

Un territoire authentique proche des lieux touristiques

Terre de Provence est-elle une destination qui attire les touristes durant la saison estivale ? "De juin à septembre, 8 940 visiteurs ont poussé les portes de l'office de tourisme intercommunal et des bureaux d'information touristique", répond Christine Bernard, directrice.

Concernant leur provenance, 88 % sont français. En tête des régions, ce sont la Bourgogne et la Franche Comté qui ont été le plus représentées (74 %). Les Hauts de France et l'Île de France représentent chacun en moyenne 19%. En ce qui concerne les autres nationalités, les Belges arrivent en tête (43%), les habitants des Pays-Bas (39%) et du Royaume-Uni (18%). "Ils se disent enchantés de la proximité de ce territoire authentique, à proximité immédiate de hauts lieux touristiques tout en profitant cet art de vivre si ressourçant de la campagne", précise Laurianne Gaultier de l'OTI.

Loisirs de pleine nature

"Amateurs de loisirs de pleine nature, la plupart d'entre eux aiment le territoire à vélo."

Pour répondre à cette demande croissante, l'OTI a créé cinq itinéraires cyclo-touristiques. Ces boucles balisées sont disponibles sur smartphone et tablette sur le site



Le tourisme local mise sur ses circuits à vélo en campagne pour attirer les visiteurs amateurs de pleine nature. /PHOTO N.C.-B.

<https://tpa.explorer.netagis.fr> et en brochure dans l'ensemble des points d'informations touristiques de Terre de Provence. Les routes de campagne sont majoritairement empruntées afin de privilégier la sécurité et le plaisir de la balade avec la découverte des paysages typiques des 13 communes du territoire.

Il est à noter que Barbentane accueille davantage de visiteurs américains grâce à trois voyageurs ayant développé une offre hebdomadaire de circuit vélo. "Aujourd'hui treize Tour-Opérateurs étrangers et trois Français spécialisés dans le cyclotourisme proposent des circuits traversant le territoire."

À Noves et à Châteaurenard, on remarque aussi une représentation de nationalités de plus en plus lointaines : 9 % viennent de pays hors Europe (Argentine, Russie, Australie, USA, Canada, Brésil, Hong-Kong) tandis qu'une clientèle émergeante nord-européenne (Suède et Finlande) est attirée par le Parc des Alpilles, dont la porte d'entrée sur Terre de Provence est Orgon. L'office de tourisme de Graveson a, lui, accueilli plus d'Anglais et d'Espagnols que l'année précédente une augmentation intéressante pour la fréquentation du musée Chabaud.

"Les hôteliers ont une clien-

tèle forte en lien avec le Festival d'Avignon (en juillet) et en tourisme d'affaires qui se développe de plus en plus au sein du Pays d'Arles. Les campings, les meublés de tourisme et les chambres d'hôtes ont pour leur part une clientèle essentiellement familiale. En septembre, comme par tout en France, ce sont les seniors de tous horizons qui viennent profiter de l'été indien 2018", recense Laurianne Gaultier, qui met en avant les campagnes publicitaires réalisées dans deux magazines : Terre de Provence Magazine (édité à 45 000 exemplaires) et Détours en France (106 000 exemplaires). "Cela a permis aux amateurs de nature et d'authenticité à se rapprocher de l'OTI pour se procurer la documentation et préparer un séjour sur Terre de Provence."

Des chiffres encourageants pour les responsables qui ont déjà mis le cap sur 2019 et préparent, depuis plusieurs mois, la saison 2019. Les guides touristiques seront mis à jour. Les circuits cyclotouristiques seront traduits en anglais. Le site internet de l'Office de tourisme intercommunal sera réalisé et une campagne publicitaire inédite de deux semaines sera diffusée dans le métro de la capitale. "Les Paris sont tenus !", se réjouit la directrice.

Nelly COMBE-BOUCHET