANCE

TOP 3 DES CLIENTÈLES ETR

1. ALLEMAGNE
2. USA
3. BELGIQUE

TOP 3 DES DEMANDES

1. PATRIMOINE : 53%
2. ACTIVITÉS DE LOISIRS : 17%
3. GASTRONOMIE (DT OENOTOURISME) : 9%

➤ les types de demandes et profils de clientèles sont identiques / à 2022

Fréquentation de quelques sites ...

PARKINGS OPPEDE

Du 1er avril au 30 septembre : 20 275 stationnements payants -
+31% VS 2022

VILLAGE DES BORIES

En 2022 : 84 628 visiteurs - du 1er au 30 septembre 2023 : 78 544
visiteurs

PARKINGS GORDES (nb de véhicules)

Du 1er janvier au 31 décembre 2022 : 190 619 véhicules Du 1er
janvier au 30 septembre 2023 : environ 217 000 véhicules

CHÂTEAU DE LOURMARIN

45 400 visiteurs | + 13%

MUSÉE DE LA LAVANDE

52 163 visiteurs | +20%

SITES DE CAVAILLON

D'avril à septembre 2023

Synagogue : 2 861 visiteurs | Musée archéologique : 858 visiteurs |
Chapelle Saint-Jacques : 1 187 visiteurs | Espace Léon Colombier : 310
visiteurs

MINES DE BRUOUX

41 000 visiteurs – record de fréquentation

CAVES DU PALAIS SAINT-FIRMIN à GORDES

Augmentation d'environ 7% en 2023 VS 2022

PRODUITS BOUTIQUE & BILLETTERIE



	2020	2021	2022	2023
PAX	608	1 125	992	805
CA	6 776 €	8 585,5 €	8 297 €	6 863 €

7
RANDONNÉES

8 VISITES
GUIDÉES /
SEMAINE
DU 3 JUILLET AU
1ER SEPTEMBRE

TOP DES VENTES

1. GORDES AUX LANTERNES
2. INTRIGUE A OPPEDE
3. LA MALEDICTION DE LOURMARIN
4. LE DERNIER SECRET DE CABELLION
5. LE MEDAILLON PERDU DE GORDES
6. LE SECRET DE LA NUIT A CAVAILLON
7. LES ANIMAUX AQUATIQUES DE LA SORGUE
8. SOUS LES ÉTOILES DE LOURMARIN



Les randonnées gourmandes

Afin de valoriser nos produits randonnées pédestres et de créer une offre en ailes de saison, Destination Luberon propose chaque année des "randos gourmandes" au printemps et à l'automne. Cette année, 6 "randos gourmandes" ont été organisées et 1 "rando classique".



Les concerts et spectacles - Billetterie

Afin de dynamiser et mettre en avant les événements organisés sur le territoire, Destination Luberon propose un service de billetterie aux organisateurs de spectacles, concerts, etc.

A noter en 2023 : la nouvelle ergonomie de la boutique en ligne, facilitant ainsi le parcours de l'internaute.

**27 CONCERTS
/SPECTACLES
VENDUS**

+ 53%
VS 2022
(CA)

	2023
NBRE BILLETS	3 066
CA	53 211 €



Festival concerts au
coucher de soleil



Programmation Moulin
Saint-Julien

sur la boutique en ligne de Destination Luberon



BOUTIQUE SOUVENIRS

Découvrez la boutique souvenirs Destination Luberon !



LIVRES & TOPOGUIDES

Découvrez les ouvrages qui vous rendront incollable sur notre sublime région ainsi que nos cartes et topoguides de randonnée, ils vous accompagneront pour vos belles



SPECTACLES

Retrouvez tous nos spectacles et concerts :
Reservez vos billets!



RANDONNÉES

Venez randonner en Luberon et découvrir ses sublimes paysages !

Documents print



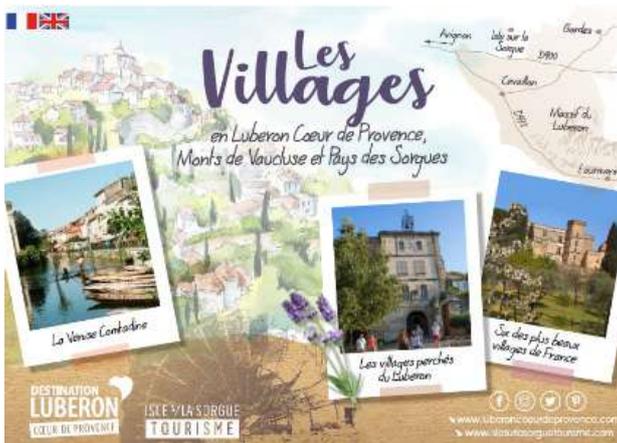
Pour réduire la consommation de papier, Destination Luberon a choisi d'imprimer ses éditions en trois sessions distinctes pour optimiser la gestion des stocks : en février/mars, juin et septembre.

MISE A JOUR DES ÉDITIONS MUTUALISÉES AVEC ISLE SUR LA SORGUE TOURISME



Guide pratique FR - GB/DE
9 000 exemplaires

• Sous main - plan de territoire
• 60 000 exemplaires



Magazine villages

10 500 exemplaires

Edition présentant l'ensemble des villages du territoire et de la destination. Cette édition est très appréciée des touristes et des professionnels.

Nouveauté 2023 : traduction du magazine villages en italien, espagnol, allemand et néerlandais.

Collection de 6 plans guides villages :
Cavaillon, Gordes, Lourmarin, Oppède,
Mérindol & Lauris

72 200 exemplaires au total



• Nouveautés 2023 : réalisation de supports mutualisés avec ISST dédiés à la valorisation de l'oenotourisme



Une carte oenotouristique (5 000 exemplaires) et un guide "spécial vin" (5 000 exemplaires).

MISE A JOUR DES SUPPORTS DÉDIÉS A LA SENSIBILISATION DES TOURISTES ET DES PROFESSIONNELS

Affiche "consignes de tri simplifiées" et traduite en GB

A la demande des hébergeurs

Guide du tourisme écoresponsable en Luberon et Pays des Sorgues

2 500 exemplaires

Supports réalisés en collaboration avec Isle sur la Sorgue Tourisme et en partenariat avec les services gestion des déchets de l'Agglomération Luberon Monts de Vaucluse et de la Communauté de Communes Pays des Sorgues Monts de Vaucluse, l'OGS de la Fontaine de Vaucluse et le Parc Naturel Régional du Luberon.



DES SUPPORTS DÉDIÉS A LA VALORISATION DES VISITES GUIDÉES ESTIVALES ET DE L'ÉVÉNEMENT SUNSETS VIGNERONS EN LUBERON

Visites guidées estivales

5 000 exemplaires

Support mutualisé avec ISST

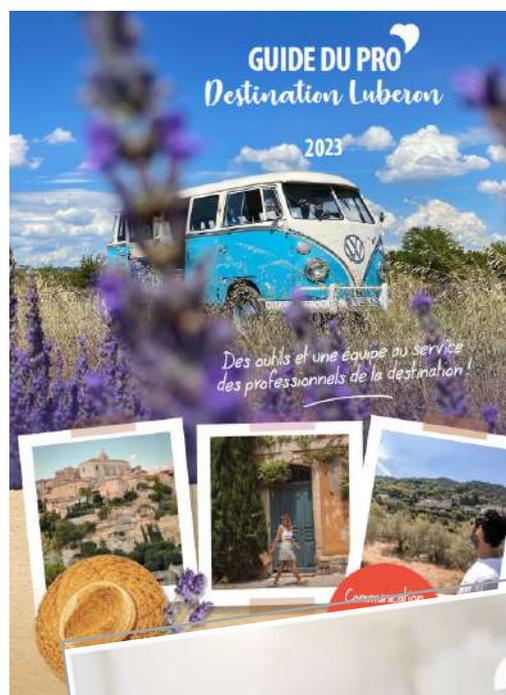
Sunsets Vignerons en Luberon

7 000 exemplaires de programmes et 70 affiches

(A3 et A4)



Supports dédiés aux professionnels de la destination



GUIDE DU PRO présentant l'ensemble des services proposés par l'office de tourisme.

RÉGIE PUBLICITAIRE : réalisation d'un support commun avec Isle sur la Sorgue Tourisme pour valoriser les produits régie publicitaire print et web.

13 NEWSLETTERS PROS : 1 newsletter mensuelle envoyée à plus de 300 destinataires traitant des actualités de la filière et des informations de l'office de tourisme (nouveau, partenariats, etc.) et des informations chaudes liées à l'actualité de nos partenaires institutionnels.

➤ Taux d'ouverture : 59 %



Vidéos promotionnelles

L'approche client au centre de la stratégie de communication

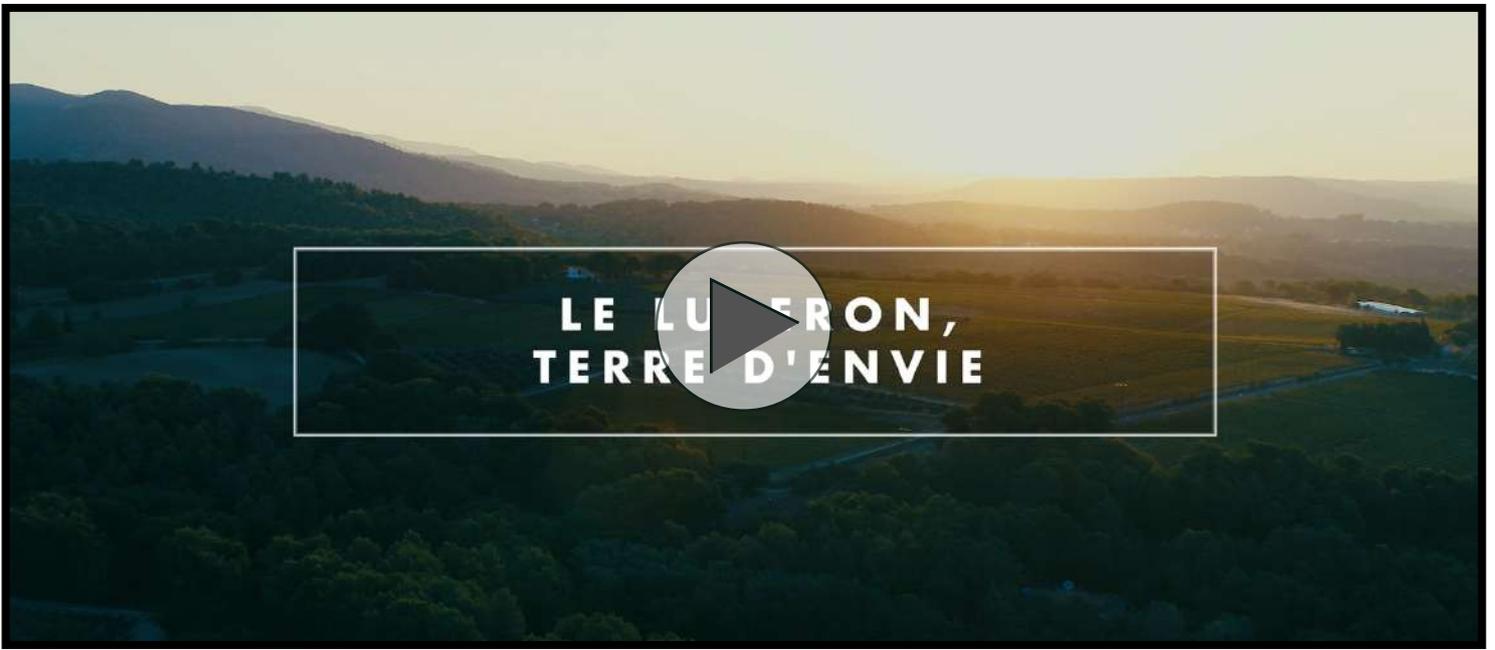
Afin de promouvoir la destination sur les ailes de saison, Destination Luberon réalise chaque année du contenu vidéo. En 2023, les efforts ont été centralisés autour d'une campagne qui sera diffusée à bord des avions Air France longs courrier avec la réalisation de deux vidéos de 3 minutes.

- Une vidéo de promotion générale de la destination : FR et GB
- Une vidéo immersive : FR et GB



TOUTES NOS VIDÉOS
SONT A DISPOSITION DES
PROFESSIONNELS DU
TERRITOIRE

- 2 jours de tournage sur le terrain
- Participation de 7 prestataires du territoire
- Plus de 200 Go de données récupérées pour créer de nouveaux contenus en fonction des besoins des campagnes de promotion et de communication



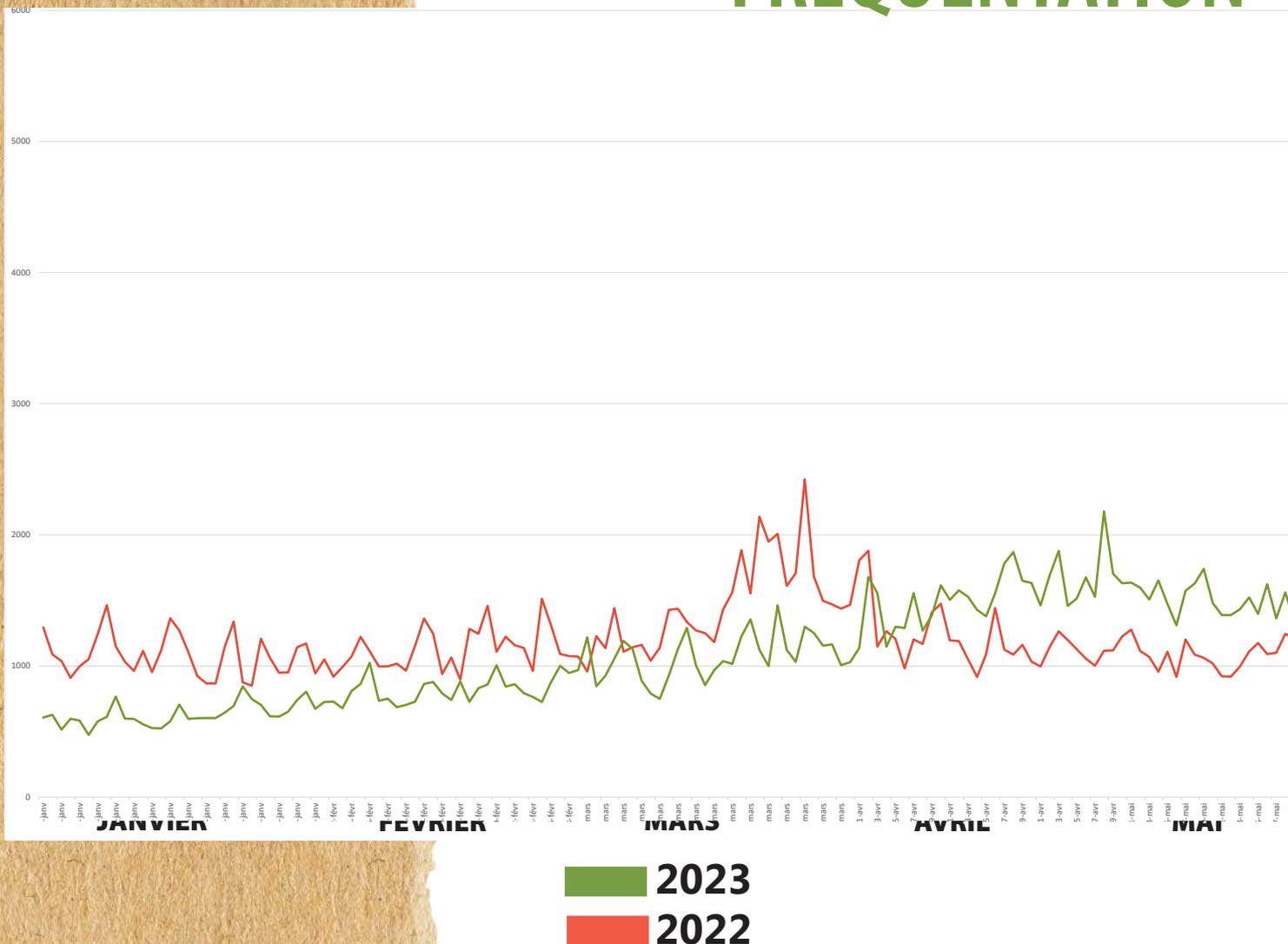
Site internet

www.destinationluberon.com

Du 1er janvier au 7 novembre 2023

	2023	VS 2022
NBRE DE VISITES	296 579	- 44,85 %

FREQUENTATION



■ 2023
■ 2022

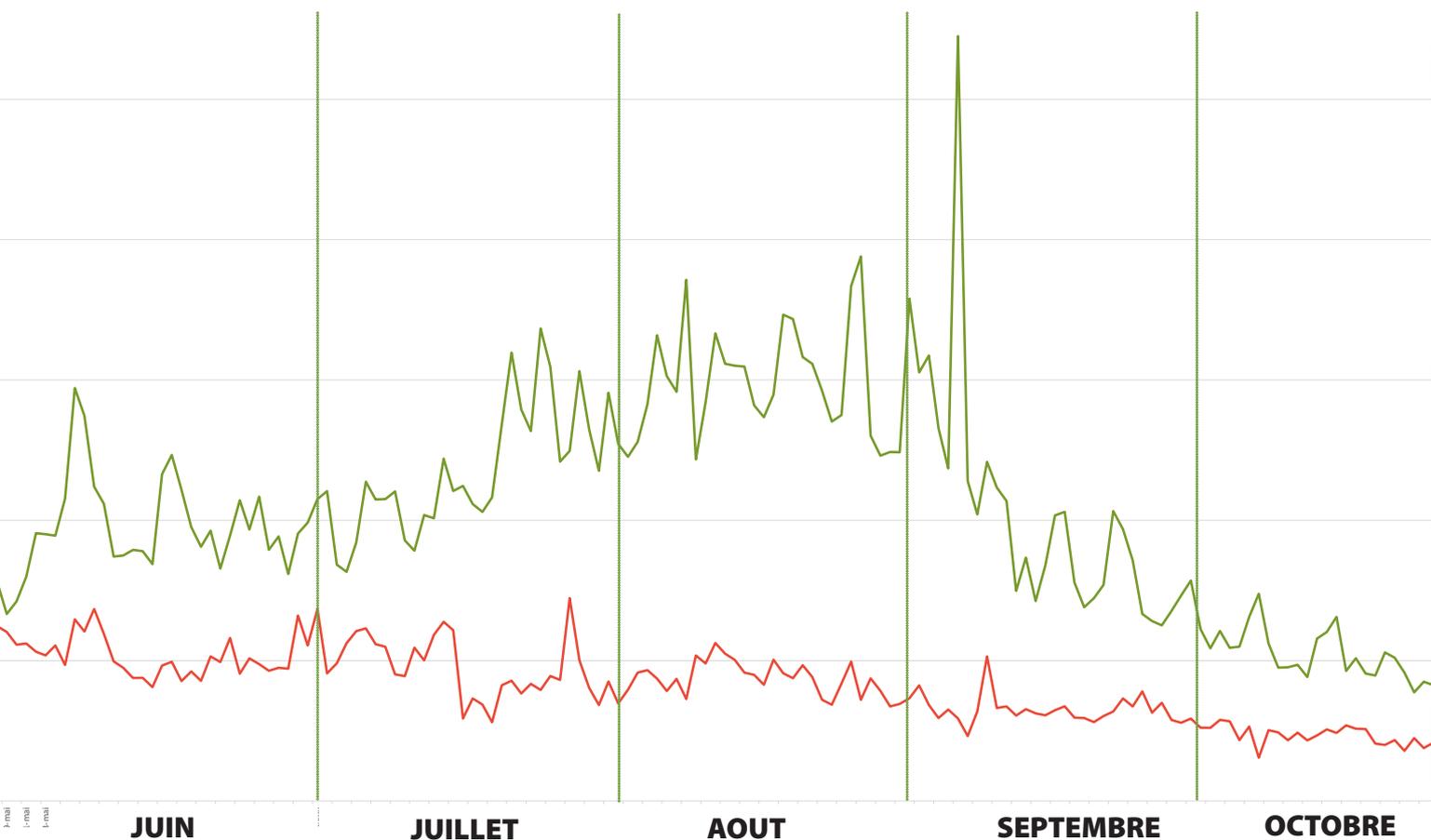
Le jugement rendu le 23 janvier 2023 a donné suite à un changement de marque territoriale.
L'URL du site internet de destination a donc dû être modifiée.
Début avril 2023 : www.luberoncoeurdeprovence.com est devenu www.destinationluberon.com

Ce changement a provoqué immédiatement une perte de trafic.

Les équipes communication et web se sont mobilisées pour faire face à cette perte afin de travailler sur des contenus performants et ainsi améliorer le référencement SEO du site de destination.

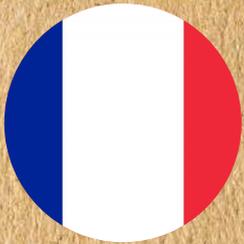
Début novembre 2023, nous enregistrons encore une baisse de près de 45% du trafic VS 2022.

DU SITE INTERNET



TOP 5 – NATIONALITÉS DES INTERNAUTES QUI
ONT CONSULTÉS LE SITE INTERNET

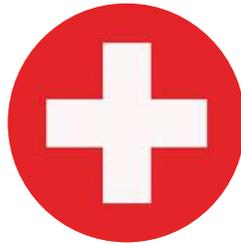
DU 1er JANVIER AU 7 NOVEMBRE 2023



83%



3%



2%



3%



4%

	2023	VS 2022
NBRE DE VISITE	296 579	- 44,85 %

➤ + de 80% des touristes préparent leurs
séjours en ligne

TOP DES PAGES VUES



HOME
PAGE



AGENDA



GORDES



VILLES &
VILLAGES



VIA
FERRATA



LOURMARIN

A noter : la boutique n'apparaît plus dans le
TOP 6 des pages vues

Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux jouent un rôle majeur dans le choix des séjours et sont devenus une source d'information complémentaire. Destination Luberon est donc très actif sur les principaux réseaux : Facebook, Instagram, LinkedIn, X (anciennement twitter), Youtube, etc.. Le changement de nom n'a pas eu d'impact sur les réseaux sociaux et la e-réputation de la destination.



26 623

abonnés

+ 21,8 %



38 721

fans

+ 0,8%



2 646

followers

-0,46 %
(twitter)



1 297

abonnés

+ 56 %



277

abonnés

77 064
vues

#destinationluberon
#luberon



38 721 fans

+0.8 %

Couverture : 802 267 | 80k interactions

2,6M impressions

Pic couverture publication : 24 juillet => 429

likes, 16 078 couverture

Audience : 67,3% femmes, 37,3% Hommes

62,1% Français, 37,9 étrangers



Jeu concours organisé en 2023

Concours en partenariat avec Aureto -
pic-nique ciné



26 623
abonnés
+21,8 %

Notoriété de
marque
+136,9 %

Couverture : 480 580 | 110 411 interactions
2,8M d'impressions

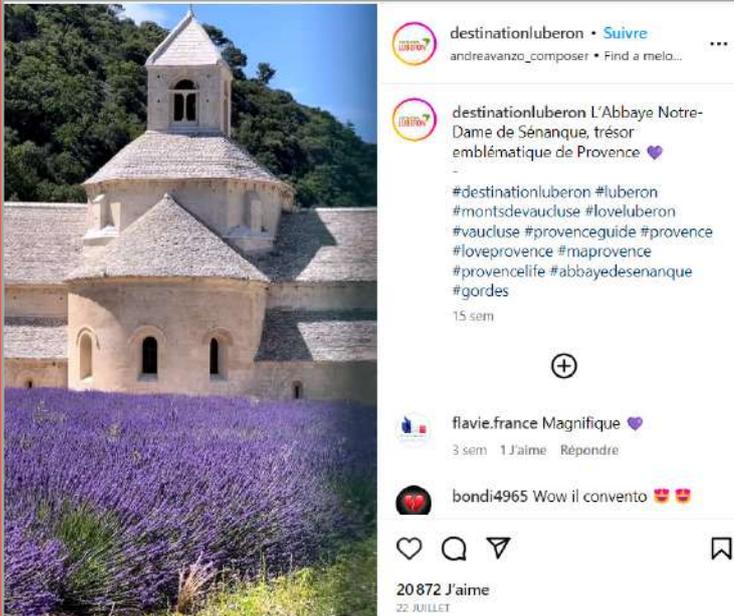
Pic couverture publication le 22 juillet :
20 859 likes, 373 000 lectures

Audience : 67% Femmes, 33% Hommes
56,7% français, 42,4% étrangers

Jeu concours

organisés en 2023

- **Concours avec la Glacière à Cucuron**
- **Concours affiche Lourmarin**
- **Concours Saint-Valentin avec le Bistrot de Cabrières d'Avignon**



1 297
abonnés
+ 56 %

Engage-
ment
11k | + 34%

Impression
53 k
+ 11%

En 2023, Destination Luberon continu d'accentuer sa présence sur LinkedIn et publie régulièrement des informations liées à la participation aux opérations de promotion, communication, formations, salons, colloques (...), mais également des informations d'actualités liées à la destination.



MARKETING D'INFLUENCE

En 2023, Destination Luberon a reçu 4 influenceurs en adéquation avec les cibles de clientèles définies :

- Un jeune couple en septembre pour valoriser la destination à l'automne auprès d'une communauté de 104 k @la_poze ~accueil mutualisé avec ISST



la_poze  Suivre Contacteur

1308 publications 104 k followers 683 suivi(e)s

Pauline Bossis & Valentin Tessereau

Blogging
Le Voyage Ensemble 
Créateurs de contenu voyage 
 lapoze.trip@gmail.com
 Vendée FR
Découvrez notre blog voyage 
 www.la-poze-travel.com


Québec CA


Costa Brava ES


Luberon FR


Irlande 


Skiathos GR

- Un couple Américain (Los Angeles) venu quelques jours en Provence pour découvrir le Luberon et son terroir. Participation à l'opération "Un Fascinant Week-end".



vineyardsandvoyages  Suivre Contacteur

750 publications 360 k followers 1448 suivi(e)s

Katherine McQueen

Création digitale
 Luxury Travel, Travel Guides,
Hidden Gems, & Beautiful Destinations!
 Let's virtually travel together!
 33 countries & 41 states
 Los Angeles
 linktr.ee/Vineyardsandvoyages


Highlights


Highlights


Highlights


Highlights


Highlights


Highlights

+ de 360k
followers.

Réalisation d'un reel
en crosspostage

<3 10,6 k

E-réputation

FairGuest
E - R É P U T A T I O N

188 établissements suivis
+ de 13 000 avis



TOP DES SITES D'AVIS

1



Google

8 197 avis
60,7%

2



Booking

3 271 avis
24,2%

3



TripAdvisor

1 120 avis
8,3%

4



Camping2be

507 avis
3,8%

5

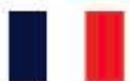


Hotels.com

132 avis
1%

TOP DES PAYS D'ORIGINE

1



France

1 676 avis
48,4%

2



Suisse

228 avis
6,6%

3



Italie

228 avis
6,6%

4



Allemagne

200 avis
5,8%

5



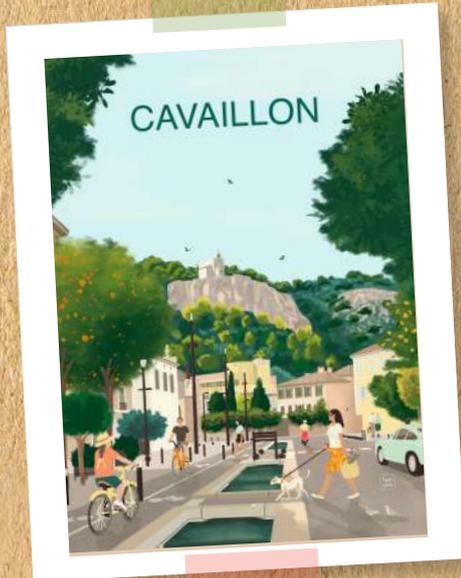
États-Unis

167 avis
4,8%



BONJOUR NOVEMBRE !

- 10 newsletters grand public
- Taux d'ouverture : 60 %



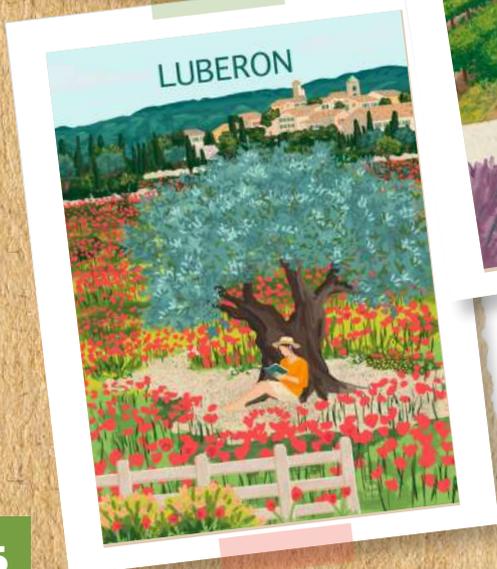
De nouvelles affiches...

Création de 3 nouveaux dessins

- Village de Lauris
- Luberon : lavande et vélo
- Luberon : olivier et coquelicots

Plusieurs formats disponibles :

- Affiche 50*70
- Affiche A3
- Carte postale



Campagne de promotion / communication

CAMPAGNE TOURISME DURABLE AVEC LE CRT

Objectifs :

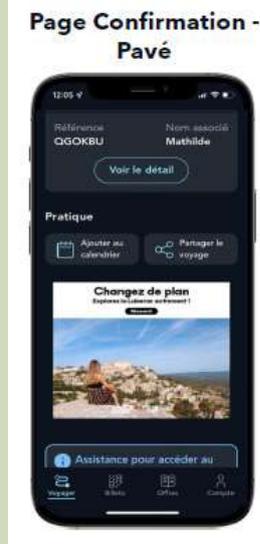
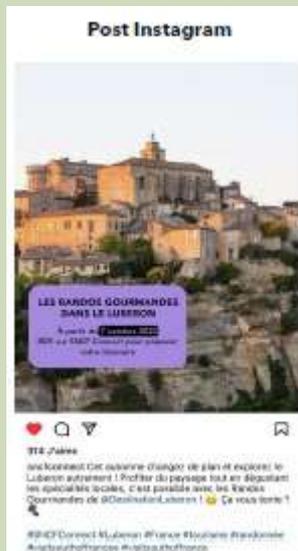
- Valoriser les mobilités durables et les filières à forte valeur ajoutée
- Allonger la durée des séjours
- Promouvoir les offres éco-responsables
- Stimuler les déplacements hors saison
- Sensibiliser les visiteurs aux éco-gestes



CAMPAGNE TRIP ADVISOR

Marchés européens de proximité :

- Allemagne, Belgique, Suisse, Pays-Bas



CAMPAGNE SNCF CONNECT

Marché FR :

- Post Instagram le 21 août pour booster les réservations à l'automne
- Display du 24 août au 10 octobre 2023 + format une + push le 21 août 2023

RÉSULTATS :

Le CTR du display est au-dessus des moyennes habituelles de SNCF Connect (0,15% vs 0,10%). Très bon taux de visibilité pour la megaban avec 78%.

Surperformance du format UNE avec un CTR bien au-dessus

des moyennes habituelles de SNCF Connect : 1,37% vs 0,30%.

Le nombre de clics et de ventes montrent l'intérêt des clients SNCF pour la destination Luberon

Conversion : 33% des clics qui ont abouti à une vente.

Post Instagram : +d'1M impressions diffusées (post le plus performant de la campagne).

CAMPAGNE MENÉE AVEC LE CRT ET LES DESTINATIONS : VAUCLUSE PROVENCE ATTRACTIVITÉ & AVIGNON ; TOURISME PROVENCE MÉDITERRANÉE ; NICE CÔTE D'AZUR ; ANTIBES JUANS LES PINS ; ALPES DU SUD ; ALPES DE HAUTE PROVENCE

Les parutions presse/média pour booster les ailes de saison

Presse Française ~ Suite

Afin de dynamiser et de promouvoir l'offre touristique de la destination sur les ailes de saison (printemps et automne) mais aussi de booster les produits auprès de la clientèle en séjour et de proximité, Destination Luberon a engagé cette année, près de -100 000€ pour publier dans de nombreux médias Français, Européens et marchés lointains.

MARCHÉ FR

➤ PLEINE VIE PACA, AURA et IDF - parutions datées avril 2023 et septembre 2023

➤ FEMME ACTUELLE PACA, RA et IDF - parutions datées mars/avril 2023 et septembre 2023

➤ FIGARO MAGAZINE, n° spécial Provence - parution datée mai 2023

➤ MARIE CLAIRE SUD ET MARIE CLAIRE MAISON ÉDITION MÉDITERRANÉE (04, 05, 06, 13, 83, 84, Corse et Monaco) et MARIE CLAIRE MAISON - parutions datée avril et septembre/octobre 2023

➤ GÉO PACA, RA et IDF - parution datée septembre 2023

➤ LE PARISIEN WEEK-END, DIFFUSION IDF - parution datée octobre 2023

MARCHÉS EUROPÉENS DE PROXIMITÉ

➤ FRANCE MEDIA, marchés anglophones - parution automne

➤ ELLE SUISSE - parution datée fin mars 2023

➤ LATITUDES ITALIE - campagne web - septembre 2023



MARCHÉS LOINTAINS

- **MAGAZINE ATOUT FRANCE CORÉE** - parution datée avril 2023
- **ATOUT FRANCE INDE - SUPPLÉMENT SPÉCIAL TOURISME DURABLE AVEC TRAVEL LEISURE** - publication début août 2023
- **ATOUT FRANCE INDE - CAMPAGNE WINTER IN FRANCE AVEC CONDE NAST TRAVELLER** - campagne display novembre 2023
- **SJR MEDIA AUSTRALIE** - campagne display septembre 2023
- **MAGAZINE CONSTANCE ZAHN - WEDDING DESTINATION ET LUNE DE MIEL, BRÉSIL** - parution octobre 2023

Recharge And Reconnect On A Dreamy French Escapade In Luberon

From timeless landscapes, gourmet experiences, and rejuvenating spas, uncover a world of tranquility and indulgence and lose yourself in the Luberon where you can embrace the slow pace and immerse in the Provençal way of life.

EMBRACING THE ESSENCE OF PROVENCE'S "ART DE VIVRE"

Nestled in the heart of Provence lies the captivating Luberon—a place where historic hilltop villages, verdant valleys, and authentic markets radiate romance. What sets it apart is its convenient proximity—less than an hour from Marseille, and merely 30 minutes from Aix-en-Provence and Arles. Discover the true essence of Provence, where the renowned "Art De Vivre" is not merely a concept but a way of life. Being a haven of carefully preserved natural beauty, it's the best place to slow down and immerse yourself in breathtaking landscapes, authentic villages, rich history & cultural heritage. Prepare to be captivated by the charm, and lose yourself in the winding streets of famous villages like Gordes, Roussillon, Menerbes, and Lourmarin, such a masterpiece of architectural splendor and timeless allure.

WHERE EXCELLENCE MEETS COMMUNIQUE

WE RECOMMEND

- Visit the Abbeys de Sénanque
- Explore the vibrant Sentier des Cerres in Foucaillon
- Discover the fragrant Lavender Museum

WHERE TIME STANDS STILL

In Luberon, time becomes your ally. Allow yourself the luxury of surrendering every moment as you delve into the local culture, seeking relaxation, rejuvenating your soul and nurturing your well-being. Emphasizing its commitment to nature and sustainability, this region holds the prestigious recognition of being both a UNESCO biosphere and an oasis. Immerse yourself in the art of slow living. Embark on a week-long journey of village-hopping and leisurely indulging in delightful local delicacies. And don't miss the opportunity to explore the vibrant Provençal markets, brimming with irresistible local produce that will delight your senses. This is how the seasonal Provençals have been relishing their succulent counterpoints into their lives.

that grace the region throughout the year. The town presents the perfect backdrop to rediscover yourself and embrace a slower, more meaningful way of life. Amidst this picturesque setting, you can't help but allow yourself the opportunity to rebalance your spirit, to pause and appreciate the simple joys that enrich each day.

Offering unparalleled serenity, Luberon is the perfect blend of harmony, excellence, and "Art De Vivre". The essence of slow tourism intertwines with a commitment to impeccable quality, resulting in unforgettable experiences tailored to even the most discerning travelers. Every detail has been thoughtfully curated to surpass expectations, ensuring that your journey through the Luberon remains etched in your heart forever. Let the Luberon be your muse as you delve into a world that leaves you spellbound by the sheer beauty that unfolds before your eyes.

TOP ATTRACTIONS

- Indulge in a gourmet cooking class
- Explore Château la Verrière and its winegrowers' trail
- Immerse yourself in the art galleries and crafts of the village of Lourmarin

Escapades en Luberon

Des merveilles naturelles et culturelles à découvrir

Top 5 des choses à faire en Luberon au printemps :

- Explorez les villages perchés : profitez du printemps pour visiter les magnifiques villages classés par l'association Les Plus beaux villages de France, tels que les plus beaux villages de France, tels que Gordes, Lourmarin, Menerbes, Roussillon et Ansouis, qui offrent des rues étroites bordées de maisons en pierre, des places ombragées, des fontaines anciennes et des églises médiévales. Flânez dans les rues de l'Isle-sur-la-Sorgue et découvrez le village des antiques. Partez également à la découverte de villages plus secrets tels que Oppède-le-Vieux, Fontaine de Vaucluse, Bonnieux ou encore Cucuron. Une constellation de villages authentiques où il fait bon flâner à la découverte d'un patrimoine historique varié, à la rencontre des traditions et savoir-faire qui font la richesse de toute une région.
- Randonnez dans le parc naturel régional du Luberon et profitez des activités de plein air : le printemps est la saison idéale pour pratiquer la randonnée au cœur d'une nature préservée, avec ses sentiers verdoyants et colorés, ses sentiers balisés et ses vues panoramiques sur le massif du Luberon, les Monts de Vaucluse et parfois même la Sainte-Victoire lorsque vous êtes dans le Sud Luberon.
- Visitez les châteaux et les abbayes : découvrez les châteaux et les abbayes du Luberon, tels que le château de Lourmarin, l'abbaye de Sénanque et le château d'Assoux qui offrent une vue imprenable sur la région et une immersion dans l'histoire de la Provence.
- Découvrez la gastronomie locale : partez à la découverte des marchés provençaux, où vous pourrez déguster les spécialités locales, des fromages aux fruits en passant par les vins et les huiles d'olive du territoire. Rencontrez les producteurs directement sur les exploitations pour une découverte encore plus immersive.
- Prenez du temps pour vous et découvrez le quotidien en profitant des nombreux spas qui offrent des services de qualité.

DESTINATION LUBERON

PRÉPAREZ VOTRE SÉJOUR EN LUBERON :

Destination Luberon
www.destinationluberon.com
contact@destinationluberon.com
Cavaillon : +33 (0)4 90 71 32 01
Gordes : +33 (0)4 90 72 02 75
Lourmarin : +33 (0)4 90 68 10 77

INDULGE IN THE SWEETNESS OF DOING NOTHING

Life takes on a whole new meaning in Luberon—a philosophy centered around the pursuit of quality, balance, and harmony. From the art of olive oil production to the skilled craft of local artisans, the locals treasure their rich heritage and traditional craftsmanship. Absorb the vibrant culture by exploring the workshops of talented artisans, indulging in delightful culinary boozes, or joining in the revelry of traditional festivals.

+ toutes les retombées presse : suite aux accueils presse : disponibles sur luberontourisme.com

Les parutions presse/média pour booster les produits de l'été auprès de la clientèle en séjour

ÉDITION 2023

Sunsets
Vignerons
en Luberon

LES MARDIS SOIR
DE 18H30 À 21H
du 20 Juin au
12 Septembre

29 DOMAINES
PARTICIPANTS
13 SOIRÉES

LES VIGNERONS
VOUS INVITENT SUR
LEURS DOMAINES !

Profitez d'une balade au cœur
des vignes, d'une visite du
caveau et d'une dégustation
de vins accompagnée de
petits plats du terroir en
accord avec les vins dégustés.

Réservation en ligne sur
www.destinationluberon.com

➤ GUIDE DE L'ÉTÉ LA PROVENCE et
DISPLAY - Juillet et août 2023

➤ ÉDITIONS ESTIVALES Journal du
Luberon, Journal des Alpilles et Journal
du Pays d'Aix et Pays Salonnais - Juillet
et août 2023

Le journal
du Luberon

La Provence

Les visites guidées
de l'office de tourisme
DU 3 JUILLET
AU 1^{ER} SEPT.
2023

VISITES
"Découverte"

- La Malédiction
de Lourmarin
- Le médaillon perdu
de Gordes
- Le dernier secret de
Cabellion - Cavailon
- Intrigue à Oppède-le-Vieux
- Gordes aux lanternes

BALADES
"Nature"

- Les animaux
aquatiques de la Sorgue
- Sous les étoiles
de Lourmarin
- Le secret de la nuit
à Cavailon

www.destinationluberon.com

DESTINATION
LUBERON

Intégration de l'association Fly Provence

Marseille, Luberon, Aix...
en Provence !

flyprovence.com

➤ Intégration de l'association Fly Provence aux côtés de l'aéroport Marseille-Provence et Aix-en-Provence

Vocation : promouvoir les ouvertures de lignes sur l'aéroport MP en s'appuyant sur la notoriété des 3 destinations : Marseille, Aix et Luberon.

Marchés : Scandinavie, Canada, USA (si ouverture NY)

Prévu en 2024 : changement de logo à court terme (actuellement connotation compagnie aérienne)

Contrat de destination Provence



PROVENCE
ENJOY THE UNEXPECTED

➤ Membre du COPIL & financeur - 20 000€ pour l'ensemble de la destination Luberon

➤ Membre actif dans les groupes de travail marketing, marketing content, accueil et marque

➤ Les **budgets** alloués aux actions portées dans le cadre du contrat de destination sont **doublés par ATOUT France** et complétés par des partenaires privés (LUNFTHANSA, AUSTRIAN AIRLINES, E DREAMS, AIR TRANSAT)

➤ 2 objectifs majeurs : **notoriété** et **conversion** pour booster des ailes de saison - clientèles cibles : USA, GB, ALL, SUISSE

➤ **En 2023** : lancement de la **licence de marque « Provence »**, campagne **EXPEDIA** (all, suisse UK, USA) + campagne **sur les marchés d'opportunité** : Canada et Danemark - **valorisation des ailes de saison** : printemps et automne + marché secondaire CHINE (communauté chinoise présente en Europe)

Les partenaires des
opérations de promotion

**A T O U T
F R A N C E**

Agence de développement
touristique de la France



CÔTE d'AZUR
FRANCE

AVIGNON
TOURISME

ISLE S/LA SORGUE
TOURISME



Mai

*Made in Americas,
Brésil : agences*

► Participation à 16 opérations de promotion : agences, presses et médias.

La participation à ces opérations génère : des retombées presses et des retombées économiques sur le territoire au travers la vente de séjours via le service réceptif.

Janvier

Mediatour Italie
presse & médias

Démarchage Brésil
agences & médias

Juin

Démarchage
Scandinavie
agences & presse

Destination
Exchange : agences

Février

Mediatour Allemagne
presse & médias

Mediatour Suisse
presse & médias

Démarchage Afrique
du Sud : agences

Septembre



Mars

Imm Londres
presse & médias

Rdv France
agences

Octobre

Slow Tourisme
Prague : agences

Démarchage Inde
agences & presse

Travel in France
agences

France 360 USA
agences

Avril

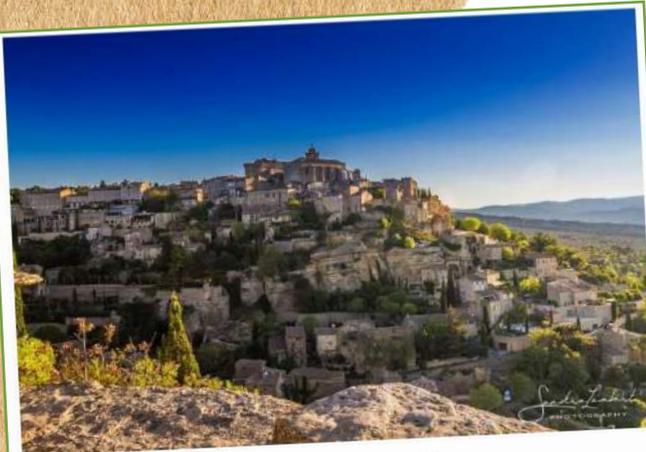


Novembre

Workshop Med
agences

Démarchage
Corée, Japon
agences & presse

A la suite de ces opérations, de nombreux accueils presse sont organisés. Ceux-ci génèrent un grand nombre de retombées presses et médias :



Les bonnes adresses au Luberon

« Le Luberon est bon père nourricier, j'aimerais bien le parcourir de nouveau avec vous. Cela sera, je me tiendrai debout, je veux, bientôt et marcherai sur les bonnes pierres, à vos côtés. Toute mon affection », c'est ce que René Char, a écrit à son ami Albert Camus, sur le Luberon.



Enogastronomia in Provenza: gli appuntamenti dell'autunno

Settembre 2022 | MANIFESTAZIONI ED EVENTI | REDAZIONE

I festival dei sapori del territorio.

Ottobre: sapori, colori e profumi d'autunno in Provenza

I palati più raffinati amano l'autunno tanto per i suoi sapori quanto per i colori e i profumi che gli addetti ai lavori sanno trasportare dalla natura al piatto. I colori e i profumi di questa stagione, in particolare, sono protagonisti dei numerosi e variegati festival e manifestazioni enogastronomiche che costellano la Provenza lungo tutto il mese di ottobre e oltre.



Ville de Provence : Cavaillon

Provence Alpes Côte d'Azur - Villages et villages de Provence - Voyages - Voyages en France

Au début de l'été, j'ai passé une journée formidable à Cavaillon. Je vous emmène découvrir cette petite ville et vous surprendra certainement !

Nous avons l'habitude d'associer Cavaillon et les fruits gorgés de soleil dont nous raffolons l'été, les melons. Ici, vrai qu'ici, les meilleurs producteurs proposent des melons délicieux.

Hole in the Donut Cultural Travel

Connecting the World through Storytelling

PHOTO: Perched Village of Gordes, in Provence, France



Fladderen rond de villages perchés

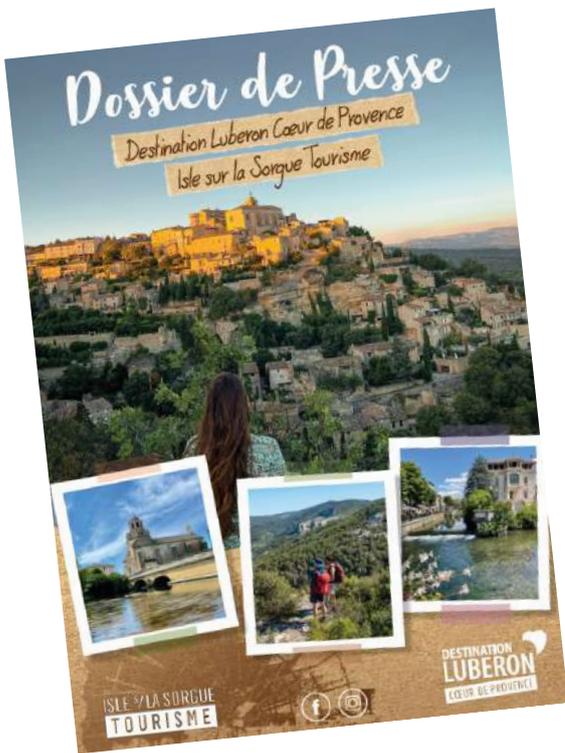


Tekst en beeld Stefan Maas

Paarse lavendelvelden, rood-oranje kliffen die in vuur en vlam staan en 'heuveltopdorpjes' die op dit alles neerkijken. De regio Luberon in de Franse Provence is ten onrechte nog niet zo bekend bij de Nederlandse fiets- en wandelliefhebber.

TOUTES LES RETOMBÉES PRESSES/
MÉDIAS SUR NOTRE SITE
PRESCRIPTEURS :
www.luberontourisme.com

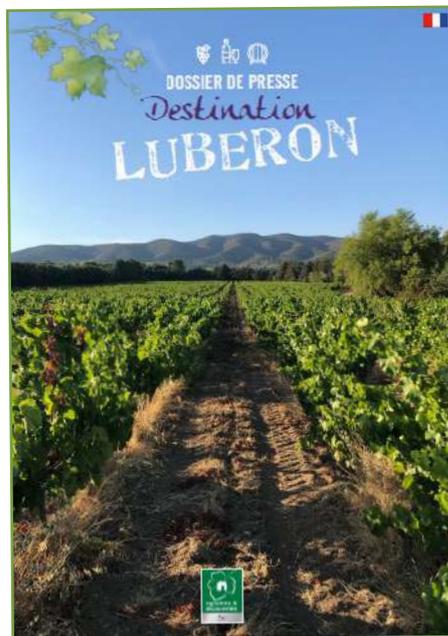
Supports dédiés aux prescripteurs



3 VERSIONS DU DOSSIER DE PRESSE TRADUIT EN 10 LANGUES :

- Une version classique
- Une version dédiée aux marchés intéressés par la Coupe du Monde de Rugby
- Une version spécifique au marché Afrique du Sud

1 SITE INTERNET DÉDIÉ TRADUIT EN 10 LANGUES : luberontourisme.com



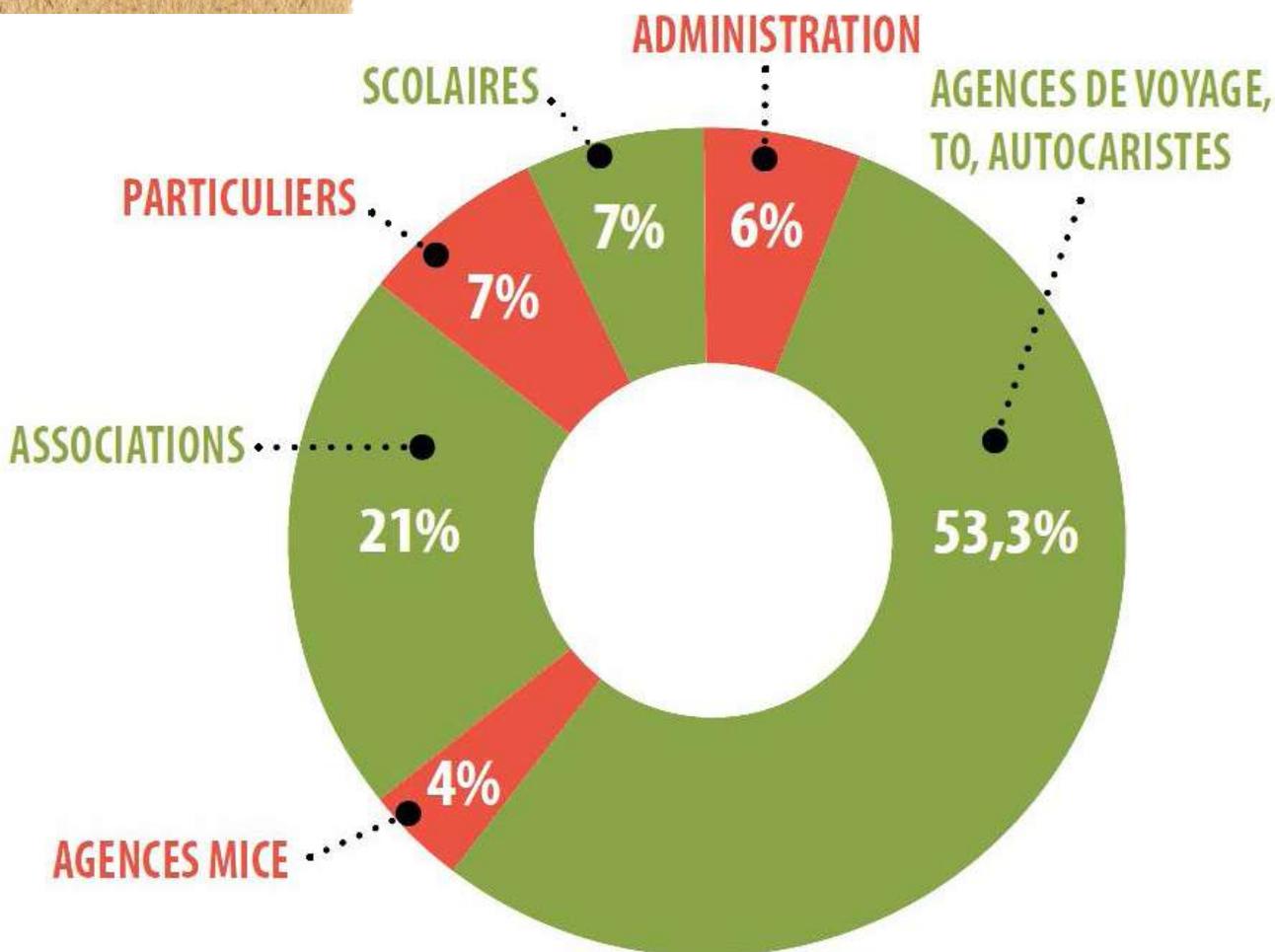
➤ mise à jour du dossier de presse spécifique à la valorisation de la destination « Vignobles & Découvertes » - "Vignoble du Luberon"



A noter en 2023 : consolidation de l'équipe du service réceptif avec l'embauche d'une personne en contrat de qualification

CHIFFRE D'AFFAIRES SERVICE RÉCEPTIF

2020	2021	2022	2023
23 136,50 €	58 671 €	137 810 €	175 181 €
- 84%	+ 154%	+ 135% -6% <i>par rapport à 2019</i>	+ 27% VS 2022 +19% VS 2019



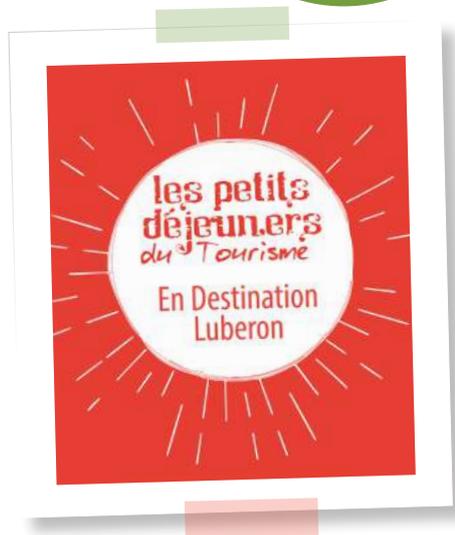
Destination Luberon édite chaque année des documents destinés à informer de façon qualitative le public touristique.

Afin que les professionnels puissent s'appuyer sur ces supports, une régie publicitaire est proposée. Elle offre à tous la possibilité de valoriser et de mettre en avant son activité.

RÉGIE PUBLICITAIRE		
2021	2022	2023
16 062€	11 682 €	19 106 €

3
PETITS
DÉJ DU
TOURISME

2
RÉUNIONS
PLENIÈRES



LES RENCONTRES PROS

Afin d'informer les professionnels du territoire des dernières tendances, actualités et informations, Destination Luberon organise régulièrement des réunions sous différents formats : réunion plénière, moments conviviaux, petits déjeuners du tourisme... Ces moments d'échanges privilégiés sont également l'occasion pour l'office de tourisme de mieux comprendre les attentes des professionnels concernant les services proposés.

En 2023 :

- 10 janvier 2023 : petit déj du tourisme, le Café de la Fontaine à Vauzines
- 14 février 2023 : petit déj du tourisme, VLP à Robion
- 14 mars 2023 : petit déj du tourisme, Kookabara à Cavillon
- 24 mars 2023 : organisation du lancement de saison à Oppède - Mutualisé avec ISST
- 7 novembre 2023 : organisation de la cloture de saison à Lourmarin

CLASSEMENT DES MEUBLÉS DE TOURISME & QUALIFICATION DES CHAMBRES D'HÔTES

CHIFFRE D'AFFAIRES CLASSEMENT DES MEUBLÉS & QUALIFICATION DES CHAMBRES D'HOTES

2020	2021	2022	2023
5 118 €	10 931 €	11 540 €	14 156 €

**77
STRUCTURES
QUALIFIÉES EN
2023**

- 76 classements de meublés de tourisme
- 1 qualification de chambre d'hôtes, chambre d'hôte référence

DESTINATION
LUBERON

Classement Meublés de Tourisme

« Un accueil de qualité...j'ai tout à y gagner ! »

*Le classement est avant tout un gage de qualité pour rassurer vos clients ;
le rôle de votre Office de Tourisme est de vous accompagner dans cette démarche.*

Luminagora

Participation à l'événement « La déesse de Gordes » - **vendredi 22 septembre** : intégration d'images de l'ensemble du Luberon pour promouvoir la destination.

Festival vins et passion

Participation à l'événement "Festival vins et passion" organisé par le Château de Sannes pour promouvoir la destination "Vignobles & Découvertes"



Antenne régionale "Entreprises & Découvertes"

Membre financeur de l'antenne régionale "Entreprises & Découvertes" - Région Sud Provence Alpes Côte d'Azur

➤ Destination Luberon a intégré en 2023 le comité de pilotage de l'**antenne régionale "Entreprises et Découvertes"** afin de développer le tourisme de savoir-faire en Luberon. Cette dynamique est en totale corrélation avec le déploiement d'actions dans le cadre du développement du tourisme responsable en Luberon.

Activités de pleine nature : randonnée, vélo

➤ Destination Luberon est aujourd'hui l'**office de tourisme référent** auprès du **Parc Naturel Régional du Luberon** dans le cadre de la réalisation d'une **étude spécifique au développement maîtrisé des activités de pleine nature** et sera le pilote pour le déploiement et la structuration d'une offre trail.

➤ Participation active au **développement de la filière vélo** sur le territoire aux côtés de Vélo Loisir Provence.





Renouvellement de l'opération estivale : **Les Sunsets Vignerons en Luberon** du 20 juin au 12 septembre 2023

QUELQUES CHIFFRES :

- Nombre de participants adultes moyen /soirée : 20,18
- Au total 1442 personnes ont été recensées sur l'ensemble de l'événement
- 1380 places adultes payantes, 45 places enfants payantes et 17 invités.
- Progression / 2022 : + 0,1%

PREMIÈRE ÉDITION DE LUBERON EN TOUS SENS

Organisation d'une randonnée pédestre et d'un pique-nique avec le Chef Xavier Mathieu le dimanche 14 mai 2023 à Bonnieux (cave coopérative).

QUELQUES CHIFFRES :

- 153 repas servis
- 90% des clients satisfaits de leur expérience et 80% des clients séduits par le concept

Luberon en tous Sens

Randonnée, lecture de paysage
Pique-nique de chef
(proposé par Xavier Mathieu, chef étoilé, le Phébus à Joucas)
Dégustation de vins, ambiance musicale
DIMANCHE 14 MAI 2023 à partir de 8h30
CAVE COOPÉRATIVE VINICOLE DE BONNIEUX - QUARTIER DE LA GARE 84480 BONNIEUX
TARIFS : 65€/PERSONNE
réservations et informations : www.destinationluberon.com | +33 (0)4 90 71 32 01 | contact@destinationluberon.com





Le Fascinant Week-end

VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

Deuxième participation à l'opération nationale :
« Le Fascinant week-end »

Opération nationale ouverte aux destinations "Vignobles et Découvertes".

En 2023 : Organisation d'une journée de découverte à
Lourmarin le dimanche 22 octobre 2023.

Mais aussi...

Afin de participer aux discussions et réflexions nationales sur le développement de la filière oenotourisme au travers la valorisation du label, Destination Luberon adhère à la Fédération Nationale des Destinations "Vignobles & Découvertes" et participe aux commissions de travail.

Écotourisme / Slow Tourisme

L'un des enjeux majeurs de Destination Luberon est de **travailler à la mise en place d'une économie touristique responsable** qui se doit de préserver notre destination sensible aux enjeux environnementaux.

Pour cela, l'office de tourisme travaille aux côtés des partenaires institutionnels pour mutualiser nos forces et ainsi mettre en oeuvre des actions opérationnelles.

➤ Participation active au déploiement du plan de transition touristique porté par VPA :

- Membre du club TRES84
- Membre des groupes de travail : positionnement et communication

➤ Participation aux rencontres et colloques régionaux afin de déployer des actions favorisant le développement d'un tourisme écoresponsable en Luberon : Forum de l'écotourisme début décembre 2023.



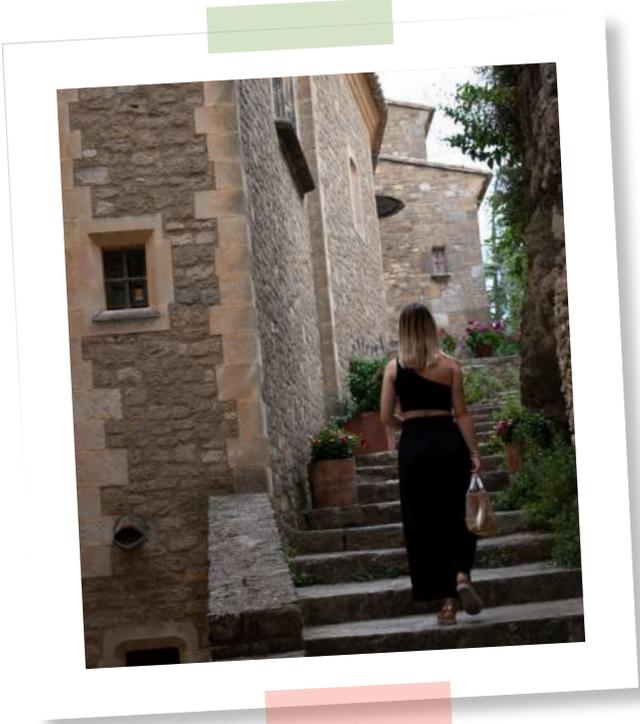
DES OUTILS SPECIFIQUES MIS A DISPOSITION DES
TOURISTES ET PROFESSIONNELS



Mise à jour du guide du tourisme écoresponsable en Luberon et Pays des Sorgues en collaboration avec ISST : intégration de nouveaux contenus, notamment sur les sites sensibles (Gorges de Régalon, etc.), cours d'eau (Durance, Sorgue, Coulon/Calavon), ajout d'une rubrique dédiée à la consommation d'énergie et sensibilisation au risque incendie sur les massifs.



AMELIORATION DE LA QUALITÉ DES SERVICES



CAVAILLON ET LOURMARIN

- Installation d'une solution d'affichage dynamique pour valoriser l'offre et les produits proposés par l'office de tourisme

CAVAILLON

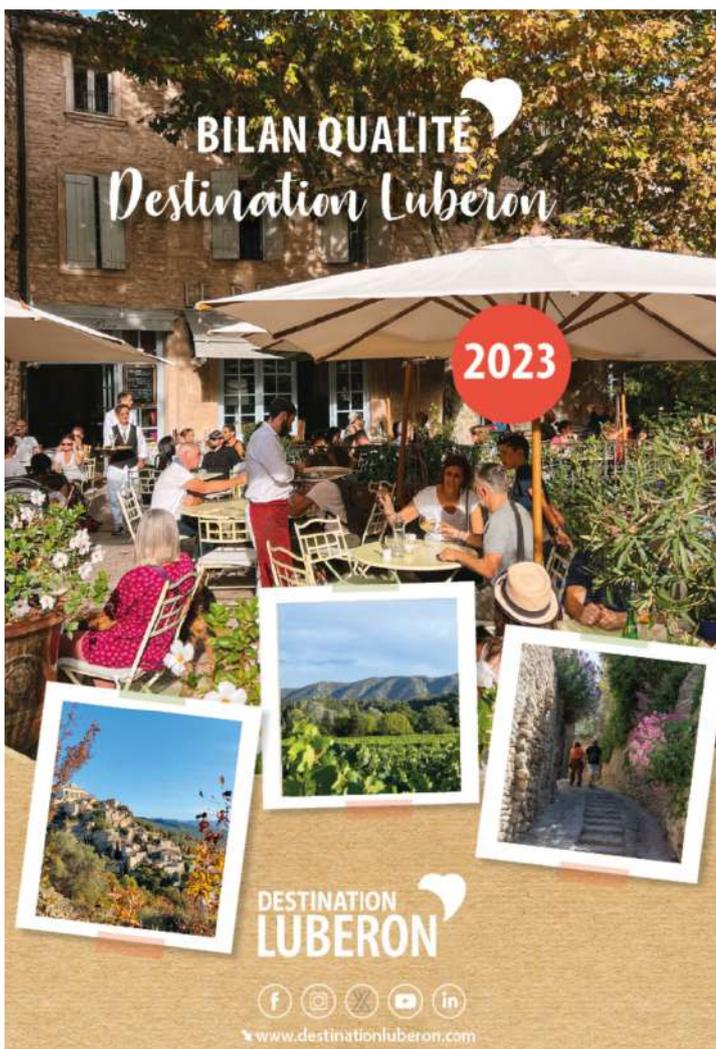
- Réaménagement de l'espace boutique et mise en place d'une stratégie boutique

Qualité tourisme

MARQUE QUALITÉ TOURISME

En 2023, Destination Luberon a travaillé à l'obtention du label Qualité Tourisme - l'audit aura lieu début février 2024.

Chaque année, un bilan qualité permettant d'analyser l'écoute client est rédigé. Il est téléchargeable sur l'espace partenaire.



📄 **BILAN QUALITÉ 2023**
(téléchargeable sur l'espace partenaire)



MARQUE TOURISME & HANDICAP

- Obtention du label "Toursime & Handicap" en 2023

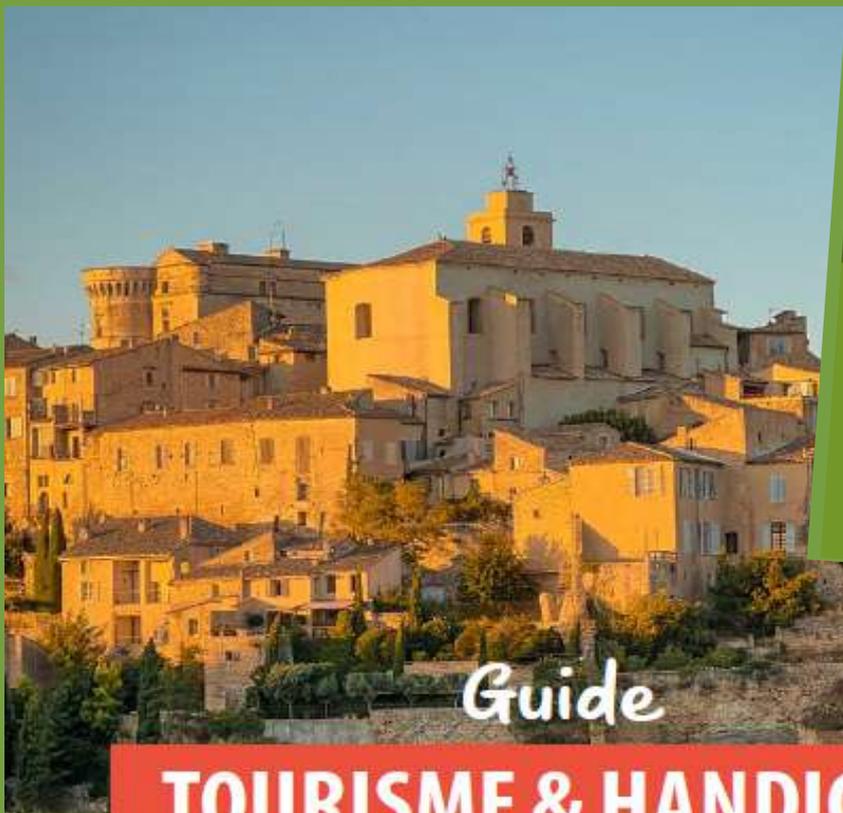
La Direction Générale des Entreprises a attribué la marque Tourisme & Handicap à l'office de tourisme Destination Luberon. L'attribution de la marque est valable 5 ans et concerne le bureau d'information touristique de Cavillon.

La labellisation a été accordée à la suite d'une évaluation soumise à l'examen d'une commission territoriale composée de représentants du monde du handicap, du secteur touristique et des services de l'Etat.

Cette labellisation couvre les 4 principales familles de handicap : moteur, visuel, auditif et mental. Les dispositions prises par l'office de tourisme dans le cadre du label permettent ainsi d'offrir un accueil adapté à tous les visiteurs en situation de handicap. Les visiteurs du bureau de Cavillon sont ainsi assurés de disposer de services spécifiques : des places de parking dédiées aux personnes en situation de handicap, une signalétique et un mobilier adapté ou encore une documentation complète sur l'offre touristique accessible du territoire. La formation et la sensibilisation du personnel font également partie de la démarche de labellisation.

En 2023, les réflexions sur les travaux d'aménagement nécessaires pour la labellisation du BIT de Lourmarin ont été lancées.





Guide TOURISME & HANDICAP



DESTINATION
LUBERON

6

NOS CIRCUITS ACCESSIBLES

CÔTÉ NATURE...

Destination Luberon Cœur de Provence est une destination nature totalement intégrée dans le territoire du Parc Naturel Régional du Luberon. Ce dernier englobe 77 communes réparties sur deux départements (Vaucluse et Alpes de Haute-Provence) au cœur de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Il recouvre le massif du Luberon et une partie des Monts de Vaucluse.

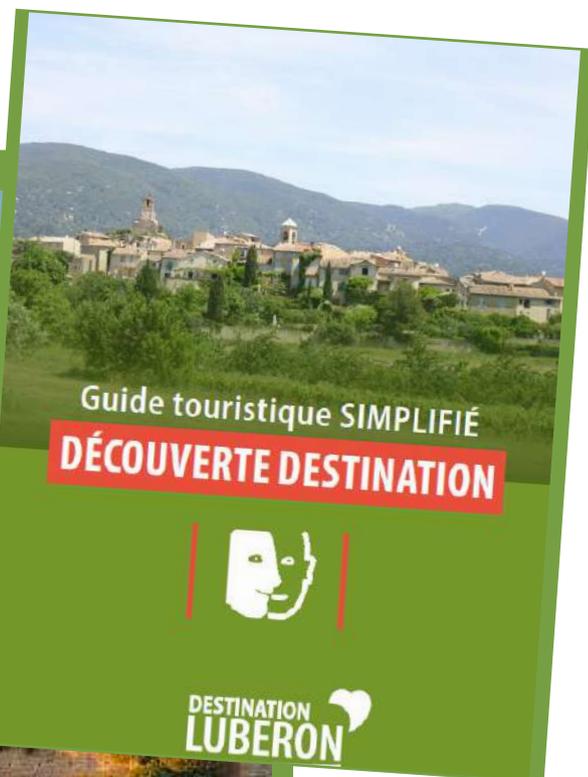
● Le chemin de Pierrouret - Lourmarin

Durée 1h30 - 2h / Distance 3.7km / Difficulté Moyenne



Départ :
Parking des Boules
Balisage : Jaune PR

Suivez une petite route de campagne goudronnée entourée d'oliviers et vignes. Le parcours est adapté aux personnes à mobilité réduite accompagnées. Des pentes montantes et descendantes sont présentes tout au long du parcours.



Guide touristique SIMPLIFIÉ
DÉCOUVERTE DESTINATION



DESTINATION
LUBERON

OUTILS MÉTIERS

RAPPEL DES OUTILS MÉTIERS QUE DESTINATION LUBERON UTILISENT DÉJÀ :

avizi TOURIST
RELATIONSHIP
MANAGEMENT

ZEENDOC
VOTRE AVENIR EST DIGITAL

floa
Solutions • Tourisme

Canva

agorapulse

Office 365

Microsoft



we'

Afin d'optimiser ces actions et faciliter le travail collaboratif, Destination Luberon s'est doté depuis 2021 d'outils métiers spécifiques : GRC, coffre fort électronique, gestion commerciale, gestion RH, création graphique, welongin (boutique et partenariat).

salesforce

NOUVEL OUTIL EN 2023 :

SALESFORCE : outil de gestion relation clients dédié à la promotion

MONTÉE EN COMPÉTENCES - RH ET RESEAUTAGE

Le monde du tourisme est en constante évolution et transformation... Encore plus aujourd'hui où l'actualité nous demande de nous adapter en permanence. Afin de toujours mieux répondre à la demande des clientèles et ainsi monter en compétences, l'équipe de Destination Luberon participe chaque année à des formations, salons professionnels, colloques, rencontres...

EN 2023:

- 179 heures de formations suivies par les équipes de l'office de tourisme
- Participation à 5 opérations/rencontres :
 - Etourisme à Pau; CM on the Beach ; séminaire V&D ;
 - rencontre de l'attractivité ; rencontre ADN Tourisme



RÉPARTITION FINANCIERE 2023	
RH	915 000 €
ACTIONS DE PROMOTION & DE COMMUNICATION	736 000 €
FONCTIONNEMENT	640 000€
AUTRES (impôt sur les bénéfices, charges exceptionnelles, etc.)	89 000 €
IMMOBILISATIONS CORPORELLES	40 000€
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	50 000€
BUDGET GLOBAL (intégration du report des années précédentes + estimation TS)	2 470 000 €



Une structure qui s'autofinance à 100%

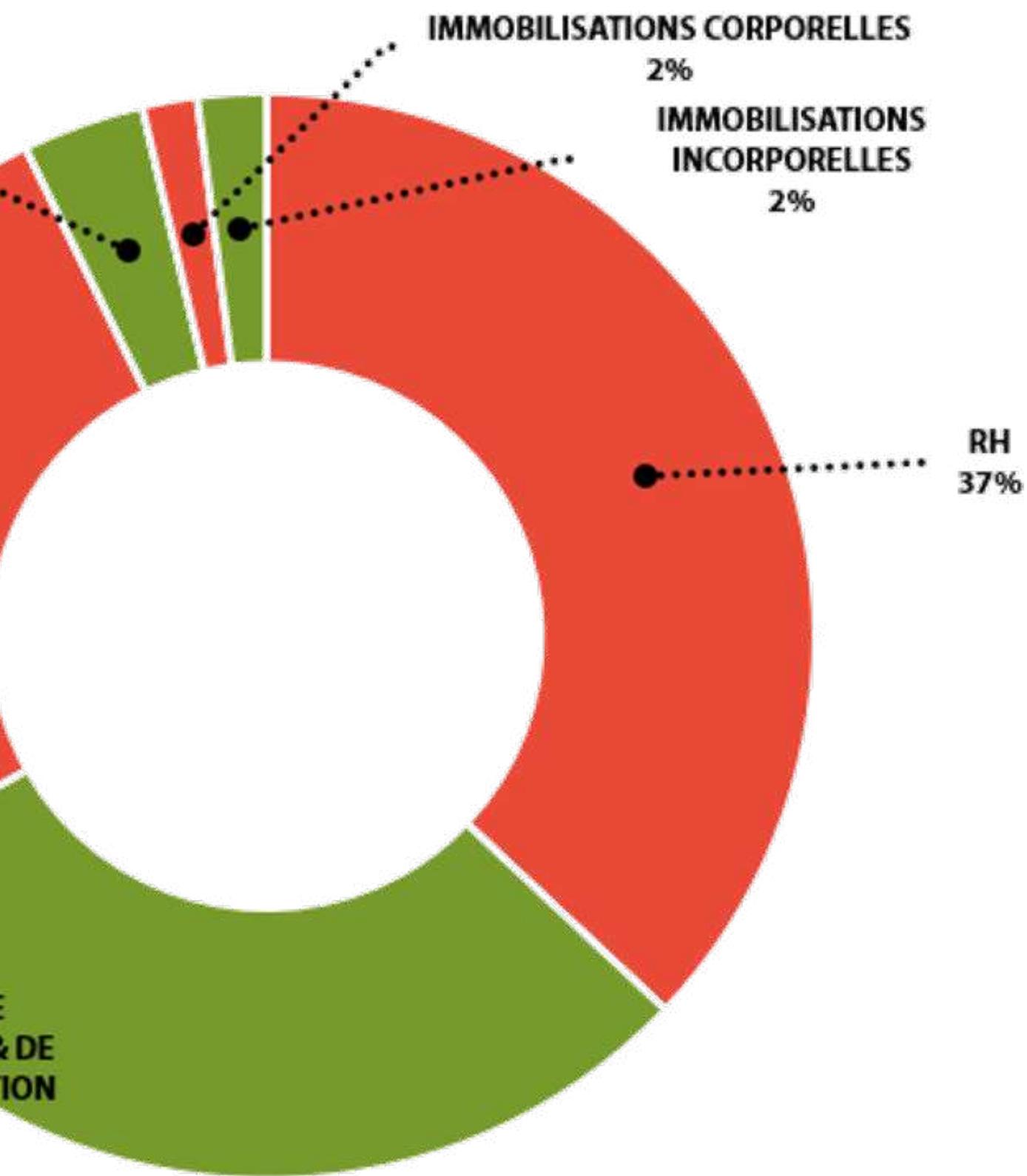
DÉPENSES

[fontionnement & investissement]

**AUTRES (impôts sur les
bénéfices, charges
exceptionnelles, etc.)**
3%

FONCTIONNEMENT
26%

**ACTION DE
PROMOTION &
COMMUNICAT**
30%





DESTINATION
LUBERON



👉 www.destinationluberon.com