



**PRÉSENTATION  
DE L'OFFICE DE TOURISME  
2020**

ENCOURAGER LA CONSOMMATION  
ANIMER ET DYNAMISER LE TERRITOIRE  
PROMOUVOIR & VALORISER LA DESTINATION

## SOMMAIRE

### L'ÉCOSYSTÈME DEL'OFFICE DE TOURISME

LUBERON CÔTÉ SUD

P3

### LA MARQUE

«LUBERON CÔTÉ SUD»

P5

### OUTILS & SERVICES

D'ACCUEIL

P6

### OUTILS & SERVICES

DE COMMUNICATION

P8

PARTENARIATS

P12

#### Annexes :

- > Les Tarifs 2020
- > Le bon de commande

## Écosystème

### NOTRE TERRITOIRE DE COMPÉTENCE : 16 COMMUNES

Ansouis, Beaumont de Pertuis, Cabrières d'Aigues, Cadenet, Cucuron, Grambois, La Bastide des Jourdans, La Bastidonne, La Motte d'Aigues, La Tour d'Aigues, Mirabeau, Peypin d'Aigues, Sannes, Saint Martin de la Brasque, Villelaure, Vitrolles en Luberon.

### NOS PUBLICS

L'Office de tourisme se destine naturellement aux **touristes** et **excursionnistes français** et **étrangers**, mais il s'adresse également aux **habitants\*** et **résidents secondaires** en quête de conseils de loisirs, de balades, de découvertes et d'animations.

Nous sommes également à l'appui des **prestataires**, des **porteurs de projet** et des **élus** en vue de conseils juridiques, marketing ou statistiques.

*\*L'habitant, le premier ambassadeur et le premier bénéficiaire du tourisme local.*

### NOTRE AMBITION

Faire de l'Office de tourisme une vitrine de son territoire : à la fois lieu de visite, de projets collaboratifs, d'ingénierie et de centre de ressources.

### NOTRE PERTINENCE

L'Office de tourisme reste encore un **tiers de confiance** vis-à-vis du public. Il est le **garant de l'expérience client** sur le territoire.

Il contribue à l'attractivité et au développement économique local. Sa force est la maîtrise de la donnée. Ses atouts sont son expertise professionnelle et sa connaissance fine du territoire.

### NOTRE DESTINATION : LE LUBERON EN PARTENARIAT AVEC LES OFFICES DE TOURISME LIMITROPHES

Pertuis, Cavaillon, Apt, Manosque et Forcalquier.

### NOS PARTENAIRES

Loin de travailler seul, notre équipe s'appuie sur les passions, les compétences, les connaissances de plusieurs partenaires.

Les partenaires du territoire (producteurs, commerçants et artisans, hébergeurs, restaurateurs, boutiques, châteaux, musées, loueurs, accompagnateurs, guides, associations, bénévoles...).

Ce sont eux qui dynamisent au quotidien un territoire rural.

Le (Géo)Parc Naturel Régional du Luberon qui veille à la préservation et la valorisation de notre remarquable biodiversité, de nos paysages, de notre patrimoine rural.

### NOS MOYENS

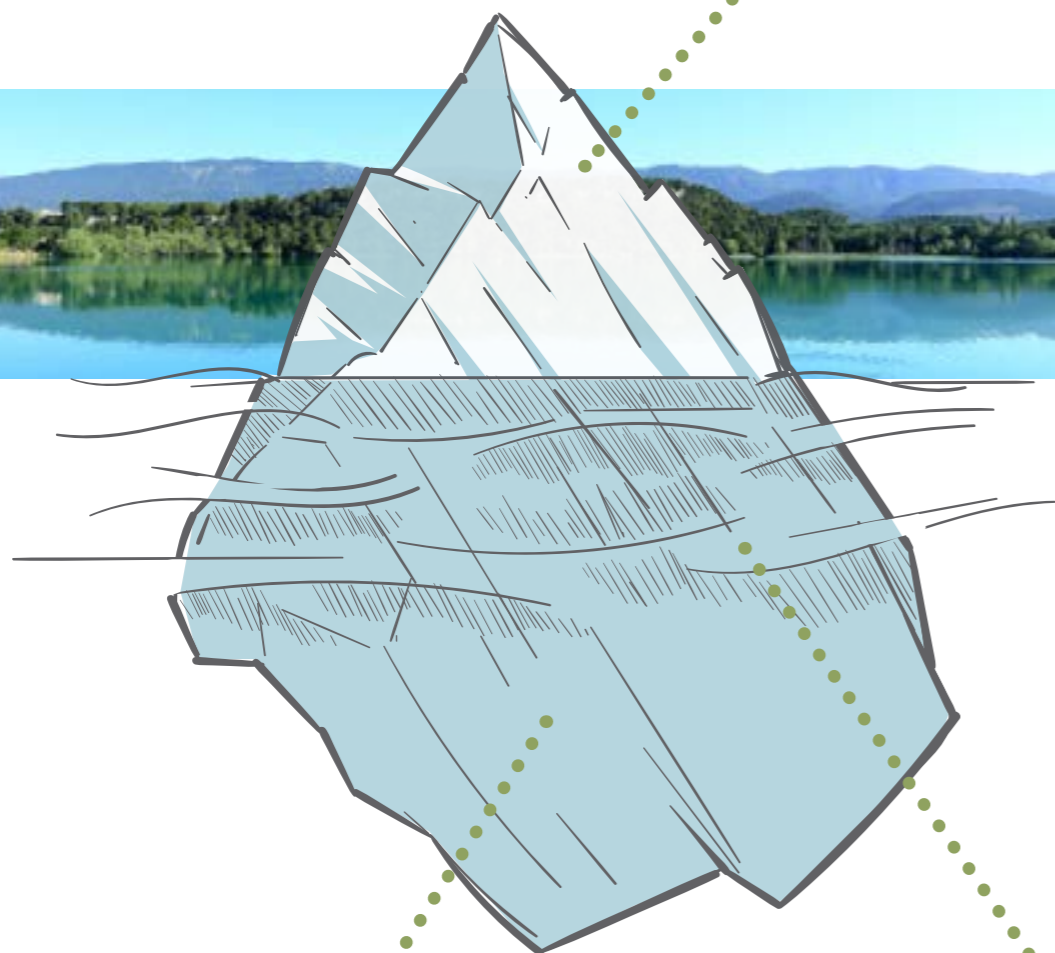
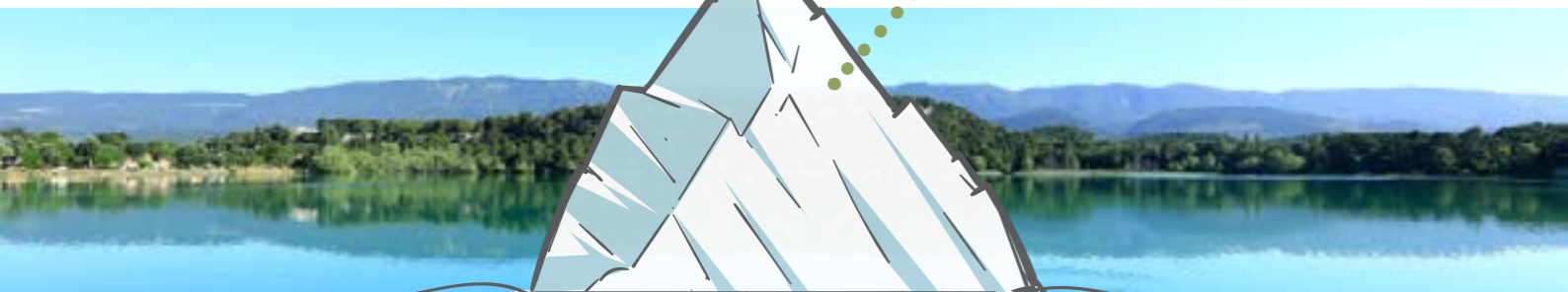
Quel que soit le statut de l'Office de tourisme (Associatif, Epic, ...) la recherche de **financements privés et publics** reste indispensable.

Le **principal soutien financier** est COTELUB. Dans la mesure où le tourisme est une compétence obligatoire pour les collectivités territoriales, une partie de sa dotation provient de la perception de la **taxe de séjour** comme partout en France. Les autres recettes proviennent : des **prestations de services** (classement, publicité, annonce, accompagnement personnalisé, participations des partenaires et sponsors...) ou de la **vente de produits**.



## Accueil

L'équipe de l'Office de tourisme accueille, informe, conseille et accompagne dans un souci de connaissance très fine du territoire et dans le respect de la démarche qualité. Le but est de répondre le plus précisément et le plus clairement aux demandes mais également d'aller plus loin dans le conseil personnalisé en suggérant d'autres produits ou découvertes.



## Communication

L'équipe de l'Office de tourisme diffuse, met en lumière et promeut le territoire dans un souci de mise à jour quotidienne des informations et dans une volonté d'originalité et de créativité. Le but est de faire connaître le plus largement possible tout ce qu'il est possible de faire et de découvrir sur le territoire.

## Coordination

L'équipe de l'Office de tourisme réunit, fédère, met en réseaux et met en scène les partenaires dans un souci de partage et dans l'idée de devenir une destination intelligente (smart destination) où tous les acteurs seront en connexion pour un développement touristique durable. Le but est de contribuer par nos actions au maintien des activités économiques et culturelles.

Luberon  
Côté sud OFFICE DE TOURISME

« Luberon Côté Sud » est une marque touristique déposée à l'INPI en 2012.

Cette marque contribue à la promotion de la destination Luberon et tend à porter du sens dans les actions menées par l'Office de tourisme et ses partenaires qui partagent cette marque.

En effet, la marque «Luberon Côté Sud» déclinée essentiellement à travers son logo et sa charte graphique, positionne le territoire autour de valeurs construites à partir de l'identité même du territoire et de l'engagement souhaité par l'Office de tourisme.

La diversité, l'humain, la qualité : des valeurs qui donnent du sens à la marque « Luberon Côté Sud »

## Quand ?

Démontrer que le territoire se visite, et se vit toute l'année en mettant en valeur les activités par saison : printemps, été, automne, hiver.

## Nos atouts ?

- Des villages qui ont gardé un charme historique.
- Un art de vivre typiquement provençal.
- Un écrin de nature propice aux sports de plein air (randonnées, vélo, vtt, cheval, âne, baignade).
- Des paysages agricoles respectés et préservés.
- Une quiétude favorable au repos et au ressourcement.

## Nos démarches

- > Engagé dans la démarche Qualité et le classement des Offices de tourisme en Catégorie 2
- > Habilité en tant qu'agent de voyage pour commercialiser des produits et prestations touristiques
- > Habilité pour la qualification des «Chambres d'Hôtes Références»



# Outils pour un accueil DE QUALITÉ

## LA DÉMARCHE QUALITÉ POUR L'AMÉLIORATION DE NOS SERVICES

L'Office de tourisme s'inscrit dans la volonté de penser la qualité de service, l'expérience et la satisfaction client.

### Exemples d'outils :

Guide du saisonnier, fiche de réclamation, cahier de liaison, disponibilité de dernière minute en été...

Notre mission : être facilitateur de la découverte et devenir une vitrine du territoire.

L'accueil est **une affaire de tous**, aussi nous proposons des services privilégiés

- > Pour mieux connaître les nouveautés, **nous organisons des éductours** (visites personnalisées)
- > Pour disposer des brochures actualisées, **nous pouvons vous livrer**
- > Pour s'adresser aux visiteurs sur place, nous vous proposons de **partager notre stand mobile**
- > Pour faciliter la réservation d'un évènement, d'une activité, nous mettons en place **une billetterie** dans les accueils (sous conditions)

## Quelques chiffres

**3** bureaux d'information touristiques : Cadenet, Cucuron, La Tour d'Aigues

**1** Office de tourisme itinérant pour aller à l'encontre des visiteurs qui ne passent pas dans les bureaux d'informations : marché de Cadenet, St Martin de la Brasque et La Tour d'Aigues.

**16** relais tourisme disposant des éditions de l'Office de tourisme (un présentoir par communes)

Des accueils auprès des « nouveaux arrivants » à la demande des mairies.

Plus de **10 000** demandes renseignées en 2019 par mail, téléphone ou au comptoir.

Soit environ **25 600** visiteurs

Plus de **650** nouvelles données touristiques et pratiques concernant le sud en 2019  
Luberon

**3** bourses aux dépliants : (Vaucluse, Alpes de Haute Provence, Var)

**6** tournées de distribution par an + 1 tournée avant saison dans **6500** boîtes aux lettres

## Un site Internet performant

**25 830 visites**  
uniques par mois

**730 000 pages vues**  
en un an

**1 min 44 sec**  
la durée moyenne de visite

... pour organiser ses vacances dans le Luberon. 87% de Français, 13% d'étrangers, 3 régions dominantes (PACA, Ile de France, Auvergne Rhone Alpes...) Données Google Analytics 2019

## Nos outils de Communication



### Blog en ligne

Original, d'actualité, le blog compte environ 50 nouveaux articles par an.

### Annuaire

Plus de 200 partenaires sélectionnés avec soin par notre équipe.

### Agenda

Plus de 600 fêtes et manifestations saisies par an, facilement triables grâce aux critères.

### Site de vacances

Plus de 310 000 visiteurs en 2019 s'informent sur la destination Luberon Côte Sud.

## Outils de communication POUR UNE PROMOTION ASTUCIEUSE

### UNE LIGNE ÉDITORIALE POUR AFFIRMER NOTRE IDENTITÉ

Le contenu de l'Office de tourisme s'appuie sur des informations liées au territoire et à ses partenaires en vue de parler de manière organisée du Luberon Côte Sud. Une cohérence des thématiques, des photos et vidéos permet de garantir une unité de communication et donc d'attirer plus facilement notre cible.

# Des brochures attractives



Guide Touristique

L'offre exhaustive du territoire  
28 000 ex.



Agenda

Agenda de juin à septembre  
23 000 ex.



Villages

16 plans historiques et  
touristiques des villages  
20 000 ex.

# L'Agenda

Espace unique en sud Luberon regroupant l'ensemble des manifestations du territoire.

**Formulaire en ligne gratuit** permettant aux organisateurs de renseigner leurs informations.

90 000 visites  
uniques en 2019

14 000  
téléchargements PDF  
10 Agendas en 2019

+ de 600 formulaires  
remplis en ligne



# Réseaux Sociaux

Une présence quotidienne **#luberoncotesud** sur tous les réseaux. Luberon Côté Sud est incontestablement une référence touristique dans le Luberon.



Instagram **4200 abonnés**



Facebook **12 100 fans**



# Les newsletters

Campagnes de Communication et Marketing

50 newsletters  
envoyées /an

+ 800 abonnés  
enregistrés /an sur nos  
newsletters

4200 contacts  
sélectionnés et qualifiés qui  
suivent nos actualités

Taux d'ouverture autour de **34%**

Taux de clics autour de **14%**

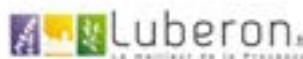


# Soutien financier



COTELUB s'engage dans le développement durable : tourisme, agriculture, accueil des entreprises, aménagement du territoire, mobilité et transport, transition énergétique, tri, jeunesse et sport...)

# Partenaires privés



# Partenaires publics



BP 16 LE CHÂTEAU - 84 240 LA TOUR D'AIGUES

+33 (0)4 90 07 50 29

contact@luberoncotesud.com