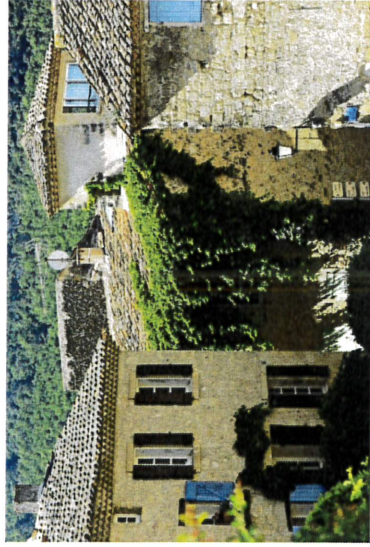




SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE COTELUB 2021-2026

Méthodologie d'élaboration :

Composition du groupe de travail : M Brabant, Mme Bastié, Mme Richaud, M Gueydon, Mme Maugan Curnier, M Borel, Mme Jean, Mme Bonety, M Melino, Mme Lebouc

Réunion avec OTI : Mme Chantel, M Doglioti, M Locquen

Sources des données pour l'élaboration du Diagnostic (Office de Tourisme et Vaucluse Provence Attractivité)

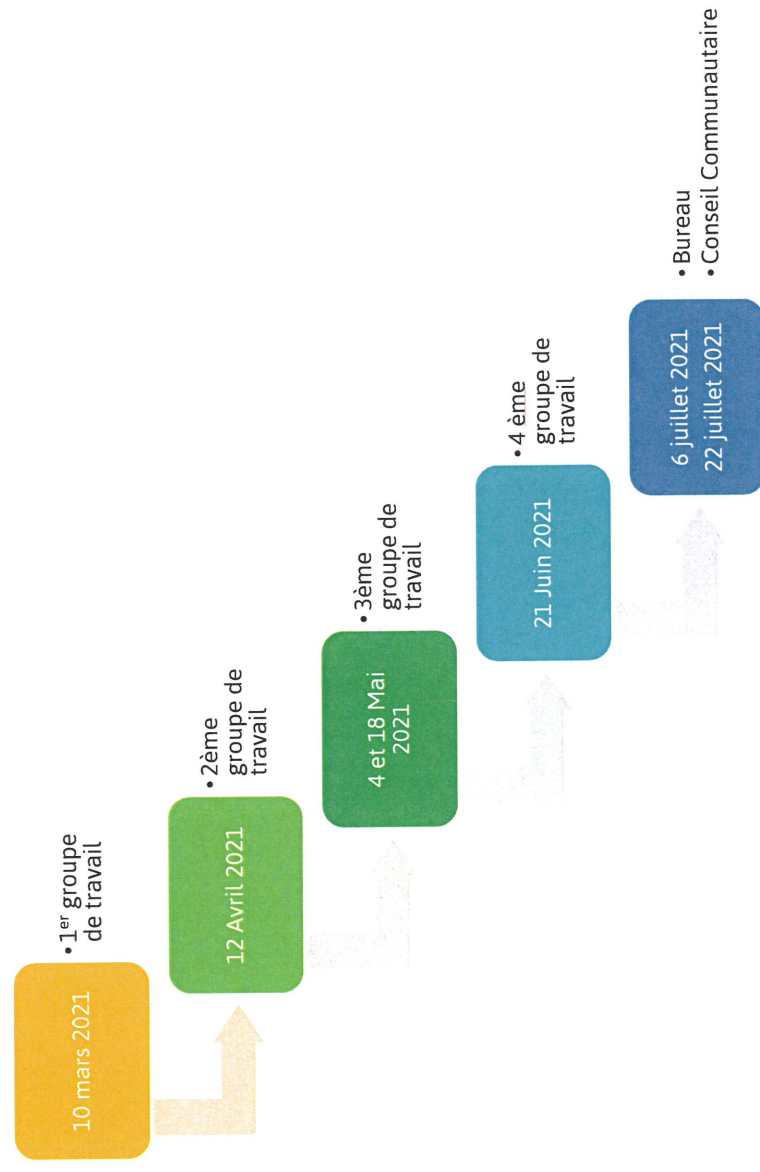


Table des matières

LE DIAGNOSTIC.....	4
I. Le territoire.....	5
II. La mobilité	9
III. L'offre d'hébergement.....	16
IV. Les activités.....	20
V. La clientèle	34
VI. L'image de la destination et marketing territorial	41
VII. La coordination de l'action touristique	48
VIII. Les retombées économiques.....	50
IX. Le tourisme comme secteur économique	52
X. L'analyse SWOT	53
LA STRATEGIE.....	57
LE PLAN D'ACTIONS.....	58
FOCUS SUR LES PROJETS PHARES	60

LE DIAGNOSTIC

Au regard du contexte sanitaire actuel, le diagnostic se déclinera en intégrant les données des années 2019, comme années de référence, et l'année 2020 impactée par la crise de la COVID comme l'illustration ci-dessous.



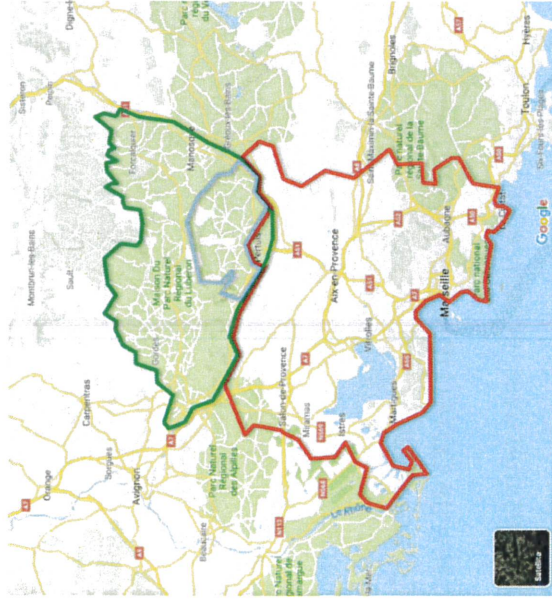
I. Le territoire

Situé au Sud-Est du département du Vaucluse (84) en région SUD, le territoire est bordé au Nord par le massif du Luberon et au Sud par la Durance.

COTELUB compte près de 25 000 habitants sur un territoire de 365 km². La densité de population est d'environ 64 habitants/km². Sa population est en constante augmentation, multipliée par plus de deux entre 1968 et 2015. COTELUB se compose de 16 communes. Les trois communes les plus peuplées sont La Tour-d'Aigues, Cadenet, avec plus de 4 000 habitants, et Villelaure avec près de 3 500 habitants.

Sa situation est centrale et favorise une offre attractive à proximité :

- Aux portes de la deuxième métropole de France et de sites touristiques et naturels d'exception (le Verdon, les Alpilles, la Sainte Victoire, les Alpes de Haute Provence, le PNR Luberon dont elle fait partie, etc.)
- Aux touristes qui fréquentent ces sites touristiques et qui viennent à la découverte du territoire de COTELUB.



- Communauté territoriale Sud Luberon
- Parc Naturel Régional du Luberon
- Métropole Aix-Marseille-Provence

Le territoire du sud Luberon se situe dans une zone semi montagnaise :

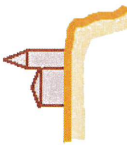
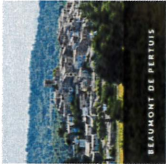
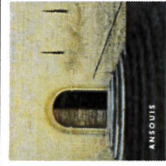
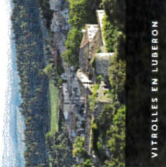
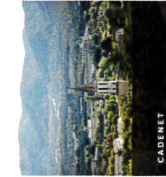
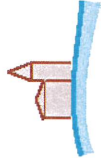
- Le petit Luberon, à l'ouest, caractérisé par une altitude moyenne de 700 m point culminant à 727m au Mourre de Cairas), son relief contrasté, déterminé par des formes morphologiques escarpées, couronné par une ligne de crêtes où subsistent, grâce au pâturage, des pelouses.
- Le Grand Luberon, à l'est, est plus élevé (point culminant au Mourre Nègre à 1125m) caractérisé par son relief plus doux, aux formes massives, présente un versant sud, en pente régulière assez forte, bordé d'une ligne de petites collines.

Le territoire de COTELUB se compose de :

- Espaces Naturels d'exception : 14 des 16 communes de COTELUB sont adhérentes au Parc Naturel Régional du Luberon, 2 Sites Natura 2000 sont en protection spéciale : La Durance (dont les 7 lacs) et le massif du Petit Luberon (entre Mirabeau et Pertuis), 2 communes (Cabrières d'Aigues et Cucuron) font partie de la Réserve Naturelle Géologique et 4 communes intègrent le périmètre de protection de la réserve. Le Luberon possède une multitude de milieux naturels, réserves d'une biodiversité exceptionnelle : 1 800 espèces de végétaux (35% de la flore française) dont 70 protégés statutairement, 135 espèces d'oiseaux (50%), 2 300 espèces de papillons (40%).
- Les forêts couvrent près de 18 570 ha, soit la moitié du territoire de COTELUB. Cela se caractérise par des massifs résineux et feuillus. On trouve ainsi des peuplements purs de chênes et de pins mais aussi mélangés avec un phénomène d'enfrichement. On observe également une peupleraie conséquente le long de la Durance. Outre son intérêt pour la production de bois d'œuvre, la forêt joue un rôle déterminant pour la préservation de certains milieux ou espèces et a un rôle de protection des nappes et des sols (captation de polluants, limitation de l'érosion...). La forêt possède également une fonction « récréative » importante avec le développement d'activités touristiques liées à ce milieu, en particulier la randonnée.
- La surface agricole utile représente 28 % du territoire de COTELUB et elle se caractérise par une prédominance de la vigne (AOC Côtes du Luberon, environ 50 % de la SAU) au détriment des cultures maraîchères et fruitières qui diminuent. On observe cependant depuis quelques années une reprise sur la culture de l'olive, de la cerise et le maraîchage (marchés de producteurs, magasins coopératifs de vente directe...). Les cultures céréalières représentent environ 40% de la SAU. L'élevage (caprins et ovins) est très présent sur les massifs et contreforts, une tradition associée à la culture de la lavande qui connaît pourtant d'importantes transformations avec une baisse notable du pastoralisme.
- La typicité des villages

Les villages de COTELUB sont perchés, labellisés, fleuris, de caractère, de plaine. Ce sont des trésors insolites et authentiques. Qu'ils soient petits ou grands, perchés ou situés en plaine, les villages et les hameaux sont autant de prétextes à goûter la quiétude de la vie provençale. Autour des fontaines, à l'ombre des platanes, dans les rues pittoresques, étroites et sinueuses et sur les pavés brûlants des places des villages, chacun des villages se différencie par des curiosités patrimoniales et des architectures originales

Datant pour la plupart du Moyen-Age, le charme s'opère dans ces villages offrant une structuration urbaine spécifique comme schématisée ci-dessous, ainsi que des curiosités historiques et patrimoniales permettant d'accompagner la découverte d'anecdotes historiques.

<u>Villages sur éperon rocheux</u>		    	
<u>Villages perchés sur une colline</u>		    	
<u>Villages sur coteau</u>		    	
<u>Villages en plaine</u>			

Les paysages d'exception

Une plastique viticole au service des éléments du paysage du Luberon



Aquarelle N.Vigneau

« Un vaste bassin rural vallonné et surplombé par l'imposant Luberon, avec plutôt vers l'Ouest une dominance de campagne viticole aux paysages ouverts et ponctués de collines et vallats boisés, et vers l'Est une dominance forestière. Des ruisseaux, leurs ripisylves, des villages perchés, les châteaux, des châteaux, des cabanons dans les vignes, des routes de campagne ombragées ; des demeures rurales cerclées d'arbres remarquables, une grande douceur de vivre c'est ce décor d'exception que les touristes découvrent sur le territoire ». (extrait du plan paysage »)

COTELUB a su conserver son caractère rural, provençal et authentique

II. La mobilité

En termes de déplacements, les touristes présentent à la fois une souplesse horaire et une certaine exigence liée à l'habitude d'un bon niveau de service de transport (accessibilité, fréquence, multimodalité) pour la plupart d'entre eux (urbains et/ou étrangers). Ils possèdent également un fort besoin de mobilité et sont en attente d'une offre attractive :

- Une diversité (vélo, car, voiture, train) pour répondre aux différentes activités envisagées,
- De la qualité : facilité d'accès, itinéraires adaptés, confort des véhicules,
- Une bonne information : offre, achat de titres, renseignements

Les déplacements sont donc essentiellement pour :

- Rejoindre leurs hébergements depuis les gares TGV d'Aix en Provence et d'Avignon, l'aéroport de Marseille Provence
- Dans le cadre de leurs séjours, ils sont dirigés vers les activités : patrimoniales et culturelles, sports et nature, gastronomiques, de sites d'eau...
- Des déplacements internes à COTELUB mais également des déplacements plus éloignés à l'échelle départementale voire régionale qui nécessitent une bonne connexion aux réseaux voisins.

1. Les portes d'entrée régionales

L'aéroport de Marseille-Provence a quant à lui accueilli 10,5 millions de passagers en 2019 et est le 5^{ème} aéroport de France.

Entre 2015 et 2019, il a accueilli 380 000 nouveaux passagers chaque année, soit une croissance annuelle moyenne de 4,2%. En matière de desserte, l'accès automobile demeure largement prépondérant. L'aéroport est connecté au réseau de transport en commun régional qui, outre l'arc méditerranéen, permet la desserte d'Aix-en-Provence (ligne LER 20 du réseau de transport Zou!) et de Digne les Bains (ligne LER 31). Des connexions sont ainsi possibles avec les principaux pôles urbains de la Région, à savoir Marseille (gare Saint Charles), Aix-en-Provence (ville et gare TGV), Vitrolles (gare TER), Arles, Toulon, Nice, Avignon, ou encore Manosque et Digne les Bains.



La gare d'Aix en Provence TGV mise en service en 2001 et isolée de toute urbanisation n'est desservie par aucun TER. Malgré les 3,6 millions de voyageurs annuels qu'elle a accueillis en 2019, elle reste accessible essentiellement en voiture alors qu'elle accuse un déficit de stationnement qui pousse les usagers à se garer sur le Ring et les voies d'accès au détriment de leur sécurité.

Seule la navette reliant l'aéroport de Marseille-Provence à la gare routière d'Aix-en-Provence, en passant par la gare TGV (LER 40) est suffisamment cadencée pour offrir une desserte attractive : un départ toutes les 30 min dans les deux sens dès 4h50 au départ d'Aix en Provence et jusqu'à 0h25 au départ de l'aéroport.

Le même déficit d'accessibilité peut être dressé **pour la gare TGV d'Avignon** dont la configuration est similaire : une gare isolée en périphérie du centre urbain. Mis à part le réseau de transport urbain du Grand Avignon qui permet de relier la gare au centre de façon satisfaisante, les liaisons aux autres territoires sont limitées. En effet les LER et les cars interurbains permettent de relier Arles, Digne, Orange et Apt à raison de 2 à 6 rotations par jour.

Le choix d'une destination touristique est dépendant de trois principaux facteurs : l'attractivité du territoire, les aménités proposées (activités, hébergements, services...), l'accessibilité de la destination.

Si les deux premiers critères font du Sud Luberon une destination touristique de premier plan, selon cette catégorisation, le dernier point ne remplit pas de conditions satisfaisantes depuis les portes d'entrée régionales (aéroports et gares TGV).

En effet, si l'on considère le potentiel d'attractivité de COTELUB depuis ces infrastructures majeures au regard de son accessibilité (laquelle peut être caractérisée par la distance parcourue, le temps passé dans les transports, ainsi que le coût du trajet), on observe un déficit de redistribution des flux à l'échelle régionale.

Ceux-ci sont polarisés vers les centres urbains mais pas diffusés spatialement vers des destinations pourtant prisées par les clientèles touristiques utilisatrices des infrastructures à rayonnement national et international.

Il résulte de cette organisation territoriale que le mode de déplacement privilégié des visiteurs pour se rendre sur leur lieu de séjour reste majoritairement la voiture¹ avec une part d'environ 70% contre 20% pour le train et moins de 10% pour l'avion.

2. Se déplacer de façon durable à l'intérieur du territoire

Transport en commun

Le territoire de COTELUB est couvert par une offre de transport collectif intégralement gérée par la Région à travers le réseau « Zou ! ». Il existe 2 types de dessertes : un transport sur réservation (ou transport à la demande TAD) qui couvre l'ensemble des communes du territoire et 4 lignes régulières

- Ligne 8 : Cavaillon – Cadenet - Pertuis – Cucuron
- Ligne 9 : Apt – Cadenet – Aix

¹ Agence départementale de développement et de réservation touristiques - Vaucluse Tourisme – Étude clientèle touristique en Vaucluse – janvier 2013

- Ligne 19 : Cucuron – Vauignes – Lourmarin – Cadenet
- Ligne 107 : Pays d'Aigues – Pertuis Aix

Le TAD peut répondre au besoin d'accéder aux services de proximité (commerces, activités) et la ligne régulière pour l'interconnexion avec les autres réseaux (accès gares TGV, aéroport, réseau métropolitain, etc.).

La commune de Pertuis marque un point d'entrée du territoire de COTELUB mais elle est également un point de rupture majeur. En effet, l'offre de transport en commun actuelle ne permet pas de parcourir facilement les derniers kilomètres qui séparent Pertuis des lieux de séjours touristiques de COTELUB.

Pour autant, la restructuration du réseau de transport collectif régional opéré en septembre 2018 avec le lancement de la marque « Zou ! » a permis d'unifier et d'harmoniser un réseau plus cohérent et équilibré, basé sur l'accessibilité et l'intermodalité. La rupture entre le réseau métropolitain et le réseau vauclusien s'est ainsi sensiblement résorbée.

Le réseau « Zou ! » cherche également à capter les visiteurs pour les amener à visiter les communes qu'il dessert avec le « Pass Découverte » : un ticket donnant accès à l'ensemble du réseau pendant 48h au prix de 10€ ainsi que des prix réduits à l'entrée de sites touristiques partenaires durant toute la haute saison.

Les offres tarifaires sont très variables. Par exemple, un trajet depuis La Tour vers Pertuis (7 km) coûte 2,60€ avec le réseau régional ZOU ! (TAD 107) alors qu'un trajet de Pertuis à Aix (24 km) coûte 1,20€ avec le réseau métropolitain Lebus ou 7,40€ avec les cars du réseau SNCF.

De manière générale, le manque de lisibilité et de confort du service peut s'avérer dissuasif pour un usage ponctuel et de courte durée. Les principales difficultés se situent sur :

- Un service de TAD restreint et obsolète : réservations obligatoires par téléphone la veille avant 16h auprès du transporteur, mode de paiement contraint à bord
- L'absence d'une offre multimodale (ex : bus + vélo)
- L'absence de point relais pour l'achat de titres de transport : commerces, mairies, office de tourisme (uniquement en saison)
- Le manque d'une offre régionale structurante : desserte TER, LER, SuperShuttle (service assurant le transfert, partagé ou privatif sur réservation, entre les centres villes et les aéroports)
- L'absence de combinaison tarifaire, d'application numérique, complexité des fiches horaires, absence d'abris bus et d'affichage sur panneaux

Les nouveaux services de mobilité

Ils sont encore peu présents sur le territoire. Or, l'offre de mobilité durable deviendra véritablement attractive lorsque plusieurs solutions seront proposées et pourront être combinées.

Autostop organisé : Rézo Pouce

Le service d'autostop organisé désormais opérationnel sur l'ensemble de COTELUB apporte une certaine souplesse et peut faciliter la découverte du territoire. En effet, si l'encadrement d'un dispositif d'autostop organisé implique une inscription (gratuite) des habitants et l'aménagement d'arrêts pour sécuriser la prise en charge des autostoppeurs, dans la pratique toute personne venant visiter le territoire peut utiliser le dispositif sans y adhérer de façon formelle. Cette solution est à même de permettre aux touristes de visiter n'importe quel village sans contrainte particulière en se rendant aux arrêts d'autostop qui « desservent » la destination voulue. Avec des temps d'attente qui n'excèdent pas 10 minutes dans les territoires qui ont mis en place un tel système, y compris les plus ruraux, un séjour touristique peut donc parfaitement intégrer ce mode de déplacement dans son organisation si tant est qu'il soit intégré à la stratégie de communication à destination des visiteurs.

Covoiturage

La pratique du covoiturage est à ce jour assez restreinte sur le territoire de COTELUB et les initiatives portées par les associations de développement de ce mode de déplacement ciblent principalement les actifs.

D'un point de vue touristique, le covoiturage peut être envisagé pour compléter l'offre de transport collectif.

Pour ce public de passage, le service nécessiterait une bonne signalétique et une facilité d'utilisation à l'aide d'une plateforme dédiée pour l'ensemble du territoire :

- des points d'arrêt précis
- une ligne déterminée
- couplé avec les services de transports collectifs, il permet d'anticiper le trajet et de planifier les visites

Electro-mobilité

Les communes et sites touristiques de COTELUB se dotent progressivement de bornes de recharge de voitures électriques. C'est aujourd'hui le cas de Cadenet, La Tour d'Aigues, Grambois et La Motte-d'Aigues (La Bonde).

La croissance globale du parc de voitures électriques et les caractéristiques socio-économiques des touristes présents sur le territoire abondent en ce sens. Il sera donc essentiel de mener une réflexion sur la stratégie de couverture du territoire en y intégrant la dimension touristique dans la localisation des points de rechargement.

Les modes actifs

Le vélo et la marche sont des modes de déplacement particulièrement adaptés à la découverte touristique, et d'ailleurs en forte croissance au niveau national durant la période estivale.

Le tourisme à vélo, ou cyclotourisme, connaît d'ailleurs une progression qui s'accroît chaque année davantage. Le baromètre du tourisme à vélo 2017 fait état des régions françaises les plus prisées :

Destinations françaises les plus programmées en nombre de tour-opérateurs et de circuits	1. Val de Loire
	2. Provence
	3. Bourgogne
	4. Dordogne
	5. Alsace

Si la Provence est une destination de choix, elle accuse cependant un retard d'aménagement de circuits touristiques à vélo. Or les investissements en infrastructures vélo sont d'une part bien inférieurs à ceux consacrés aux projets routiers mais également très rentables au regard des retombées liées au vélotourisme : l'association Vélo & Territoires estime en effet que chaque kilomètre d'itinéraire aménagé engendre annuellement 17 000 et 80 000 € de retombées touristiques. Par ailleurs, les retombées économiques couvrent les frais d'aménagements en maximum un an et demi.

Les enquêtes réalisées par Vélo & Territoires², coordinateur du réseau national cyclable, permettent de mesurer les retombées économiques sur les territoires du tourisme à vélo :

Itinéraires	Impact direct estimé	Dépense des vélotouristes	Retombées économiques
La Véloodyssée (Atlantique - EV1)	103,6 M€ (2018)	71 € par jour et personne	80 000 € par km et par an
La Loire à Vélo (EV6)	34 M€ (2018)	80 € par jour et personne	34 200 € par km et par an
La Bretagne à Vélo	24,3 M€ (2018)	57 € par jour et personne	12 200 € par km et par an
Le Var à Vélo (V65)	17,9 M€ (2017)	63 € par jour et personne	42 000 € par km et par an
La Méditerranée à Vélo (EV8)	20,5 M€ (2017)	62 € par jour et personne	31 000 € par km et par an
ViaRhôna (EV17)	11,4 M€ (2017)	66 € par jour et personne	17 000 € par km et par an

La réalisation prochaine des tronçons manquants de l'EuroVélo 8 (il est actuellement conseillé de prendre le train entre Meyrargues et Manosque) est une chance pour le développement économique local. Cet axe cyclable structurant ne passant pas sur le territoire de COTELUB, ses impacts économiques seront indirects, et conditionnés à l'affirmation d'une offre d'itinérance cyclable locale, connectée à l'EV8.

En l'occurrence, COTELUB est déjà maillée par deux boucles de découverte à vélo jalonnées par l'association Vélo Loisir Provence, sur des routes peu fréquentées et donc sans aménagement dédié. Il s'agit des itinéraires suivants :

- « Autour du Luberon à vélo » : véloroute régionale (V863) proposant de tour du massif du Luberon sur 236 km de voie partagée
- « Le Pays d'Aigues à vélo » : boucle locale de 91 km, offrant des combinaisons possibles avec la V863

² Analyse des données de fréquentation Vélo 2018. Vélo & Territoire. Juin 2019

Pour favoriser la pratique des modes actifs auprès des touristes, plusieurs conditions doivent être réunies :

- Signalétique multilingues
- Aménagement de l'espace public (ex : zones de rencontre)
- Itinéraires et parcours identifiés
- Service de location de vélos
- Stationnement sécurisé
- Lieux de réparation
- Lieux d'accueil pour le cyclotourisme

Fin mars, Cotelub est devenue autorité organisatrice de la mobilité (AOM). L'objectif de cette nouvelle compétence -prévue par la Loi d'orientation des mobilités- est de développer des offres de déplacement plus propres et moins coûteuses pour améliorer le quotidien des habitants du territoire du sud Luberon et ainsi limiter l'usage individuel des véhicules. Cette prise de compétence confère à la communauté de communes, la légitimité d'entreprendre tous projets en matière de déplacements (à l'exception des transports en commun et scolaires qui demeurent une compétence de la Région) à l'échelle de son territoire, peu dense mais dont les bassins de vie et d'emploi sont étendus. En tant qu'acteur de la mobilité, Cotelub doit s'adapter au mieux à la forte demande des habitants et des touristes.

Outre les dispositifs déjà mis en place par Cotelub comme l'autostop organisé ou les points de co-voiturage qui ont vocation à se développer, la grande mutation concerne le vélo et son intégration dans des systèmes multimodaux.

Cette compétence prendra effet à compter du 1er juillet 2021.

III. L'offre d'hébergement

1. La capacité d'accueil

	2019	2020
Nombre de Nuitées touristiques totales (VPA)	1,5 M	0,9M
Lits marchands (VPA)	3 541	5 648
Lits non marchands (Insee 2018)	7 788	7 788
Total des lits touristiques	11 329	13 436

Le nombre de nuitées touristiques comprend les lits marchands et non marchands.

Entre 2019 et 2020 on constate une baisse de 40% s'expliquant par une réduction de la fréquentation des touristes étrangers sur le territoire due à la crise sanitaire.

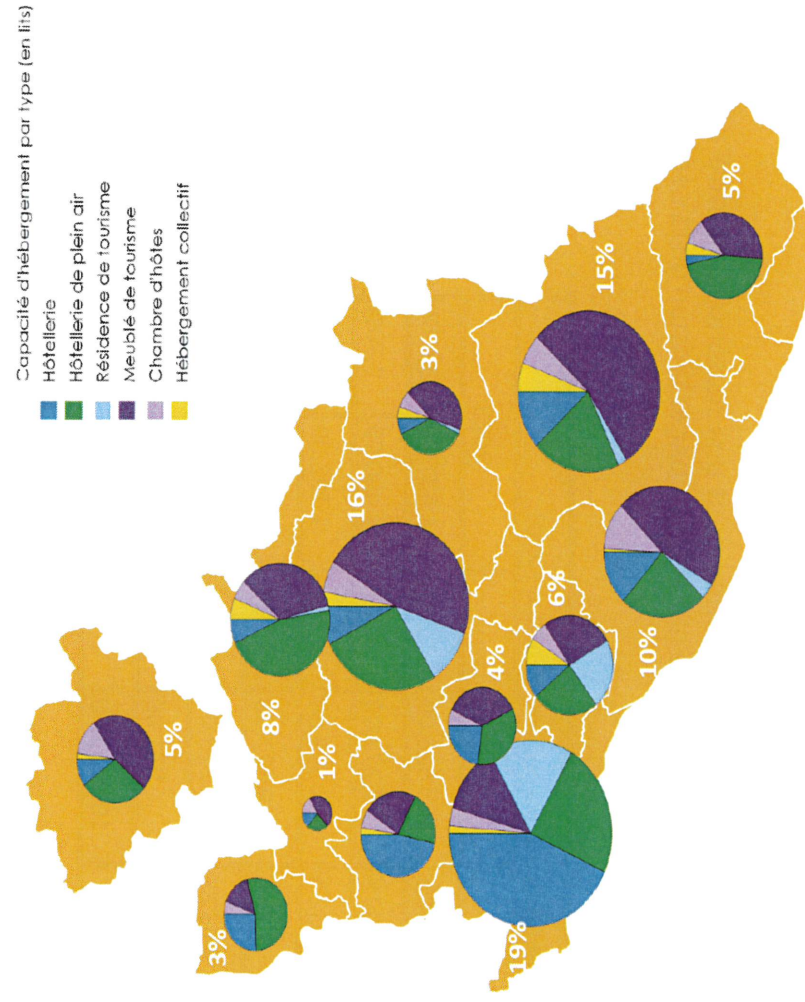
Il existe également un important différentiel entre 2019 et 2020 du nombre de lits marchands à savoir 2107 lits supplémentaires.

2. Les lits marchands

La part de la capacité d'hébergement touristique de COTELUB représente 5 % de l'offre globale vaclusienne et 15% de l'offre globale de la Destination Luberon.

La « destination Luberon » se compose de : Pays d'Apt, Luberon Mont de Vaucluse, Pays des Sorgues Monts de Vaucluse et de COTELUB.

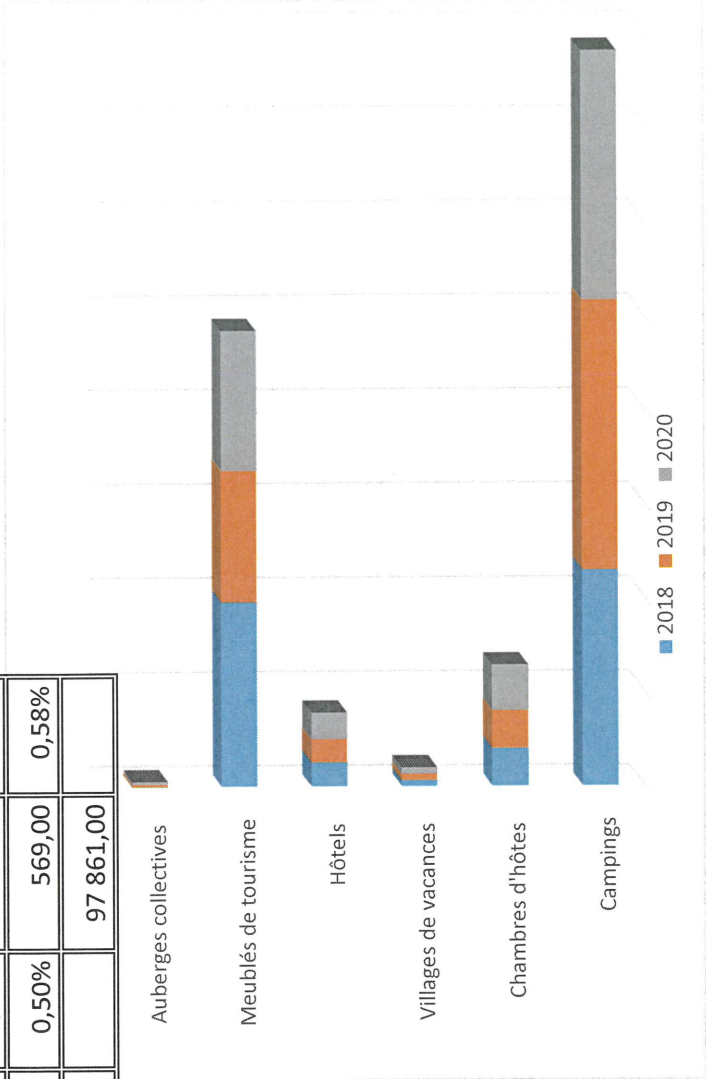
COTELUB est le seul territoire, sur cette destination, dont la part d'hébergement de plein air est la plus importante dans son offre.



Le territoire propose une offre d'hébergement marchands variée dont une majorité de l'offre concerne l'hôtellerie de plein air. La répartition présentée dans le tableau informe du nombre de nuitée mais par extension de la capacité de chaque type d'hébergements. Cette d'offre reste constante depuis 2018.

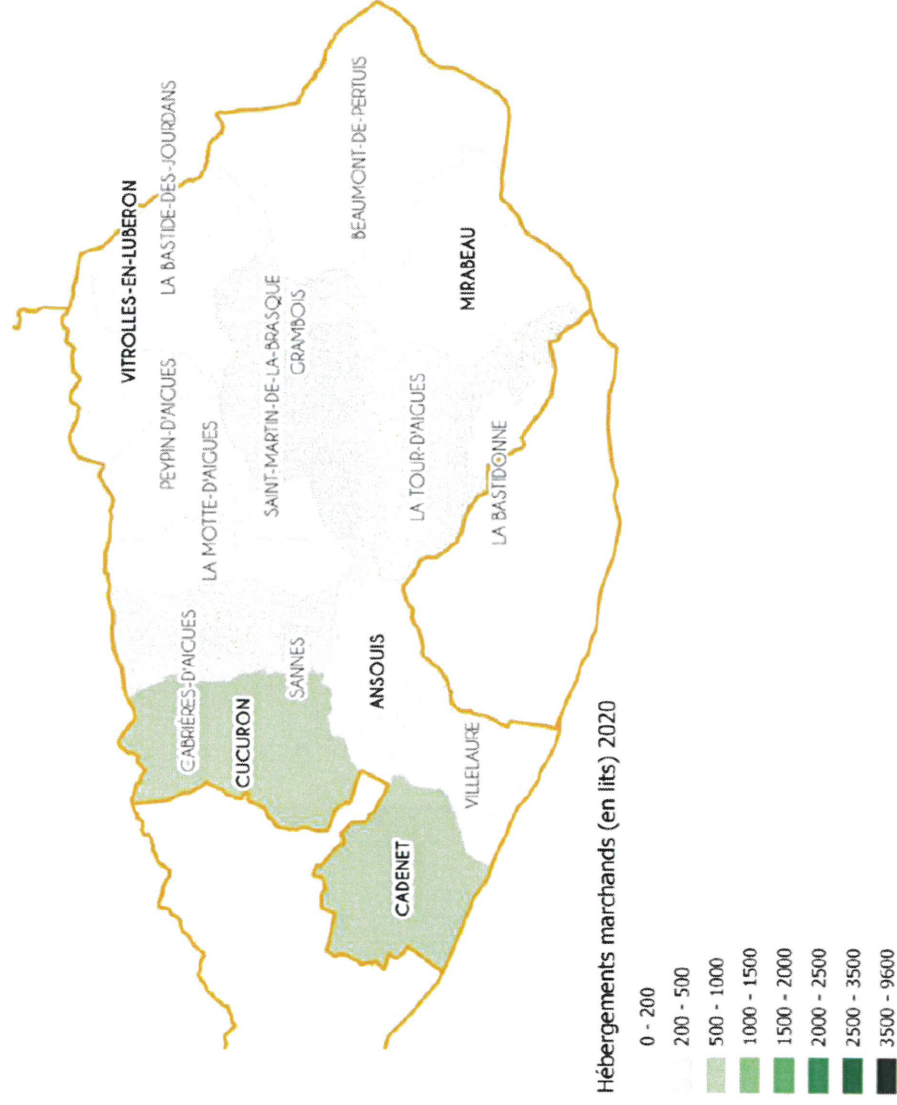
Nombre des nuitées/d'hébergement (source taxe de séjour 2018 à 2020)				
	2018		2019	
				2020
Campings	83 268,00	45,98%	109 516,00	57,33%
Chambres d'hôtes	14 648,00	8,09%	15 273,00	8,00%
Villages de vacances	2 394,00	1,32%	2 579,00	1,35%
Hôtels	9 398,00	5,19%	9 377,00	4,91%
Meublés de tourisme	71 201,00	39,32%	53 329,00	27,92%
Auberges collectives	194,00	0,11%	951,00	0,50%
Total	181 103,00		191 025,00	

Nombre des nuitées/d'hébergement (source taxe de séjour 2018 à 2020)



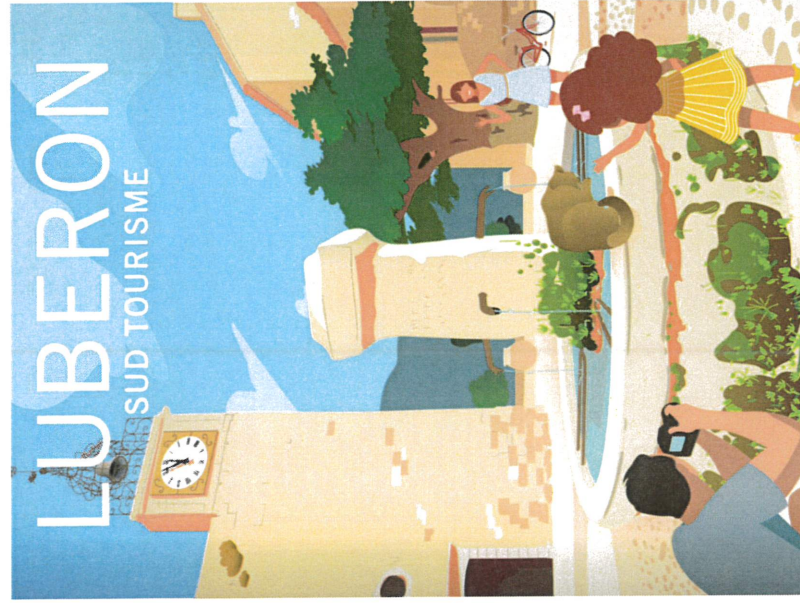
L'offre d'hébergement marchands sur le territoire intercommunal est assez diffuse bien que les communes de Cadenet et de Cucuron concentrent entre 500 et 1 000 hébergements chacune. Les communes de Cabrières d'Aigues, Sannes, Grambois et La Tour d'Aigues proposent entre 200 et 500 hébergements par communes.

RÉPARTITION DES HÉBERGEMENTS MARCHANDS PAR COMMUNE



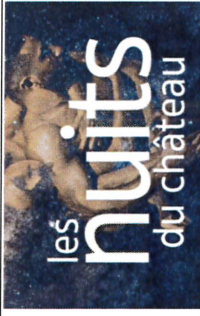
IV. Les activités

L'offre d'activités sur le territoire intercommunal est diversifiée et dispose de plusieurs canaux pour se faire connaître. L'office du tourisme propose chaque année un guide très qualitatif déclinant l'offre par village.



1. L'animation et Evènements

Les sites de visites et principales manifestations sur le territoire (référencés par Vaucluse Provence Attractivité)

		
2019	Les Nuits du Château à La Tour d'Aigues ont accueilli 1 900 personnes (3 soirées)	Le musée de la Vannerie à Cadenet a accueilli 3537 personnes
2020	Les Nuits du Château à La Tour d'Aigues ont accueilli 810 personnes (Une soirée).	Le musée de la Vannerie à Cadenet a accueilli 1 746 personnes.

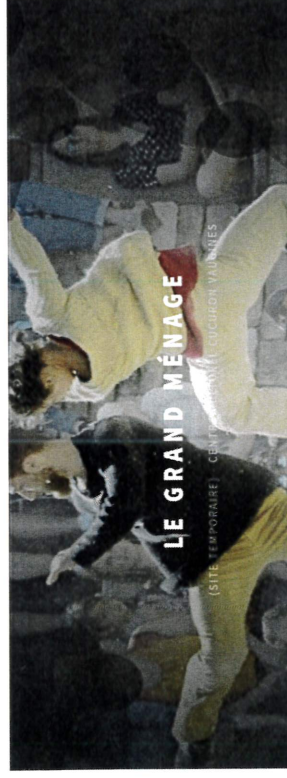
Au regard des éléments transmis par VPA, on constate que seul les nuits du château et le musée de la vannerie sont référencés pour le territoire intercommunal.

La proximité de COTELUB a des sites très attractifs comme le sentier des ocres (322 754 personnes) et le Colarado Provençal (230 000 personnes) peut interroger le territoire sur le fait que ces flux se reportent sur COTELUB. Il n'existe à ce jour aucun moyen de suivi de ce type de flux.

Le territoire intercommunal fourmille d'animations locales portées majoritairement par des associations. La variété de festivités contribue à l'animation du territoire. Quelques événements ont un impact touristique (économique ou en termes d'image) avérés, par exemple : Aiguilles en Luberon, Le Grand Ménage, Les Sons du Lub', le **Festival Luberon Durance, le Trail du Grand Luberon...** D'autres contribuent à l'animation locale : **Le Modélisme Naval, Le Botanilles, La Fête de l'environnement,**

Voici quelques exemples...

Le Grand ménage de Printemps



Le grand ménage se déploie sur un territoire où les arts en espace public sont inexistant et la demande du public est forte et réelle.

- le grand ménage de printemps est organisé habituellement le 3^{ème} week-end d'avril
- le grand ménage la saison : projet de diffusion, projet de création en immersion sur le territoire, résidences d'artistes

Le format du festival est le suivant : 4 jours de festival, 3 communes, une centaine de bénévoles et plus de 5 000 spectateurs.

Fil en aiguilles patchwork



Les rencontres internationales de Patchwork et d'Art textile c'est plus de 5 000 visiteurs/personnes qui ont sillonné les villages de la Vallée d'Aigues.

13 villages- 40 exposants et 31 sites + de 800 œuvres exposées

Format : 4 jours d'exposition, de cours, d'ateliers et de démonstrations

Sur la route de la création textile

Les Sons du Lub

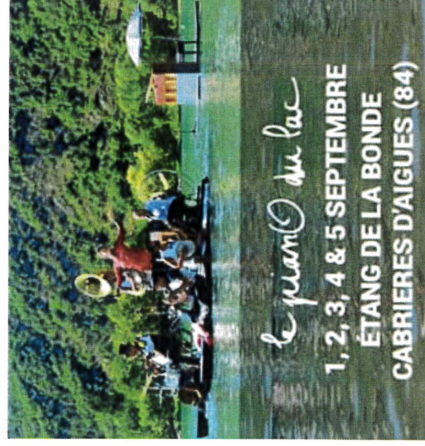


« Un Festival de musiques actuelles né au cœur du Luberon, il y a 17 ans, avec la Bourse aux Instruments de Beaumont de Pertuis. Autour de cet événement, une vingtaine de concerts et spectacles, des animations, ateliers, expositions... ! Rock, folk, soul, blues, rap, électro, jazz, nouvelles musiques du monde...

Pour l'année 2020, comme tous les acteurs de la culture et de la musique, les Sons du Lub' ont subi de plein fouet la Covid. Le festival des Sons du Lub qui devait avoir lieu les 22, 23 et 24 mai 2020 a été reporté au 19 et 20 septembre 2020... puis finalement, s'est transformé en une date unique au Château de La Tour d'Aigues, le 19 septembre. Un mini-festival "à la maison" a été créé en attendant des meilleures conditions et a fait 10 000 vues sur les deux jours ». Pour 2019 il y a eu une fréquentation de 5 200 personnes.

Cette année les Sons du Lub se dérouleront les 26, 27 et 28 Aout 2021 à Beaumont de Pertuis, puis le 4 septembre à La Tour d'Aigues.

Piano sur le lac



« Depuis 2014, « le piano du lac » organise, en autoproduction, plusieurs tournées estivales de concerts flottants. De lac en lac, d'étang en rivière, ils proposent au public de vivre un instant de rencontre et de poésie sur l'eau au cœur de sites aquatiques naturels ou urbains exceptionnels. En 2020, 4 tournées, avec 4 différents spectacles flottants, se sont déroulées en France et en Espagne, avec plus de 160 concerts et 48029 spectateurs et on ne compte pas ceux arrivés à la nage, en poussette, déguisés en roseau ou en mouette, les invités, les invités, la famille... »

Cet événement a eu lieu :

- Sur l'étang de la bonde en mai 2017, septembre 2019 et 2020 (fréquentation de 200 personnes)
- Sur l'étang de Cadenet en mai 2017

2. Les activités de pleine nature



Rando **vélo**



Rando **cheval**



Rando **pédestre**



Rando **VTT**



Le territoire se prête aux activités de plein air à pied, que ce soit pour se rapprocher de la nature, découvrir une curiosité culturelle et patrimoniale, ou simplement pour se dépenser. Il existe plusieurs circuits de randonnées, balades courtes et accessibles à tous. Ce terrain de jeu est propice à la découverte et à l'observation. De nombreux sentiers ont été thématisés et des randonnées accompagnées sont possibles. Il s'agit d'une des premières pratiques de loisirs des visiteurs du sud luberon depuis des années.

Dans le cadre de ses activités de pleine nature, le Conseil Départemental de Vaucluse est en charge de l'entretien des parcours de tous les niveaux, tout au long de l'année comme détaillé ci-dessous : chemins de grande randonnée "GR" (traits rouge et blanc), chemins de grande randonnée de pays "GRP" (traits rouge et jaune), chemins de promenade et de randonnée "PR" (traits jaunes), itinéraires équestres (traits orange), grande traversée VTT de Vaucluse (triangle et ronds rouges), itinéraires VTT locaux (triangle et ronds jaunes), itinéraires de randonnée locaux (traits verts)

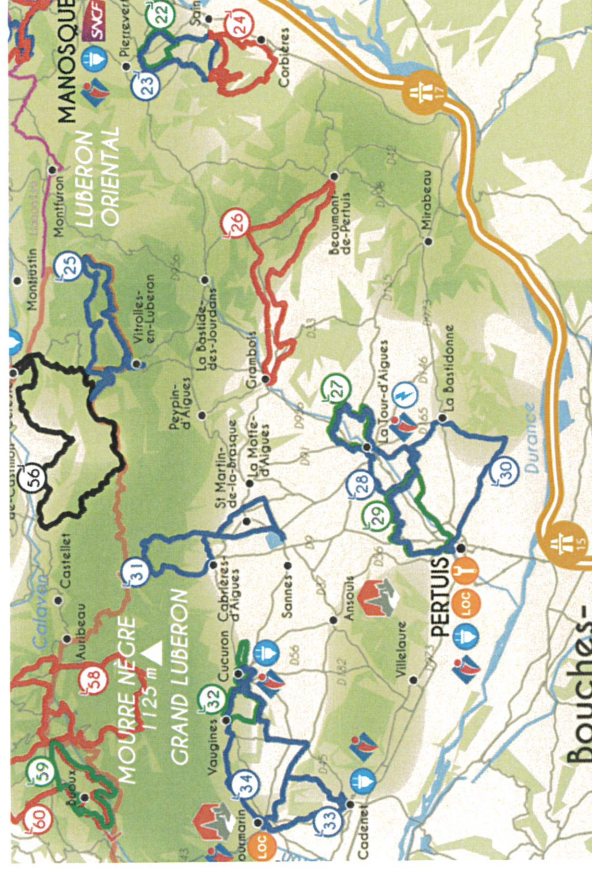
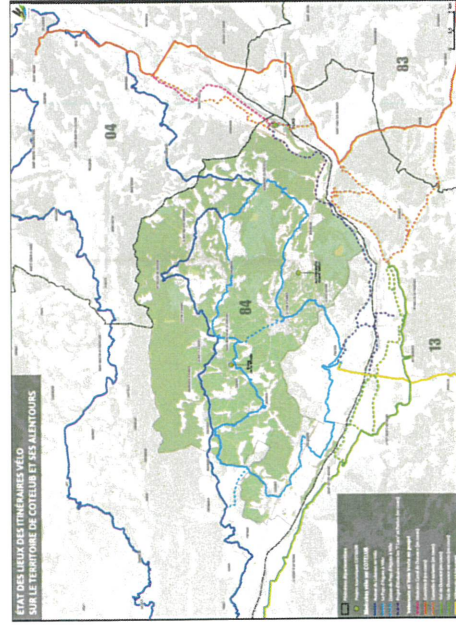
GR 9	GR 97	GR92
140,5 kms	170 kms	22 kms
Brantes, Saint Léger du Ventoux, Bédoin, Aurel, Sault, Saint Saturnin les Apt, Villars, Apt, Buoux, Vauzines, Cucuron, Cabrières d'Aigues, Castellet, Saint Martin de Castellon, La Motte d'Aigues, Peypin d'Aigues, Céreste, Vitrolles, La Bastide Des Jourdans, Beaumont de Pertuis, Mirabeau	Saint-Saturnin-lès-Apt via Villars, Rustrel, Céreste, Oppédette, Sainte-Croix-à-Lauze, Vitrolles-en-Luberon, Cucuron, Vauzines, Lourmarin, Lauris, Cheval-Blanc, Oppède, Maubec, Robion, Cabrières-d'Avignon, Lagnes, Fontaine-de-Vaucluse, Gordes, Joucas et Roussillon.	Apt à Sannes via Saignon, Régain, Fenouillet, Mourre Nègre et Raoux.

L'offre d'itinéraire Trail, VTT et Vélo

Un projet d'espace VTT Provence Luberon Lure a été lancé en 2018 pour créer des itinéraires labellisés par la Fédération Française de Cyclisme et structurer l'offre. Ce projet, piloté par le PNRL et soutenu par les départements, les intercommunalités, les OTI ainsi que l'ensemble des professionnels du tourisme, a permis de créer différentes boucles locales comme reporté sur la carte ci-dessous

VTT N°26 - ENTRE GRAMBOIS ET BEAUMONT-DE-PERTUIS
 VTT N°27 - PETIT TOUR DE LA TOUR
 VTT N°29 - PETIT TOUR DE L'EZE
 VTT N°30 - ENTRE VIGNES ET OLIVIERS
 VTT N°31 - DE L'ÉTANG DE LA BONDE AU SENTIER GÉOLE
 VTT N°32 - CHEMIN DES VIGNES
 VTT N°33 - COLLINE DES GARDIS
 VTT N°56 - CRÊTES DU GRAND LUBERON ET COMBE PLATTE

Le vélo



L'association vélo Loisirs Provence propose de nombreux itinéraires et des supports de communication sur le territoire du Sud Luberon pour la pratique du vélo.

« Autour du Luberon à vélo » : véloroute régionale (V863) proposant de tour du massif du Luberon sur 236 km de voie partagée

« Le Pays d'Aigues à vélo » : boucle locale de 91 km, offrant des combinaisons possibles avec la V863

Ces deux itinéraires, qui représentent un total de plus de 300km, desservent l'ensemble des 16 communes de l'intercommunalité et offrent plusieurs possibilités de connexion avec les grands itinéraires régionaux (EuroVélo8, Voie verte en Val de Durance...).

De nombreux projets de circuits modes doux, portés par COTELUB et le SMAVD sont actuellement à l'étude.



Enfin pour la pratique équestre des boucles sont disponibles sur « chemins des parcs » ainsi que sur les applications libres d'accès pour créer ses itinéraires. De nombreux centres équestres sont présents sur le territoire, peu sont réellement destinés à une clientèle touristique. Ainsi, les sentiers cavaliers sont existants mais pas mis en tourisme. En revanche, on peut noter des balades en ânes qui attirent la clientèle familiale et itinérante.

Site d'escalade



Le site d'escalade du pont de Mirabeau est reconnu et propose entre 10 et 25 voies, de niveau du 3a au 7b avec une hauteur max de 20 m permettant une vue sur la Durance grandiose.



Le parcours Acrobatique en hauteur Forest Sensation

Depuis avril 2018, un parcours accrobranches ludique et convivial dans un écrin naturel boisé de 2 hectares à mi-chemin entre La Tour d'Aigues, Mirabeau et La Bastidonne a été créé. Le cadre est exceptionnel avec une colline de chênes, en harmonie totale avec la nature.

Les amateurs de cette discipline ont de quoi s'amuser sur les 9 parcours proposés. Entièrement sécurisés via une ligne de survie continue, les parcours sont classés par niveaux de difficulté. Avant de démarrer l'activité, un moniteur évaluera les participants sur un parcours d'initiation obligatoire.

Accrobranche : ouverture de 28 avril 2018 au 30 août 2018 : 2000 entrées (année de lancement)

Les canaux d'information



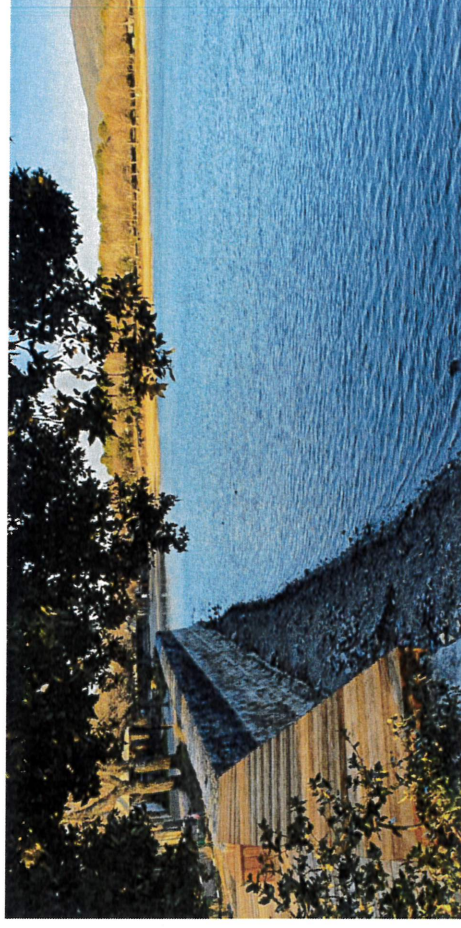
Le PNRL a conçu en partenariat avec les EPCI et le CD84 une application tous public qui permet de préparer ses balades, randonnées. Chaque itinéraire présente des renseignements pratiques (durée, difficulté, dénivelé, pas à pas, carte, profil altimétrique, 3 D, recommandations...) et informe sur les points d'intérêt remarquables tels que les patrimoines naturels, culturels ou paysagers permettant de découvrir pleinement le territoire.

Après différentes recherches sur l'offre de circuit de sport de nature sur le territoire on a constaté qu'il existe les itinéraires officiels et référencés dont la gestion et l'entretien portés par des collectivités. Il y a également des contributions réalisées par des particuliers, des associations et des fédérations sur différentes applications. Voici quelques exemples d'itinéraires proposés sur le territoire.

Cela a permis de mettre en avant les points suivants :

- L'offre de randonnée proposée sur « chemins des parcs » n'intègre pas l'ensemble des randonnées proposées par l'OTI
- Les randonnées proposées par l'OTI proposent des supports illustrés ou des descriptions textes très détaillés.
- L'offre de circuit sur les applications n'est pas référencée sur le site de l'OTI. Cette pratique de contribution interroge sur le cadre légal des circuits (public/privé) la gestion des flux, l'entretien, les nuisances.

3. Les espaces aquatiques de grande qualité



Le réseau hydraulique est présent sur notre territoire mais pas suffisant pour développer des sports nautiques comme pour le Verdon ou l'Ubaye. La présence de la Durance et des lieux d'eau renvoient davantage à des pratiques douces (Exemples : pêche, observation, balades, baignade...).

L'étang de la Bode

L'étang de la Bode, dans un cadre arboré et naturellement verdoyant, accueille les touristes et les locaux pour des promenades et le plaisir de l'eau. Tranquille hors saison et propice aux balades à travers les pins d'Alep qui bordent l'étang, ce lieu est très fréquenté dès que les beaux jours

arrivent. Traditionnellement, les riverains viennent y pique-niquer le week-end en famille à l'ombre des arbres bordant la plage ouest.

L'étang de la bode est ouvert à la baignade surveillée du 1er juillet au 31 août sur la plage principale, côté ouest de l'étang face au camping. Il est le lieu préféré des habitants du sud Luberon. Classé n°1 des activités à faire sur TripAdvisor en sud Luberon.

Il y a une offre variée de restauration (un snack extérieur /Le café du Lac restauration de saison, traditionnelle en automne, hiver et printemps).

Le plan d'eau de Cadenet



Le Camping Val de Durance accueille les touristes dans un cadre verdoyant unique, doté d'un plan d'eau de 4 hectares avec plage aménagée (surveillée en haute saison) Ouvert aux personnes extérieures au camping en juillet et en août, moyennant un droit d'entrée. La pêche est autorisée, sans permis.

Le camping propose également :

- Aquaparc avec toboggan, solarium et nouvelle pataugeoire ludique pour les enfants,
- Cabanes sur l'eau et hébergement atypique à découvrir,
- Club enfants dès 6 ans, aire de jeux, pataugeoire,
- Pêche, VTT, volley, football, aquagym...
- Ambiance familiale, conviviale et décontractée.

4. Site pour la promenade et la pêche

Les 7 lacs

Les sept lacs sur la Durance sont des lacs artificiels créés lors de la construction du barrage hydro-électrique de Cadarache dans les années 1960. Ils se situent sur la commune de Beaumont de Pertuis dans le sud Luberon.

Le site offre la possibilité de journées de pêche mémorables dans un cadre préservé.

Depuis son classement "Natura 2000" les activités nautiques sont proscrites et l'accès limité. La baignade est interdite. Seuls subsistent les pêcheurs et la nature qui a repris ses droits...

La pêche peut se pratiquer sur différents sites :

Lac de l'aillade, L'étang de la bonde, la Durance, les 7 lacs et le lac de Cadenet.

Les conditions selon les sites ne sont pas les mêmes. Il pourrait être envisageable d'apporter plus de lisibilité sur ce sujet.

5. Activités patrimoniales et culturelles.

Le territoire possède des “petites histoires” qui font l’Histoire. Chaque village regorge de petits patrimoines ruraux, d’anecdotes, qui font la fierté des habitants. La mise en tourisme de ces patrimoines ne doit pas se limiter à des panonceaux ou de simples descriptifs. Aujourd’hui les visiteurs désirent être surpris. Le patrimoine doit être mis en scène.

Tous les patrimoines ne sont pas touristiques. Nous pouvons déjà limiter les sites historiques et touristiques par leur ouverture au public. En partant de ce critère, le territoire possède les sites suivants :

- Le Château de la Tour d’Aigues,
- Le Château d’Ansouis
- Le Musée des Faïences,
- Le Musée Extraordinaire
- Le Musée des Métiers de la Vigne et du vin,
- Le Musée Marc Deydier,
- Le Musée de la Vannerie,
- Des Églises : La Tour d’Aigues, Ansouis, Cucuron (à compléter)
- Des vestiges : site du Château (à Cadenet et Cucuron), Chapelle Saint Julien*
- Une empreinte des vaudois forte

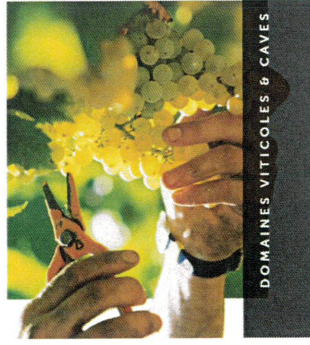
6. Autour de la gastronomie/art de vivre

Le territoire permet aux gourmands et aux bons vivants de se régaler avec des produits typiques.

Les produits du terroir

Le territoire possède tous les atouts d’une excellente alimentation avec comme produits phares : le vins, l’olive et la truffe

Le vin du Luberon



Comme l'illustre les paysages, la viticulture est présente sur notre territoire. La filière se compose de coopératives, de petits domaines familiaux ou encore de complexes œnologiques. On compte sur l'ensemble du territoire une trentaine de caves et domaines viti/vinicoles offrant des prestations différentes.

Une charte de qualité des caves de dégustation a été mise en place dans la Vallée du Rhône « inter Rhône » :

- La cave de Dégustation (Plutôt familiale, cette cave propose l'accueil et la dégustation)
- La cave Découverte (Dans cette cave il est possible de visiter et d'en apprendre davantage)
- La cave Expérience (Dégustation, Découverte du métier de vigneron et vivre une expérience autour du vin)

L'huile d'olive et la truffe



L'huile d'olive est le symbole de la Provence. L'olive se cultive dans la chaleur et le soleil du sud Luberon. Il existe des domaines de qualité sur le territoire. Comme les domaines viticoles, les professionnels du secteur ont organisé des dégustations, des visites guidées, des balades dans l'olivieraie permettant aux visiteurs de vivre une expérience au-delà du gustatif.

La recherche de la truffe noire sur le territoire (le cavage) est un moment privilégié en Luberon. De novembre à mars le diamant noir « la rabasse » se déniche.

Les amandes et les cerises

L'amande est partout dans les recettes et dans le paysage. Relancée depuis quelques années par les acteurs de la profession, la culture de l'amande de Provence ne renaît pas à pas. Nouvelles plantations, mais aussi mise en place de toute la filière, un beau challenge pour un fruit très recherché. Les agriculteurs du territoire ont souhaité se diversifier depuis quelques années en cultivant des fruits à coque comme l'amande.

Les cerises

Le Vaucluse est le premier producteur de cerises en France. Rouge, ronde et sucrée, elle est la star fruitée de l'été et du Luberon.

Qu'elle soit destinée à la table ou à la transformation, la culture de la cerise est profondément liée à la vie agricole et aux paysages du Luberon.

Chaque printemps, les cerisiers en fleurs émerveillent les visiteurs du Luberon et émuoustillent les papilles des plaisirs futurs. Il y a 45 jours d'attente environ entre la floraison et la récolte qui se fait de la mi-mai pour les variétés les plus précoces à la mi-juin/juillet pour les plus tardives.

Les lieux de découvertes culinaires

Aller au restaurant ou déambuler sur un marché favorisent l'imprégnation du touriste dans l'art de vivre provençal et celui-ci se laisse submerger par les odeurs, le goût et l'ambiance du territoire. La recherche de qualité des produits utilisés et locaux exposés ou servis dans les restaurants sont vecteurs de l'identité touristique du territoire. Le territoire accueille 3 restaurants étoilés l'Hôtel Auberge de la Fenière à Cadenet, la Closerie à Ansois et La Petite Maison à Cucuron. Il y a aussi 8 établissements sur le territoire qui sont référencés par Gault et Millau à savoir Les L du Moulin à Cadenet, l'auberge des tilleuls à Grambois, le « Matcha » et « Alex » sur Cucuron.

Les marchés et producteurs locaux

Les marchés traditionnels en Luberon, ce sont des lieux regorgeant de couleurs et d'odeurs : des pyramides de fruits délicieux voisinent avec des piles de fromages et des rangées de pâtés, des poulets odorants qui rôssissent à la broche, des brassées de pivoines et des beaux poissons artistiquement couchés sur un lit de glace pilée. Les auvents colorés occupent souvent toute la place des villages ou toute la largeur d'une rue. Il existe également sur la période estivale des marchés nocturnes très festifs autour de la dégustation des produits locaux et de la musique comme sur les communes de La Motte d'Aigues, Mirabeau, Sannes, Cucuron....

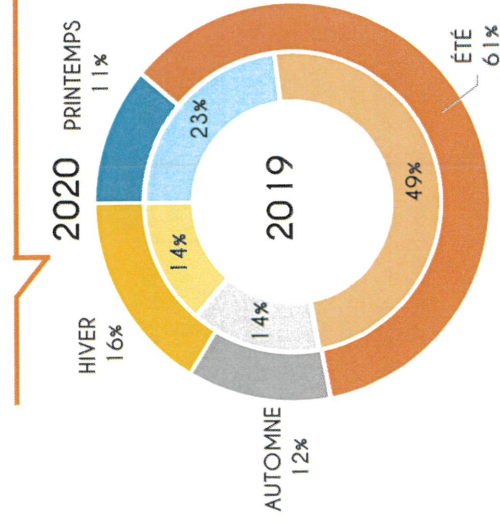
L'office du tourisme a référencé une partie des producteurs et cultivateurs luberonnais afin de faire profiter aux touristes des produits de meilleure qualité et de favoriser la vente directe du producteur au consommateur.



LISTE DES MARCHÉS			
Les marchés en Luberon, ce sont des lieux regorgeant de couleurs et d'odeurs. Ils sont le fruit d'une tradition qui se transmet de génération en génération. À travers les savoirs ancestraux et les meilleurs producteurs du Provençal.			
LUNDI			
Cadenet			
Le marché se tient le premier dimanche de chaque mois.			
Sannes			
Le premier samedi de chaque mois.			
Villavaire			
De 9h à 12h30. Tous les dimanches.			
MARDI			
Cucuron			
Marché traditionnel sur la place du Village.			
La Tour d'Aigues			
Tous les dimanches de 9h à 12h.			
Cucuron			
Le mardi 17h à 19h.			
MERCREDI			
Grambois			
Sur la place du Village, tous les mardis.			
Beaumont-de-Porte			
Marché traditionnel.			
JEUDI			
La Motte d'Aigues			
De 9h à 12h. Tous les jeudis.			
Mirabeau			
Place du Village.			
La Tour d'Aigues			
Marché traditionnel.			
VENDREDI			
Cucuron			
De 13h à 15h. Tous les vendredis.			
Grambois			
Tous les vendredis de 13h à 15h.			
Cucuron			
De 13h à 15h. Tous les vendredis.			
SAMEDI			
Cadenet			
De 9h à 12h. Tous les samedis.			
La Bastide des Jourdans			
De 9h à 12h. Tous les samedis.			
Vauvargues			
De 9h à 12h. Tous les samedis.			
Villavaire			
De 9h à 12h. Tous les samedis.			
Apic & Manosque			
De 9h à 12h. Tous les samedis.			
DIMANCHE			
Ansois			
De 9h à 12h. Tous les dimanches.			
Saint-Martin-de-la-Brasque			
De 9h à 12h. Tous les dimanches.			

V. La clientèle

RÉPARTITION DES NUITÉES TOURISTIQUES DU TERRITOIRE PAR SAISON



2019

Origine clientèle
: PACA, Ile de
France, Auvergne
Rhône Alpes

42% nuitées
étrangères

5M
d'excursionnistes
dont 88% sont
des français

2020

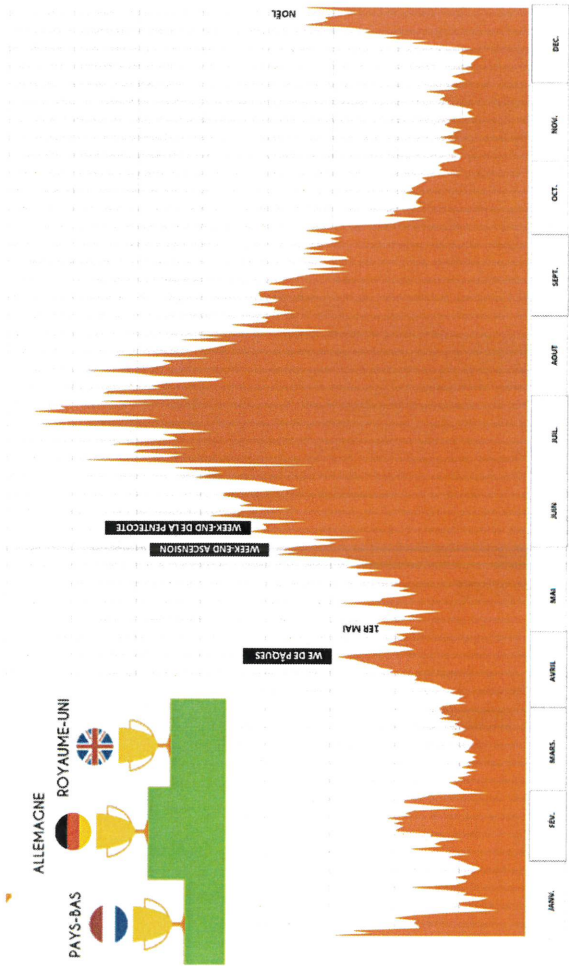
Origine Clientèle
: Paris, Var et
Bouche du
Rhône

23% nuitées
étrangères

4,3M
d'excursionnistes
dont 92% sont
des français

En 2019 et 2020 on constate que la période la plus fréquentée est l'été. Au regard de ce comparatif entre les années on constate que la fréquentation se concentre majoritairement sur la période estivale. Le climat du territoire permet d'accueillir des touristes sur d'autres saisons. Il semble donc opportun de travailler sur les ailes de saisons.

1. la clientèle étrangère dans les hébergements



Pour 2019

« La fréquentation touristique étrangère est concentrée sur l'été. On note cependant un premier pic au mois de février puis à Pâques avant les deux mois d'été, avec un regain de fréquentation en période de Noël (résidences secondaires, rappelons que 23% des résidences secondaires du Vaucluse appartiennent à des étrangers).

Les pics week-ends sont moins prononcés que pour la clientèle française du fait naturellement d'une plus grande distance et d'une durée de séjour plus importante.

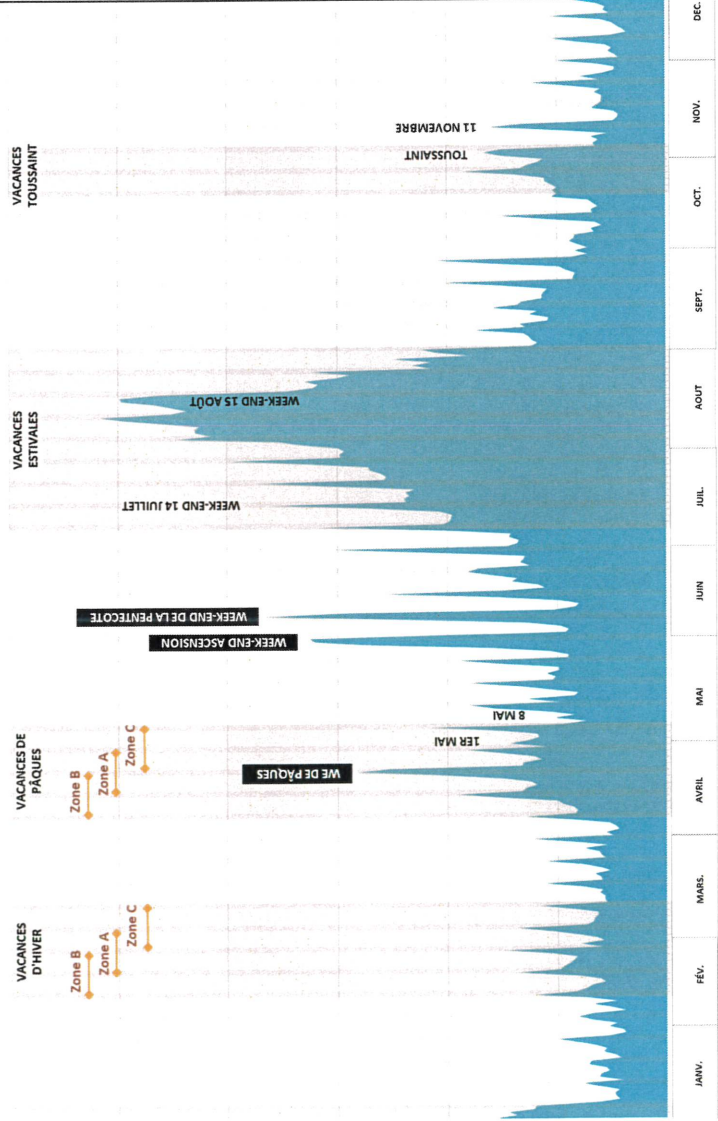
Pâques, l'Ascension et Pentecôte sont des jours fériés pour la plupart des clientèles européennes et notamment des clientèles d'Europe du Nord : Belgique, Allemagne, Pays-Bas.

On observe une décroissance de la fréquentation étrangère mi-août ».

(Sources VPA)

2. la clientèle française

En 2019



« Les nuitées touristiques françaises sont naturellement influencées par le calendrier des vacances scolaires mais aussi des jours fériés tout comme la courbe du Vaucluse. A noter cependant que les vacances d'hiver n'occasionnent qu'une légère sur-fréquentation, les vacances de Pâques et celles de la Toussaint génèrent plus de nuitées.

Les week-ends sont également bien visibles avec des pics les samedis, n'excluant pas la pratique touristique des courts-séjours sur le territoire, desservi à la fois par la gare d'Aix TGV et d'Avignon TGV.

Le mois d'août est traditionnellement supérieur au mois de juillet sur le territoire tout comme à l'échelle départementale.

Les 1er et 8 mai n'ont pas été à la hauteur des attentes en termes de fréquentation, comme les professionnels du tourisme ont pu le faire remarquer dans nos deux enquêtes de conjoncture 2019. Plusieurs facteurs explicatifs ont été invoqués : grève des transports en début d'année, mouvement des gilets jaunes et calendrier scolaire peu favorable aux ponts. Les pics correspondant à ces deux jours fériés sont donc cette année peu marqués.

En revanche, les ponts de l'Ascension et de Pentecôte ont généré des pics très nets et ont permis aux professionnels du tourisme de retrouver le sourire et d'aborder l'été sereinement.

Noël, comme chaque année draine un grand nombre de touristes (fête de famille et résidences secondaires) ».

(Sources VPA)

« En 2020, le Sud Luberon a enregistré une perte de -11% de nuitées touristiques françaises, ce qui représente une baisse moindre que les baisses enregistrées pour le Vaucluse ou d'autres territoires hors Luberon.

-11% de nuitées françaises en 2020, ce faible recul témoigne d'un rattrapage des nuitées du printemps grâce à l'été dès la mi-juin et les premiers allègements de restrictions du confinement.

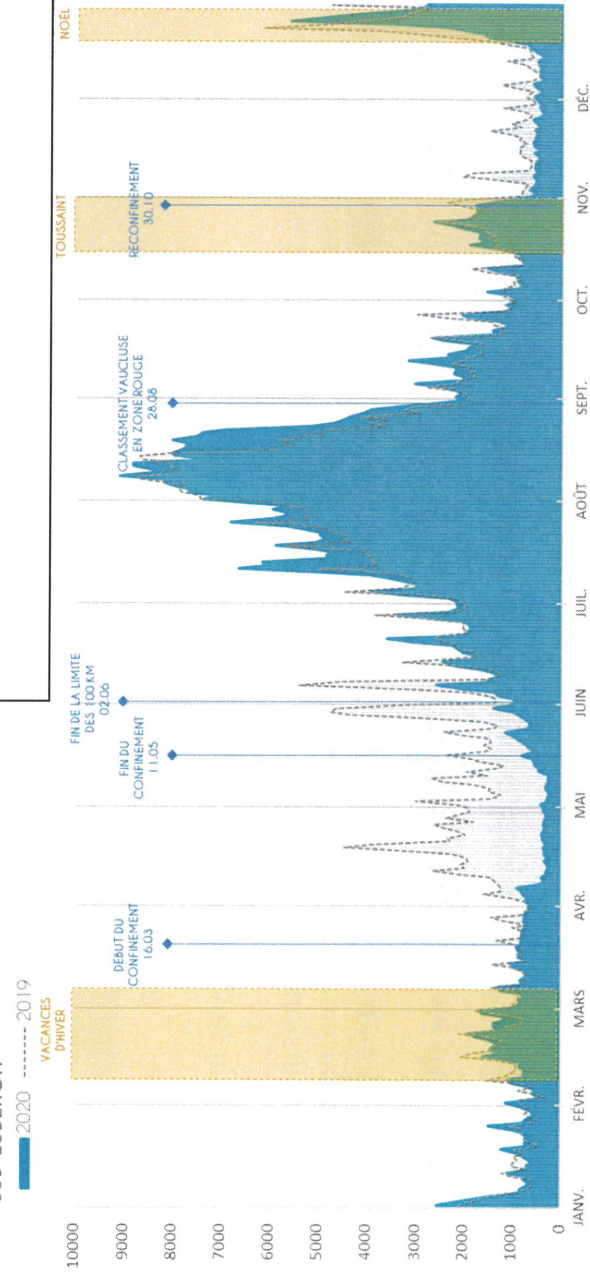
En 2020

Le décroché visible sur la courbe en milieu de premier confinement s'explique par la segmentation des nuitées du dispositif Flux Vision Tourisme qui selon son algorithme bascule au bout de 21 jours de présence continue, les nuitées touristiques en résidentes. Il s'agit surtout de la clientèle parisienne.

Les nuitées touristiques françaises retrouvent des niveaux de fréquentation équivalents à 2019 voire supérieurs dès la mi-juin. Cet été, les nuitées françaises ont progressé de +12% comparées à l'été 2019. A partir de la deuxième semaine de juillet et durant tout les mois d'août et septembre, la fréquentation des français sur le territoire est légèrement supérieure à celle de 2019, y compris au début du mois de septembre.

Les vacances de la Toussaint pour la clientèle française affichent un solde positif, juste avant un second confinement qui va entraîner une baisse de la fréquentation en novembre et jusqu'aux vacances de Noël ». (Sources VPA)

NUITÉES TOURISTIQUES FRANÇAISES 2020
SUD LUBERON

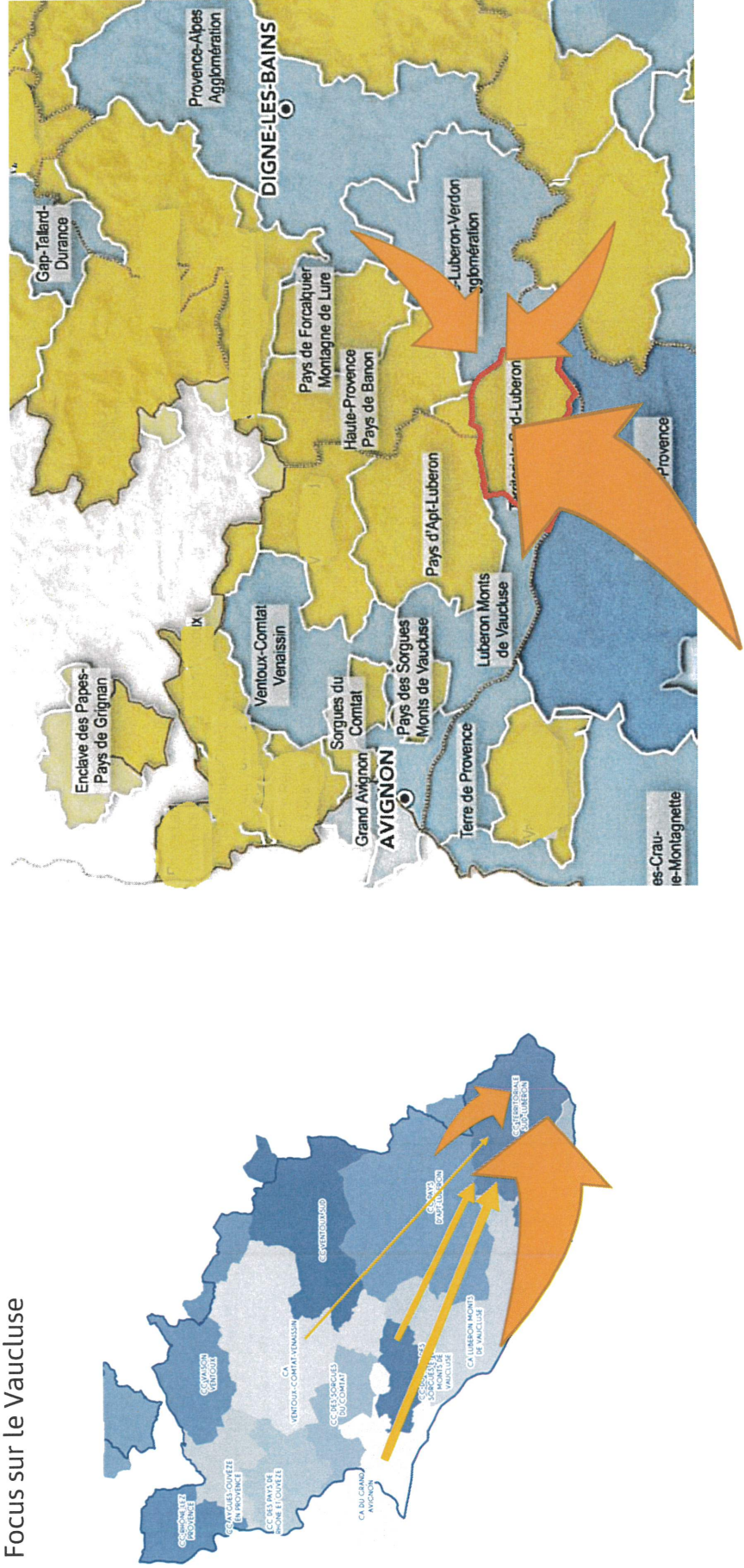


3. **Les excursionnistes** (définis comme personnes en visite de plus de 2h sur le territoire mais n'y séjournent pas)

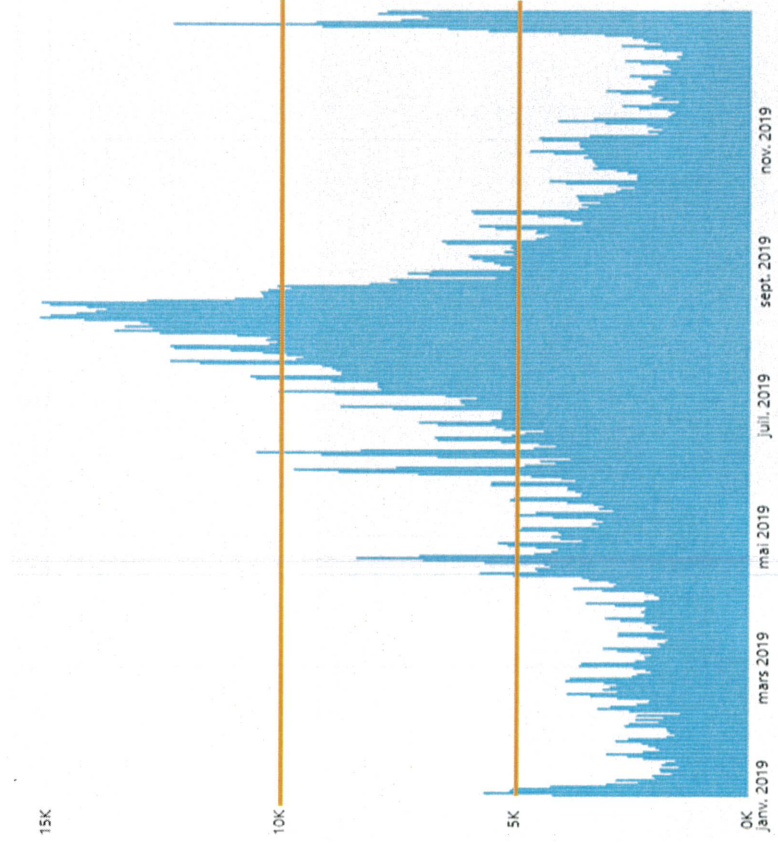
Source : Flux Vision Tourisme 2019 | mobilité touristique diurne

Pour l'année 2019, le flux de touristes, séjournant dans les EPCI voisins et venant visiter le territoire de COTELUB, proviennent majoritairement de Luberon Mont de Vaucluse et de la CCPAL. Il représente sur l'année 2019 1,8M de personnes. Les excursionnistes hors Vaucluse proviennent principalement des Bouches du Rhône, des Alpes de Hautes Provence et du Var.

Focus sur le Vaucluse



Profil des excursionnistes

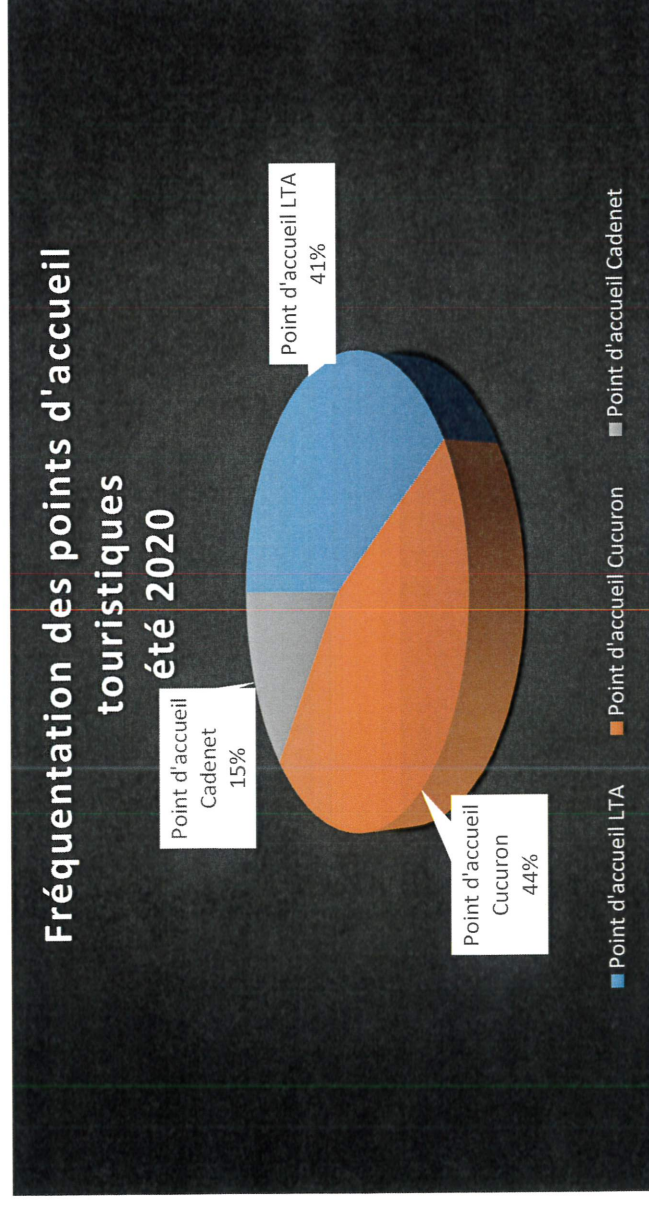


« 68% des touristes observés sur le territoire en journée sont français et originaires pour $\frac{1}{4}$ des Bouches-du-Rhône, puis dans de moindres proportions de Paris, du Var et du Rhône.

32% des touristes observés en journée sont donc étrangers. Ils viennent principalement d'Allemagne, du Royaume-Uni et des Pays-Bas.

C'est en juillet-août que le territoire est le plus fréquenté. Les périodes de fin décembre début janvier et celle du mois de mai peuvent atteindre une fréquentation de plus de 5 000 personnes par jours ». (Sources VPA)

4. Les touristes qui fréquentent le point d'accueil de l'office du tourisme



En 2019, l'office du tourisme a organisé l'accueil sur 3 sites à savoir Cucuron, La Tour d'Aigues et Cadenet avec la période d'ouverture sur l'année complète :

- 12 563 personnes.
- 32 % des fréquentations se sont concentrées sur juillet et août.

En 2020, l'office du tourisme a organisé l'accueil autour des 3 sites.

Ouverture :

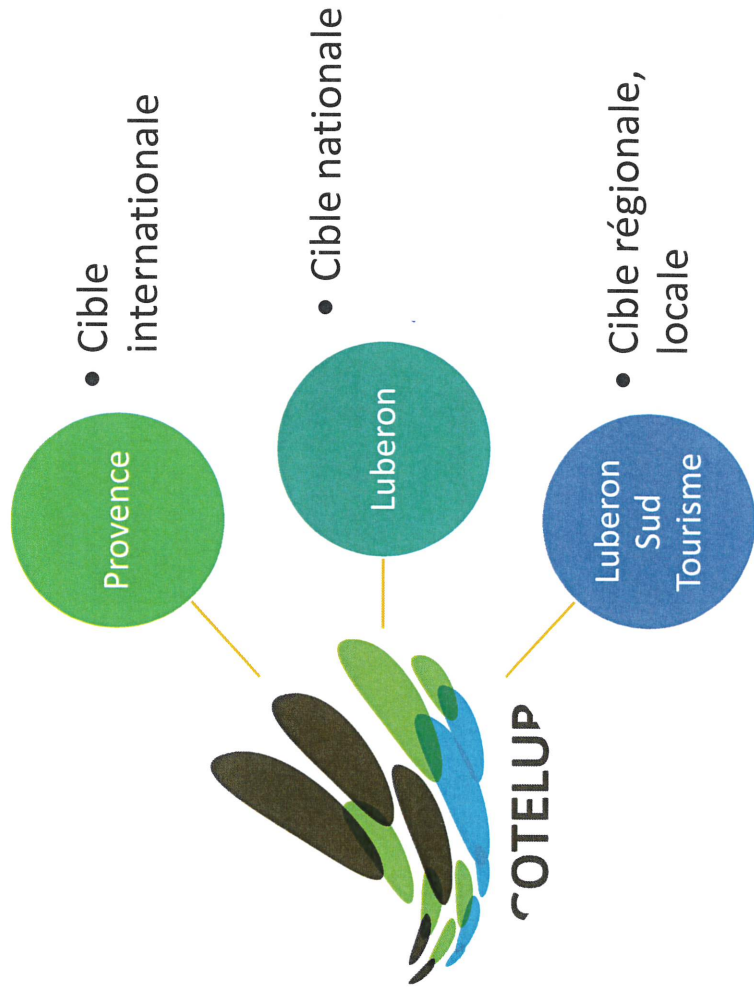
- Cucuron et de Cadenet : 7,5 mois
- La Tour d'Aigues 4 mois.
- Baisse de fréquentation de 9,6 % entre 2019 et 2020.
- 62% de la fréquentation a été comptabilisée sur juillet août.

Pour le début 2021 (janvier à mars), un seul point d'accueil est ouvert celui de Cucuron et a déjà accueilli 658 personnes. Le point d'accueil de la Tour d'Aigues a ouvert en mai 2021

VI. L'image de la destination et marketing territorial

L'image du territoire est portée par les acteurs touristiques du territoire.
Pour COTELUB c'est :

- OTI Luberon Sud Tourisme
- La Destination Luberon
- L'avis des clients
- La qualité des prestations proposées par les professionnels



1. Destination Luberon

Dans le cadre de son plan de croissance de l'économie touristique 2017-2022, la Région SUD Provence-Alpes-Côte d'Azur a pour ambition de mailler le territoire régional de « destinations touristiques infrarégionales fortes, connectées, exemplaires et adossées aux trois grandes marques ombrelles de la Région : (Provence, Alpes et Côte d'Azur) ».

C'est pourquoi, sous l'impulsion de cette démarche régionale, les différentes structures et collectivités du territoire du Luberon compétentes en matière de développement touristique (agences de développement touristique départementales, Offices du Tourisme, intercommunalités et Parc naturel régional) se sont engagés ensemble dans une coopération interterritoriale autour du projet de destination touristique « Luberon ».

Le diagnostic Luberon réalisé en juin 2020 par Emmanuel RENARD et commandité par la Région Sud, a confirmé que le Luberon bénéficie auprès des clientèles touristiques d'une vraie notoriété qui repose sur des sites naturels et culturels remarquables et peut prétendre à constituer une destination infrarégionale. Plusieurs opérateurs à différentes échelles, intercommunales, départementales, interdépartementales (tel le Parc naturel régional du Luberon) interviennent sur la mise en tourisme, chacun à leur échelle de ce territoire. D'ores et déjà, des actions ont été déployées à l'échelle de la destination ou d'une partie de la destination rassemblant les différentes parties prenantes (sunset vigneron, chemins des Parcs, espace VTT Luberon Lure...). L'ensemble des partenaires s'entendent à travailler conjointement à une stratégie marketing et numérique commune qui sera déclinée en plan d'actions. Ceci afin de construire et d'animer une image et une communication cohérentes de la destination. La construction de la « Destination touristique Luberon » soutenue par le programme SMART destination puis sa mise en œuvre, s'appuieront sur une coordination de moyens et une implication dans différents programmes accompagnant le développement de la destination.

Cette collaboration s'adosse à un socle de valeurs communes:

- De bâtir et de mettre en œuvre une stratégie concertée et coordonnée à l'échelle du Luberon en privilégiant une approche de tourisme durable, écotourisme ou slow tourisme ;
- D'imaginer et mettre en œuvre les mécanismes de solidarité permettant de gérer et préserver collectivement les sites et espaces sensibles vecteurs de notoriété;
- de prendre en compte les enjeux de préservation de patrimoines, de respect de l'environnement, d'adaptation au changement climatique et de transition écologique ;

et des objectifs partagés :

- D'organiser et animer une gouvernance touristique politique et technique à l'échelle de la destination rassemblant les acteurs publics et/ou privés concernés et de définir le rôle de chacun ;
- D'identifier les ressources touristiques communes et complémentaires du territoire pour diversifier l'offre et œuvrer collectivement au bénéfice de la destination ;
- De veiller à équilibrer la fréquentation touristique dans le temps et dans l'espace ;
- De qualifier l'offre touristique en contribuant à la professionnalisation et la mise en réseau des acteurs du tourisme ;
- De conduire des actions communes de promotion centrées sur des marchés porteurs de croissance et de retombées économiques ;
- De s'engager dans une vraie démarche globale de digitalisation
- D'organiser l'accueil des publics et organiser l'information touristique ;
- D'observer et de qualifier les clientèles ;
- D'évaluer annuellement le programme d'action.

Ces objectifs seront déclinés au sein d'une stratégie marketing et déclinés au travers d'un plan d'action. La stratégie visera en particulier une adaptation aux enjeux de l'usage du numérique dans l'information touristique et la promotion du territoire. Dans cette phase préalable le projet prévoit la conduite d'études ainsi que la définition du modèle de gouvernance pour coordonner la destination.

Un exemple d'évènement porté par la Destination : Sunsets Vignerons (2^{ème} édition en 2021)

Animation dans le cadre de la destination Luberon

Le concept : accords mets et vins -1 thématique par soirée

18h30 : Accueil sur l'exploitation du vigneron-balade dans ses vignes avec explications des cépages, de la culture..-visite de la cave-espace de dégustation aménagé pour 20 adultes maximum et dîner.

En 2020 Le chef Eric Sapet était partenaire de l'OT et a assuré l'ensemble des soirées dans les domaines du territoire. Au total 70 soirées- 1346 participants (1294 adultes et 52 enfants)

18 soirées en Luberon Côtésud/Participation de 5 domaines viticoles. Le seul OT à n'avoir annulé aucune date faute de participants. Au total il y a eu 331 participants.

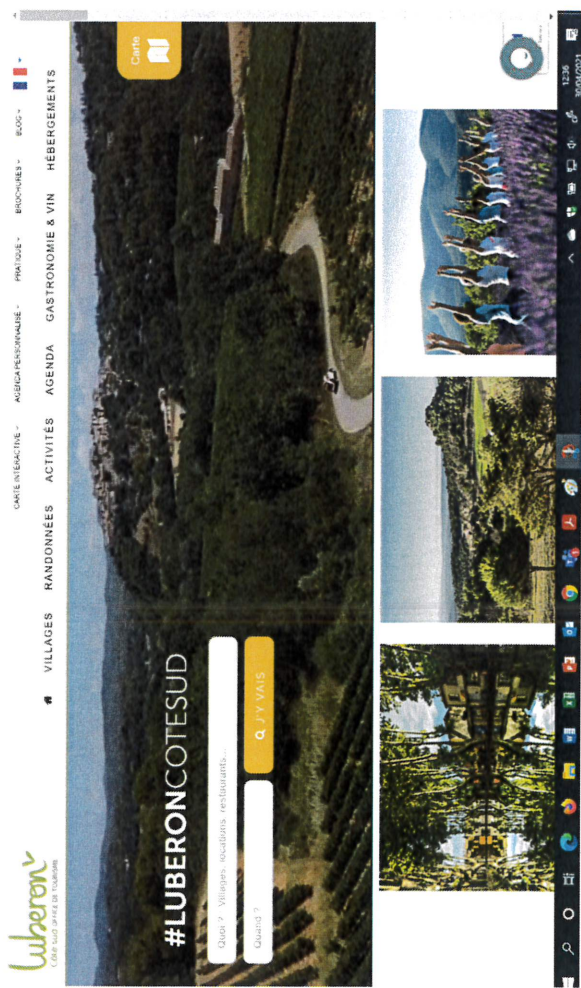
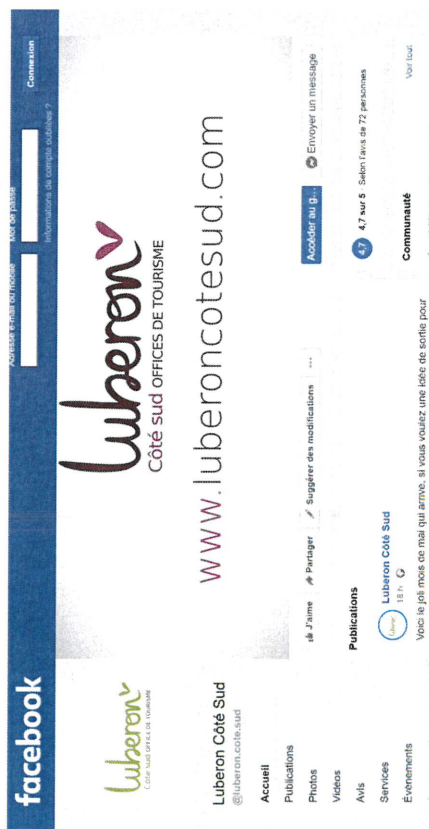
2. Luberon sud tourisme entre Durance et Luberon

L'image touristique numérique de COTELUB se décline grâce à 3 supports qui sont un compte Instagram, Facebook et le site internet



	2019	2020
Abonnés	4 320	14 879
Posts	259	383
Likes	34 472	158 388
Commentaires	778	2 182

Au 22 avril 2021 le compte Instagram
enregistre déjà 17 600 abonnés



	2019	2020
Abonnés	12 116	13 239
Posts	334	457
Likes	12 072	36 534
Commentaires	985	1 534
Partages	5 396	7 702

	2019	2020
Visiteurs	297 867	407 413
Pages vues	801 910	1 064 159

Concernant le site internet « Luberon Côte Sud »

3. Exemple d'avis et commentaires sur booking

Les avis sur ce site se détaillent selon différentes catégories : le personnel, le confort, les équipements, la propreté, le rapport qualité/prix, la situation géographique et la connexion wifi gratuite.

Les détails des notations : +6 (Agréable), +7 Bien, +8 Très bien et +9 Fabuleux

	Nbr inscrits sur booking	Notes	Notes		
			Note entre 6 et inf à 8	Entre 8 et 9	Sup à 9
Cucuron	25	3	6	9	7
Cadenet	12	1	4	3	4
Ansouis	18		3	7	8
Cabrière d'Aigues	6	1	3	1	1
La Motte d'Aigues	6		2	4	
Saint Martin de la Brasque	3	1		1	1
Sannes	3			2	1
Villelaure	10		4	5	1
La Bastide des Jourdans	2		2		
La Bastidonne	2		1	1	
La Tour d'Aigues	10	2	4	2	2
Mirabeau	2		1	1	
Beaumont de Pertuis	6		1	4	1
Peypin d'Aigues	1		1		
Vitrolles en Luberon	0				
Grambois	7	1	1	3	2

Les établissements du territoire inscrits sur booking ont un bon niveau de notation par les clients :

- 38% ont une note supérieure à 9
- 29% ont une note entre 8 et 9
- 25% n'ont pas de note cela s'explique par une inscription récente sur le site.

Quelques exemples de commentaires....

Commentaire envoyé le 31 juillet 2018

Exceptionnel

9,6

😊 · En vacances en Espagne, ma femme m'a persuadé d'aller en Provence pour regarder les champs de lavande. J'ai réservé cette maison. Il est situé à environ 40 km. des champs de lavande les plus instagrammables du plateau de Valensole et 50 de l'abbaye de Sénanque. Il y a un tas de jolis villages à proximité. La maison elle-même est située un peu loin du village, mais pour nous ce n'est qu'un plus, silence et tranquillité, il y a des champs de vignes sans fin tout autour. Les hôtes sont des gens très gentils. Nous avons toujours résolu rapidement nos problèmes. Le Wi-Fi est! Bien que le contraire ait été indiqué. La maison est très propre, il y a tout ce dont vous avez besoin pour un séjour

Commentaire envoyé le 1 octobre 2020

le point de vue est joli mais il y a eu manque d'hygiène (en période de Covid , c'est inquiétant)

😊 · la vue et la tranquillité l'appartement est joli

😞 · le matelas était très poussiéreux le ménage a été fait sommairement le chemin pour accéder à l'appartement est très chaotique (chemin de terre plein d'ornières , de cassis)

l'accueil a été froid (ni savon dans la salle de bain , ni corbeille d'accueil : au vu du prix de la location, ne serait-ce qu'un échantillon de leurs produits aurait été apprécié)

Commentaire envoyé le 30 juillet 2020

Un séjour gélant au Luberon

Commentaire envoyé le 30 juillet 2020

😞 · L'hôtesse nous a personnellement accueillis et nous a fourni toutes les informations. Nous n'avons manqué de rien.

La situation du logement est idéale pour visiter les petits villages et un rafraîchissement dans le lac de baignade à proximité est juste bien en plein été. Nous étions les premiers clients et nous étions plus que satisfaits.

😞 · Rien à signaler de négatif.

10

📢 Réponse de l'établissement :

Bonjour

Je suis navrée que votre expérience chez nous ait été aussi mauvaise. Je me permets de répondre à vos remarques.

- concernant le ménage et les risques liés au COVID. Nous laissons une demi-journée toutes les fenêtres ouvertes pour assurer une bonne ventilation entre chaque location. Bien évidemment tout les textiles sont nettoyés et nous passons une demi-journée pour faire le ménage. Par la suite je passe personnellement avant chaque location pour m'assurer de la propreté. Je suis donc étonnée que vous ayez trouvé le gîte sale. C'est la première fois que nous avons ce retour en 7 ans de location.

- concernant l'accueil. Mon mari vous a accueilli et est resté avec vous un moment pour discuté nous sommes navrés que vous ayez trouvé cela froid mais on ne peut pas plaire à tout le monde donc pourquoi pas.

- enfin concernant le savon le panier d'accueil et le prix sachez que nous ne louons pas une chambre d'hôtel mais un gîte. Et pourtant nous faisons en sorte que les placards soient rempli de produits de base (café thé pâte riz farine PQ mouchoirs etc.) de même il y a une bouteille d'huile d'olive du domaine. Alors non il n'y a pas de savon c'est vrai et non plus de panier d'accueil mais je vous rappelle que vous louez 86€/nuit un gîte de 60m2 je trouve cela correct.

Nous voulons que nos hôtes se sentent bien chez nous et essayons d'améliorer sans cesse notre

Commentaire envoyé le 28 août 2020

Fabuleux

9,0

😊 · Hôteliars très accueillants, agréables et attentionnés auprès de leurs clients. Très rassurants concernant les mesures sanitaires qui sont appliquées. De très bons conseils nous ont été prodigués en termes d'activités et saveurs de la région à découvrir...

Piscine très appréciable.

Parking gratuit et sécurisé très pratique.

Commentaire envoyé le 2 juin 2019

Exceptionnel

😊 · Au calme ... dans un domaine viticole .

Accueil chaleureux de la propriétaire

Le cottage est très bien équipées spacieux , bien agencé .

😞 · Le seul défaut c'est la connexion internet qui est parfois compliqué ... mais en congés , on en a pas vraiment besoins !!

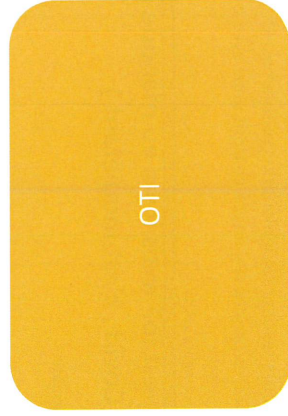


VII. La coordination de l'action touristique

Afin de promouvoir, de valoriser, de préserver et de professionnaliser cette destination touristique de plus en plus prisée, Cotelub a confié, dans le cadre d'une convention, l'ensemble des missions relatives au développement touristique à l'Office de Tourisme Luberon Sud Tourisme.

C'est donc une équipe d'experts qui a aujourd'hui la charge de répondre aux attentes personnalisées de nos visiteurs, de faciliter le séjour et l'accès aux produits, composants de l'offre touristique locale, de susciter ou renforcer le désir de découverte, d'assurer la disponibilité des documents d'information et de promotion, et de développer la consommation touristique sur le territoire.

Même si Cotelub a su déléguer la gestion du tourisme, elle reste néanmoins pilote de son développement. Et c'est dans cet esprit que, depuis 2011, elle travaille en relation étroite avec l'Office et les professionnels du tourisme pour développer une véritable stratégie et un plan d'action pour un tourisme adapté.



- Accueil et Information des touristes
- Communication et Marketing (promotion/organisation d'événements ...)
- Coordination des interventions des partenaires touristiques
- Animation et mise en réseau des partenaires et acteurs du tourisme



- Elaboration de la stratégie touristique dont les axes de promotion communication globale du territoire
- Etude, réalisation, entretien et fonctionnement des équipements d'accueil et de promotion de loisirs d'intérêt communautaire
- Aménagement de site et de projet phares pour COTELUB en matière de tourisme
- Signalisation/Signalétique touristique permanente
- Création d'itinéraires de promenade et de randonnée
- Gestion de la taxe de séjour

Voici les objectifs de l'OTI par missions

Animation de réseau	Accueil et Information	Communication/Marketing	Fonctionnement Propre de la Structure
OBJECTIFS			
Créer un véritable réseau de professionnels du territoire Accompagner et conseiller les prestataires, se montrer à l'écoute et disponible dans leur évolution Optimiser la visibilité des prestataires partenaires Garantir la fiabilité des données et informations collectées et proposées Assurer la liaison entre les acteurs du tourisme et les orientations stratégiques du territoire Trouver le moyen de valoriser l'impact économique de l'activité touristique S'adapter à la demande « Client » S'informer et aller à la rencontre des projets touristiques sur le territoire	Conforter la qualité du conseil apporté aux touristes Optimiser et qualifier l'accueil sur le territoire S'adapter à l'évolution des besoins des visiteurs Harmoniser l'accueil dans les différents BIT Se professionnaliser en continu Proposer des lieux d'accueil qualitatifs et agréables pour le visiteur et le personnel Favoriser l'accès du visiteur jusqu'aux BIT Adapter les lieux d'accueil à la fréquentation touristique et améliorer la gestion des flux Moderniser l'image des OT Acquérir une connaissance fine de l'ensemble de l'offre du territoire Qualifier notre offre et notre saisie Maitriser la diffusion de nos données touristiques	Proposer une stratégie adaptée à nos cibles Fixer un cadre et une orientation à nos actions de promotion Concentrer les moyens affectés à la communication sur nos cibles prioritaires Valoriser l'offre touristique, les valeurs et l'identité de la destination Accroître la promotion et la visibilité des prestataires partenaires Fidéliser notre clientèle touristique Répondre à la demande des visiteurs Valoriser nos actions Renforcer la promotion de la destination Sud Luberon et valoriser son image à travers des visuels de qualité Se démarquer des territoires concurrents Créer du lien, accroître le nombre d'abonnés Accroître la notoriété du territoire, dynamiser et moderniser l'image de la destination Sud Luberon Développer la fréquentation du site internet, développer la visibilité de l'offre	Renforcer la professionnalisation de l'organisme Harmoniser les pratiques et unifier les habitudes de travail Favoriser le partage d'informations et renforcer la cohésion Structurer l'OT et répartir les missions Impliquer, motiver, former et responsabiliser le personnel

VIII. Les retombées économiques

Il n'existe pas sur le territoire d'outil de suivi des retombées économiques directes et indirectes. COTELUB et les acteurs du tourisme disposent d'information qui pourraient être recoupées pour permettre un suivi. COTELUB par exemple dispose des informations concernant la taxe de séjour (nombre de nuitées, nombre d'hébergements, montant de la taxe globale).

Pour estimer les retombées économiques globales pour notre territoire il est possible de partir :

- Du budget moyen d'un touriste (volume et décomposition) par jour,
- Du nombre de nuitées.

Concernant le budget moyen des touristes, il convient de distinguer les retombées générées par les touristes en hébergement marchand, et ceux en non-marchand. En effet, leurs dépenses respectives, et donc la création de richesse pour le territoire, sont sensiblement différentes, selon qu'ils logent au camping, à l'hôtel, en maison d'hôtes ou en Airbnb d'une part ; ou dans sa résidence secondaire ou chez des amis d'autre part. Ces richesses estimées ne sont toutefois pas redistribuées intégralement sur le même territoire comme par exemple pour les transports qui concernent les dépenses liées aux trains, avions et autocar).

(Chiffres clés issues de l'enquête régionale sur les clientèles touristiques Région Sud 2011 en cours d'actualisation)

Dépenses des touristes en hébergement marchand (42% sur COTELUB)

- En moyenne, un touriste en hébergement marchand dépense sur notre territoire près de 60€ par jour et par personne (c'est près de 64€ à l'échelle régionale) :
- Dont 20€ pour la nourriture (achat alimentaire et restaurant) (33%), 17€ pour l'hébergement (28%), 8€ pour les loisirs (13%), 8€ pour les transports (avion, train, autocar) (13%) et 7€ pour les achats (12%).

Dépenses des touristes en hébergement non marchands (58% sur COTELUB)

- En moyenne, un touriste en hébergement non-marchand (autrement dit, en résidence secondaire ou chez des amis ou de la famille) dépense sur notre territoire près de 35€ par jour et par personne.
- Retombées indirectes par jour et par personne : 20€ pour la nourriture, 8€ pour les transports et 7€ pour les achats, soit 35€, ce qui représente 58% du « panier moyen ».

En prenant les éléments concernant le nombre de nuitées et en y appliquant les dépenses moyennes il est possible de déterminer le budget dépensé par les touristes. C'est une simulation pour les touristes en hébergement marchands et les excursionnistes.

	2018	2019	2020
Nombre de nuitées	181 103	191 025	97 861
Dépenses globales sans le transports	9 417 356 €	10 012 676 €	5 088 772€
Nourriture	3 622 060	3 820 500	1 957 220
Hébergement	3 078 751	3 247 425	1 663 637
Loisirs	1 448 824	1 528 200	782 888
Transports (ne concerne pas COTELUB)	1 448 824	1 528 200	782 888
Achats	1 267 721	1 337 175	685 027

Les dépenses issues des touristes hébergés sur le territoire, par extension les retombées économiques, sont estimées à 10 012 676 € en 2019 et 5 088 772 € en 2020. Les dépenses peuvent être faites sur le territoire mais également hors du territoire. Seules les dépenses liées à l'hébergement sont localisées sur le territoire.

Concernant l'hébergement, il est possible de déterminer la part de taxe de séjour dans ses dépenses liées à l'hébergement :

Pour 2018 : la taxe de séjour représente 3,3% de la dépense hébergement

Pour 2019 : la taxe de séjour représente 3,4% de la dépense hébergement

Pour 2020 : la taxe de séjour représente 13,7% pour la dépense hébergement. Cette donnée ne reflète pas la réalité puisque les sommes perçues ne concernent pas uniquement l'année 2020 et le nombre de nuitées était plus bas au regard de la crise sanitaire.

Les dépenses issues des excursionnistes sont estimées à 51 300 000€ en 2019. Ces dépenses sont localisées sur le territoire.

	2019
Nombre d'excursionnistes	1 900 000
Dépenses globales sans les transports	51 300 000 €
Nourriture	38 000 000
Transports (ne concerne pas COTELUB)	15 200 000
Achats	13 300 000

IX. Le tourisme comme secteur économique

Le territoire de COTELUB possède environ 11 400 actifs pour près de 5 200 emplois. Le principal secteur d'emplois est le tertiaire représentant 70% réparti équitablement entre le secteur privé (Commerce, Transports, Services) et le secteur public (Administration publique, Enseignement, Santé, Action sociale).

Le secteur du tourisme n'occupe pas une part importante (avec 2,3% de l'emploi local).

Structure	Forces et Faiblesses	Enjeux
En 2016, la majorité des établissements touristiques n'emploient pas de salariés (83%) Le tourisme et ses activités connexes emploient en 2016 120 salariés privés (URSAFF) soit 20 de moins qu'en 2014. La restauration traditionnelle est le principal employeur de la filière en 2016 avec 48% des emplois salariés privés. A la suite de la crise sanitaire nous pouvons nous interroger sur la manière dont le secteur de la restauration va réagir après ces mois de fermeture.	Des possibilités de positionnement larges (agrotourisme, patrimoine, nature, activités récréatives...) Une augmentation des demandes renseignées de 37% entre 2014 et 2016 Le nombre de nuitées a augmenté de 6 % entre 2012 et 2016 et de 2016 à 2019 l'augmentation est de 123% Une part importante de l'économie du territoire est peu employeuse Des infrastructures peu nombreuses	Passer d'un tourisme « passif » à une filière structurée créatrice d'emploi, moteur économique Améliorer les équipements Créer des produits touristiques visibles (agrotourisme, trajets patrimoniaux, parcours nature....) Accompagner les projets touristiques privés et collaborer avec les EPCI voisins Marketer le territoire : marque ? Opportunités pour le tourisme d'affaire ?

Au regard de ce portrait l'enjeu de ce secteur est de structurer la filière favorisant le réseau, la création d'emploi et le recrutement ainsi que les retombées économiques du territoire pour l'ensemble des acteurs du secteur.

X. Analyse du diagnostic

L'analyse du diagnostic permet de mettre en perspective les forces et les faiblesses de l'offre territoriale mais aussi les opportunités et menaces. Il ne s'agit pas de porter un jugement de valeur sur le territoire mais bien d'avoir une analyse objective de la situation.

FORCES

- Un patrimoine naturel et culturel riche et reconnu qui favorisent les activités touristiques
- Produits locaux et agriculture de qualité
- Une capacité d'initiative des territoires qui s'appuie sur des partenariats
- Emplacement du territoire à proximité de sites touristiques attractifs et à 1 h de la mer et de la montagne
- Un territoire rural agricole et touristique qui dispose d'un important potentiel et d'une économie résidentielle dynamique
- Mobilité : stationnement gratuit, itinéraires VLP existants, itinéraires randonnées
- Hébergements : une offre diversifiée avec une majorité d'hôtellerie de plein air
- Multitude d'hébergeurs /Une large gamme de modes d'hébergements
- Offre de commerces et de restaurations diversifiés
- Présence numérique du territoire en matière de tourisme
- Déploiement de la fibre optique sur le territoire
- Diversité des activités de pleine nature

FAIBLESSES

- Saisonnalité de la fréquentation (mi juillet- mi aout)
- Mobilité : Usage prédominant de la voiture individuelle, offre de TC peu attractif pour les touristes, absence de site propres pour le Vélo
- Activités : Pas d'accès au Luberon toute l'année Manque de lisibilité signalétique/manque de cohérence/balisage Manque de cohérence dans les applications ou la présentation des activités Manque de maillage entre les modes doux pour les loisirs
- Hébergements : une offre hôtelière représentant 5% de l'offre vaclusienne
- Multitude d'hébergeurs qui ne sont pas tous à l'OTI
- L'impact de la crise sanitaire sur les secteurs tel que la restauration et des commerces après des mois de fermeture.
- Mise en réseau des acteurs du tourisme
- Offre touristique lisible
- Peu de package
- Un manque d'homogénéisation pour les composantes du séjour (transferts, hébergements, services)
- Qualité du Wifi Qualité de la couverture mobile
- Une offre d'emplois salariés assez limitée
- Absence de données globales et de suivi de l'économie touristique,
- Peu de visibilité de l'offre d'événements au-delà du territoire

OPPORTUNITES

- Une demande croissante de produits locaux
- Valorisation de produits locaux
- D'importantes ressources de l'économie résidentielle
- Dynamique dans le secteur de l'oénotourisme
- Mobilité : Une proximité d'équipements de transport d'intérêt national et régional mais des niveaux d'accessibilité variable: Loi LOM/création voie verte/PEM/réouverture de gare/prise de conscience des élus sur le sujet
- Le développement d'une offre multi-saison Hébergements : fédérer l'ensemble des hébergeurs et de se faire labelliser pour améliorer la qualité/
- Maintenir ou développer un bon niveau de nuitées touristiques Répondre au besoin de rupture que l'on cherche dans la destination rurale Jouer la différence avec la vie citadine : hébergement, aucune contrainte horaire, activités ludiques - Faire de la Nature une destination idéale pour des longs et courts séjours
- Miser sur l'itinérance douce (« slow tourisme ») et des activités à forte valeur ajoutée comme la randonnée pédestre, le tourisme à vélo,
- Valoriser les événements et les activités sportives, la gastronomie, l'art de vivre, la culture, le patrimoine rural...
- Territoire préservé et authentique

MENACES

- Le changement climatique
- La crise sanitaire et économique
- Un tarissement des ressources financières
- Une concurrence des destinations touristiques
- Une tension sur la ressource en eau, sur la ressource foncière, sur les écosystèmes, sur les paysages
- Mobilité: mise en place aout 2024
- Sur la reprise agricole et la transmission
- L'impact des flux touristiques mal répartis sur le territoire et concentré sur la même période
- Méconnaissance de la diversité de l'offre

LA STRATEGIE

Au regard du diagnostic et de l'analyse SWOT qui en découle, COTELUB souhaite maintenir ses forces qui lui permettent d'être un territoire touristique attractif tout en essayant de pallier à ses faiblesses pour l'être davantage. Ce territoire à taille humaine peut continuer de saisir les opportunités grâce à sa grande réactivité et à la richesse de son tissu local et de ses partenaires.

COTELUB est comme tout territoire soumis à des menaces qu'elle essayera à son niveau de réduire et d'atténuer.

Les élus et les partenaires souhaitent que la destination luberon sud tourisme permette aux touristes/visiteurs de vivre des expériences plus respectueuses, plus connectées à l'environnement, à la culture locale et patrimoniale qui les entourent, en privilégiant les rencontres locales et ainsi contribuer de manière positive et équitable au développement économique du territoire et à l'épanouissement des individus qui y vivent.

LE PLAN D' ACTIONS

Animation de réseau	Accueil et informations	Communication/Marketing valorisant la destination sud luberon tourisme et luberon
• Animer et développer le réseau • Développer la qualité des hébergements • Animer et développer les partenariats • Développer la commercialisation de produits touristiques via l'OTI	• Accueil physique • Accueil sur le site et sur les réseaux sociaux • Veiller à la e-reputation de la destination	• Animer et faire vivre les supports de communication • Créer du contenu • Relation presses • Créer des événements sur l'ensemble du territoire intercommunal favorisant les ailes de saisons • Valoriser les produits du territoire et le commerce de proximité

ANIMATION TOURISTIQUE PORTEE PAR L'OTI

Structurer, organiser et développer la pratique des sports de nature
randonnée, modes doux, vélos, VTT, escalade, pêche

- Travail en partenariat avec les acteurs du secteur et continuer le travail engagé sur la signalétique
- L'objectif avoir une offre plus cohérente et lisible sur le territoire favorisant la pratique

Portage COTELUB + OTI

Réaliser les projets phares en matière de tourisme sur le territoire

- Projet d'aménagement de l'étang de la bonde
- Création d'itinéraire modes doux
- Projet les yeux dans le ciel (construction d'un partenariat)

Portage COTELUB

Optimiser le financement du tourisme par le tourisme

- Evaluer l'impact économique du tourisme sur le territoire
- Augmenter la perception de la taxe de séjour.
- Evaluer annuellement l'économie du tourisme

Portage COTELUB + OTI

Partenariats

- Travail en partenariat avec Destination Luberon et les territoires limitrophes (Métropole, DLVA....)

Portage COTELUB

Mobilité

- Fin mars, COTELUB est devenue autorité organisatrice de la mobilité (AOM). L'objectif de cette nouvelle compétence -prévue par la Loi d'orientation des mobilités- est de développer des offres de déplacement plus propres et moins coûteuses pour améliorer le quotidien des habitants du territoire du sud Luberon et des touristes et ainsi limiter l'usage individuel des véhicules.

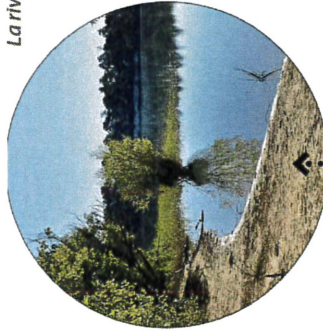
FOCUS SUR LES PROJETS PHARES

PROJET D'AMENAGEMENT DE L'ETANG DE LA BONDE

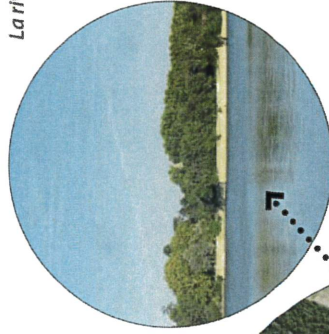


ETANG DE LA BONDE

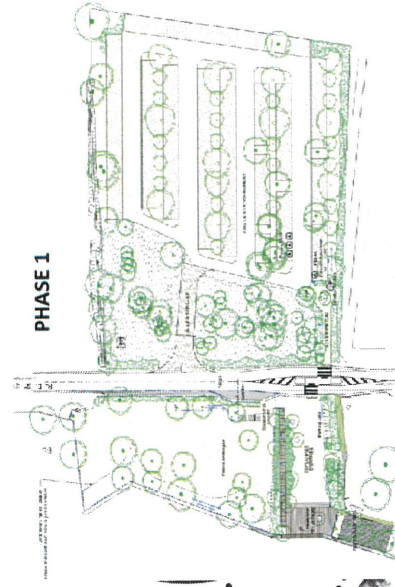
La rive naturelle



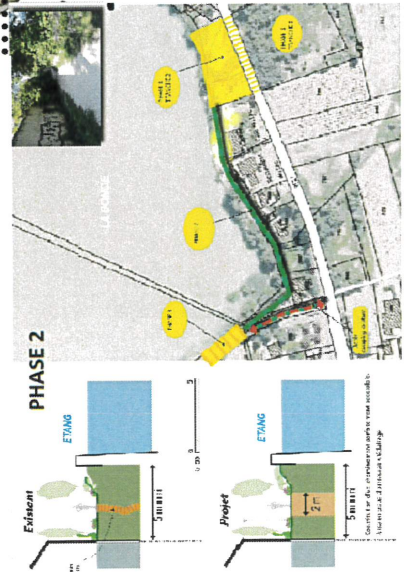
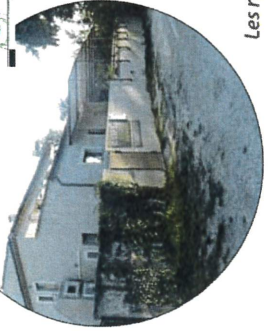
La rive privée



PHASE 1

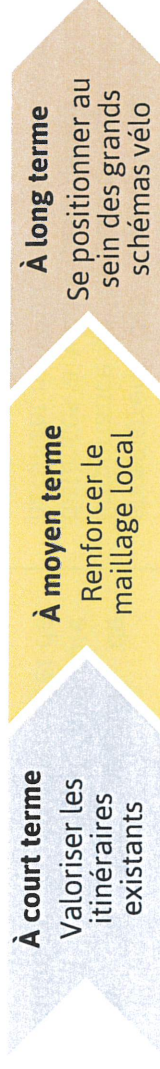


Les restaurants



CREATION D'ITINERAIRES MODES DOUX

En matière d'aménagements cyclables, la stratégie portée COTELUB s'articule autour de trois grands axes, dont la déclinaison est programmée selon la temporalité suivante :



VALORISER LES ITINERAIRES EXISTANTS

Ces deux itinéraires, qui représentent un total de plus de 300km, desservent l'ensemble des 16 communes de l'intercommunalité et offrent plusieurs possibilités de connexion avec les grands itinéraires régionaux (EuroVélo8, Voie verte en Val de Durance...)

Le territoire de COTELUB est irrigué par 2 itinéraires cyclables : « Autour du Luberon à vélo » : véloroute régionale (V863) proposant de tour du massif du Luberon sur 236 km de voie partagée et « Le Pays d'Aigues à vélo » : boucle locale de 91 km, offrant des combinaisons possibles avec la V863

Impulsées par Vélo Loisir Provence, ces **boucles locales** ont été créées avant tout pour les touristes et les sportifs. Elles demeurent aujourd'hui encore méconnues par les locaux et sont de ce fait peu utilisées pour les déplacements quotidiens, la vocation affichée étant davantage celle de « boucles » permettant de découvrir le patrimoine paysager, agricole et architectural exceptionnel du Luberon, le temps d'une escapade sportive ou d'un séjour touristique.

La **valorisation de ce réseau** constitue la clé de voute du plan d'action mené à court terme dans le cadre du déploiement de la « stratégie

vélo » portée par COTELUB. La collectivité souhaite en effet **s'appuyer sur l'équipement existant**, et le promouvoir afin qu'il trouve un public plus large, généralisant ainsi la pratique du vélo sur son territoire.

Il s'agit de s'inscrire dans les **tendances** observées ces dernières années, à savoir une (r)évolution des mentalités, une évolution rapide et très positive de l'image du vélo et une démocratisation accélérée de son usage. Ces dynamiques ont pu être accompagnées et renforcées par l'essor du Vélo à Assistance Electrique (VAE), dont l'arrivée sur le marché a su répondre à une certaine demande, et dont le développement a été utilement promu par différents dispositifs de soutien.

- Signalisation verticale
- Signalisation horizontale – Marquage au sol
- Reprise du revêtement
- Mobilier dédié au stationnement vélos
- Borne de recharges pour les VAE
- Communication et animation
- Entretien

RENFORCER LE MAILLAGE LOCAL

Les études conduites dans le cadre de l'élaboration du *Schéma Rural de Mobilité* de COTELUB ont permis de mettre en lumière les éléments suivants un réseau modes doux essentiellement tourné vers les loisirs et le tourisme, un caractère dangereux de certaines routes départementales pour se déplacer à vélo.

Un vrai travail à faire sur les liaisons cyclables pour les déplacements utilitaires :

- La Tour d'Aigues → Pertuis (5,8 km – 515 actifs + 110 scolaires de plus de 15 ans)
- Villelaure → Pertuis (6,4 km – 370 actifs + 86 scolaires de plus de 15 ans)
- Villelaure → Cadenet (6 km) et La Tour d'Aigues → Grambois (6,7 km – 60 actifs)

Un réel potentiel de développement pour les déplacements doux infra-communaux

- Aménager un axe modes doux structurant entre la Tour d'Aigues et l'Étang de la Bonde

COTELUB porte depuis de nombreuses années une réflexion autour de l'aménagement d'une liaison douce entre La Tour d'Aigues et l'Étang de la Bonde.

Ce nouvel axe modes doux renforcera la visibilité et l'attractivité du territoire et de ses lieux d'intérêt. En l'occurrence, il aura pour vocation de relier :

- la Tour d'Aigues, commune la plus peuplée de l'intercommunalité concentrant un grand nombre d'équipements (le collège notamment), de commerces et de services,

- à l'Étang de la Bonde, pôle de loisirs dont le rayonnement dépasse largement les limites de COTELUB.

- Aménager les liaisons modes doux inter-villages pertinentes

La promotion de la pratique cyclable « utilitaire », autrement dit la promotion du vélo comme **mode de transport à part entière**, implique l'aménagement d'itinéraires cyclables pensés à la fois entre les villages et au sein mêmes des communes.

Dans un souci d'efficacité de l'action publique, l'attention doit être **prioritairement** portée sur les axes les plus « pertinents », autrement dit les axes susceptibles d'enregistrer les changements les plus significatifs en matière de **report modal** (de la voiture vers le vélo).

Dans le cadre de l'étude menée par Luberon Labo Vélo, des résultats préliminaires ont été communiqués sur l'importance des flux de déplacements enregistrés entre les communes du PNRL. Croisé au facteur de l'éloignement géographique existant entre chacune de ces communes (distance à parcourir en kilomètres), l'analyse a permis de dégager les liaisons inter-villages présentant le **potentiel** le plus important en matière de « **pratique cyclable utilitaire** ».

Pour le secteur du Sud Luberon, il s'agit des liaisons entre les communes suivantes :

- La Tour d'Aigues et Pertuis (5,8 km)
- Villelaure et Pertuis (6,4 km)
- Villelaure et Cadenet (6km)

En effet, ces liaisons présentent un **double avantage** : elles enregistrent des flux de déplacements relativement intenses (importance des migrations pendulaires), tout en représentant des distances à vélo « raisonnables » (6km environ). Ainsi, il apparaît pertinent de déployer des aménagements cyclables **prioritairement** entre ces communes.

Ce même travail a été réalisé à l'échelle de l'intercommunalité, à l'occasion de l'élaboration du Schéma de Mobilité Rural de COTELUB. Considérant les distances à parcourir, le relief à surmonter et le potentiel de fréquentation mesuré, et prenant en compte les résultats de la concertation auprès des élus et des acteurs socioprofessionnels, les liaisons inter-villages identifiées comme présentant le potentiel utilitaire le plus significatif sont les suivantes :

- Développer les réseaux modes doux au sein même des villages
- Enfin, la réflexion se porte à une échelle infra-communale, l'objectif étant de réaliser les aménagements modes doux adaptés aux déplacements du quotidien.

Il s'agit là de permettre aux habitants et visiteurs de COTELUB de se déplacer en sécurité et de façon agréable, à pied ou à vélo, que ce soit entre villages proches ou au sein même des communes (dans les centre-bourgs, en direction d'un hameau), pour des trajets utilitaires comme touristiques.

SE POSITIONNER AU SEIN DES GRANDS SCHEMAS VELO

- Réfléchir en termes de maillage régional : entre les grands itinéraires : EV8, Véloroutes nationales et régionales

Le vélo est un formidable outil de promotion territoriale. Pourtant, en 2020, l'écomobilité représente un potentiel encore inexploité.

Pour COTELUB, l'enjeu consiste à :

- **Conforter la continuité** des itinéraires cyclables structurants (aménagement des « chaînons manquants »).
- **Renforcer le maillage du réseau** en proposant des connections entre ces grandes Véloroutes et les circuits locaux (« Autour du Luberon à Vélo », et « Le Pays d'Aigues à Vélo ») ; l'objectif étant d'« innover » l'intérieur du territoire intercommunal.

Rappelons que l'attractivité d'un cheminement vélo dépend de plusieurs facteurs, parmi lesquels figurent la longueur, la continuité, la sécurisation, ainsi que le maillage (interconnexions possibles), sans oublier l'intérêt paysager et/ou fonctionnel du parcours.

Concernant le secteur géographique à prioriser, le **traitement de la frange Sud du territoire** apparaît particulièrement stratégique.

Plus qu'un simple point de convergence, les grands axes forts que sont l'EuroVélo8, la Trans'Alpes et la Voie Verte du Val de Durance présentent un véritable **tronc commun** entre Manosque et Pertuis. Ce secteur apparaît donc particulièrement propice aux cheminements.

Par ailleurs, considérant la contrainte physique que constitue le Massif du Luberon en limite Nord du territoire, et le fait que le Val de Durance est un axe de communication historique, les accroches au réseau régional structurant sont à aller chercher au Sud (Sud-Est et Sud-Ouest) de COTELUB ; à l'appui d'un maillage local dont la vocation sera d'infuser dans l'ensemble du territoire.

Ainsi, la participation de COTELUB au maillage régional s'articulera autour de deux actions :

- Accompagner la structuration de l'EuroVélo 8 au niveau de la liaison Meyrargues-Manosque.
- Assurer la continuité de la Voie Verte du Val de Durance (Véloroute régionale V862)

A noter qu'au niveau du Sud Luberon (entre Manosque et Pertuis), le tracé de la VVVD correspond également à celui de la Trans'Alpes Grenoble-Marseille (Véloroute nationale V64). Cela renforce l'intérêt à se saisir de l'opportunité qu'il existe à **proposer un aménagement cyclable sur la frange Sud du territoire**, tout particulièrement entre Beaumont-de-Pertuis et Pertuis via le pont de Mirabeau.

PROJET LES YEUX DANS LE CIEL



Dans le cadre de sa compétence tourisme, COTELUB a été séduit par le projet de l'association « les yeux dans le ciel » pour son potentiel intercommunal fort qui semble être en adéquation avec la stratégie touristique du territoire, son attractivité et sa dimension économique.

L'idée du porteur de projet est de regrouper la valorisation d'un site d'exception à savoir « le Château » de Cadenet et l'art de la fauconnerie.

Le dessein de celui-ci et sa localisation puise son intérêt dans les traces de l'histoire et des activités sociétales de l'homme chasseur sur le territoire intercommunal et dans le monde. Il s'ancre dans un passé historique provençal où François d'Oraison, seigneur de Cadenet, partageait les plaisirs et les déconvenues de la chasse au vol avec Charles d'Arcussia (fauconnier du roi Louis XIII). Ce projet pourrait valoriser le patrimoine culturel matériel et immatériel permettant de développer une attractivité du territoire dans ce domaine (comme par exemple plonger les visiteurs dans un parcours immersif jalonné d'expériences aussi bien visuelles, tactiles, sonores..., des démonstrations...) de favoriser le développement d'un tourisme à l'année, durable et authentique, et d'être vecteur d'emploi. La réussite d'un tel projet passe par la convergence des forces vives du territoire (intercommunalité, mairie, associations, financeurs, institutionnels, habitants) afin de mettre en œuvre l'ensemble des moyens pour un objectif commun.

Au regard de la dimension intercommunale de ce projet, de sa potentialité supposée, COTELUB a souhaité dans un premier temps réaliser une étude de faisabilité lui permettant d'informer, ou de confirmer l'intérêt porté à celui-ci avec des éléments et arguments précis et clairs, d'affiner, ou de modifier les orientations envisagées, de prendre la mesure et l'impact d'un tel projet sur son territoire et d'anticiper les mesures et actions nécessaires à sa réussite.

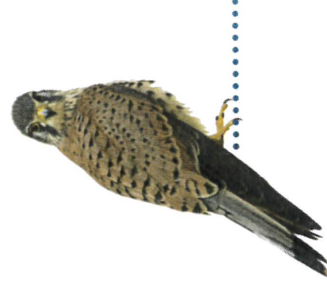
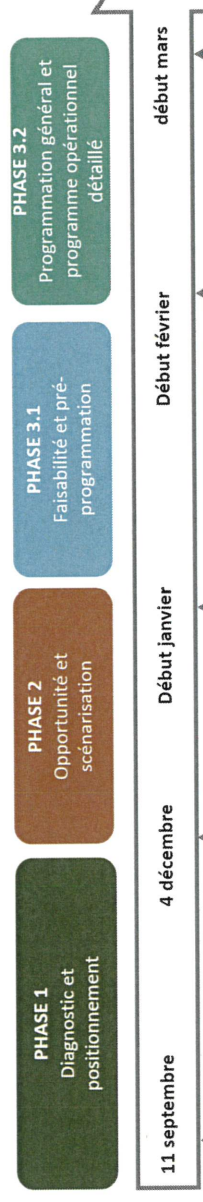
Les objectifs du projet sont les suivants :

- Créer un lieu d'animation global autour de la fauconnerie,
- Sauvegarder et valoriser le patrimoine et les savoir-faire,
- Créer un produit touristique structurant et développer de nouvelles activités économiques en lien avec le projet.

Le prestataire, le Maître du Rêve (bureau d'étude) a été en charge dans un 1er temps, de réaliser une étude d'opportunité qui a défini le projet économique et touristique à savoir son opportunité, son rayonnement, les conditions de réussite et les partenariats nécessaires à sa viabilité en accord avec les enjeux.

Dans un 2nd temps, il a réalisé une étude de faisabilité de ce programme en intégrant les aspects juridiques, financiers, techniques, économiques du projet touristique ainsi que l'aspect aménagement.

Le marché a été attribuée en juillet 2019 mais la mission a démarré le 11 septembre 2019 et a pris fin en mars 2020.



Le diagnostic du potentiel touristique et des bassins résidentiels de proximité a montré l'importance de la zone de chalandise accessible pour le projet. Le potentiel de fréquentation peut atteindre un niveau important si l'on en juge par le benchmark présenté en diagnostic (Château Thierry : 80 000 visiteurs pour un site qui détient une forte zone de chalandise peuplée, et le Parc Argonne Découverte dans les Ardennes avec 50 000 visiteurs pour un bassin résidentiel très faible). La fréquentation dépend de l'intensité de l'expérience à vivre, du droit d'entrée, de l'importance de la zone de chalandise, de celle de la notoriété de la destination et de l'intensité de l'offre concurrente. L'équipement préfiguré fera vivre de belles émotions aux visiteurs, proposera différentes expériences et registres de découverte qui lui permettront d'attirer différents publics toute l'année. Le sud Luberon, bien que moins fréquenté que le nord Luberon jouit de la notoriété Provence et Luberon lui confèrent une forte attractivité. Sa zone de chalandise en terme de densité de séjournant d'agrément et de résidents est très importante.