

Accusé de réception en préfecture
013-241300276-20121214-2012_A203-DE
Date de télétransmission : 19/12/2012
Date de réception préfecture : 19/12/2012



ACTE RENDU EXECUTOIRE
PAR APPLICATION DES
FORMALITES DE TELE-
TRANSMISSION AU
CONTROLE DE LEGALITE



EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE
SEANCE DU 14 DECEMBRE 2012
PRESIDENCE DE MADAME MARYSE JOISSAINS MASINI

2012_A203

OBJET : Tourisme - Présentation du Schéma de Développement Touristique

Le 14 décembre 2012, le Conseil de la Communauté d'Agglomération du Pays d'Aix s'est réuni en session ordinaire à l'espace Aixagone à Saint-Cannat, sur la convocation qui lui a été adressée par Madame le Président de la Communauté d'Agglomération le 7 décembre 2012, conformément à l'article L.5211-1 du Code général des collectivités territoriales.

Etaient Présents : JOISSAINS MASINI Maryse - AGARRAT Henri - AGOPIAN Jacques - AMAROCHE Annie - AREZKI Alain - ARNAUD Christian - BABULEAUD Jean-Pierre - BARBAT-BLANC Odile - BARRET Guy - BAUTZMANN Marcel - BELLUCCI Angélique - BENNOUR Dabha - BENON Charlotte - BLAIS Jean-Paul - BONFILLON Jean - BONTHOUX Odile - BORDET André - BOULAN Michel - BOYER Michel - BRAMOULLÉ Gérard - BUCCI Dominique - BUCKI Jacques - BURLE Christian - CANAL Jean-Louis - CATELIN Mireille - CHARDON Robert - CHARRIN Philippe - CHAZEAU Maurice - CHEVALIER Eric - CIOT Jean-David - CONTE Marie-Ange - CRISTIANI Georges - CURINIER Erick - DAVENNE Chantal - DECARA Yannick - DELAVET Christian - DELOCHE Gérard - DEMENGE Jean - DUFOUR Jean-Pierre - DUPERREY Lucien - FERAUD Jean-Claude - FERAUD Pierre - FILIPPI Claude - GACHON Loïc - GALLESE Alexandre - GARCIA Daniel - GARÇON Jacques - GASCUEL Jean - GERACI Gérard - GERARD Jacky - GOUIRAND Daniel - GROSSI Jean-Christophe - GUINDE André - GUINIERI Frédéric - HAMARD OULMI Nadira - JAUME Emmanuelle - JOUVE Mireille - LAFON Henri - LAGIER Robert - LECLERC Jean-François - LICCIA Marcel - LONG Danielle - LOUIT Christian - MANCEL Joël - MARTIN Régis - MAURICE Jany - MERGER Reine - MERSALI Malik - MICHEL Claude - MOHAMMEDI Amaria - MOINE Anne - MONDOLONI Jean-Claude - MORBELLI Pascale - MOUGIN Jacques - MOYA Patrick - NICOLAOU Jean-Claude - ORCIER Annie - PAOLI Stéphane - PATOT Gérard - PELLENC Roger - PERRIN Jean-Marc - PERRIN Jean-Claude - PIERRON Liliane - PIN Jacky - POITOU Frédéric - RENAUDIN Michel - RIVET-JOLIN Catherine - RIVORY Olivia - ROUARD Alain - ROUSSEL Jacques - SANGLINE Bruno - SANTAMARIA Danielle - SICARD-DESNUELLE Marie-Pierre - SLISSA Monique - SUSINI Jules - TAULAN Francis - TERME Françoise - TRINQUIER Noëlle - VENEL Gérard - VEYRUNES Bernard - VILLEVIELLE Robert

Etai(en)t excusé(s) et suppléé(s) : DEVESA Brigitte suppléée par SKRIVAN Fleur - MALLET Raymond suppléé par MAUNIER André - MICHEL Marie-Claude suppléée par MENGEAUD Julien - POTIE François suppléé par MAS Jean-Louis - VALETA Marie-José suppléée par HAMY François

Etai(en)t excusé(es) avec pouvoir donné conformément aux dispositions de l'article L. 2121-21 du Code Général des Collectivités Territoriales : ALBERT Guy donne pouvoir à JOUVE Mireille - AMIEL Michel donne pouvoir à BUCCI Dominique - BERNARD Christine donne pouvoir à PAOLI Stéphane - BOUTILLOT Guy donne pouvoir à MANCEL Joël - BRAMI Héliot donne pouvoir à SUSINI Jules - BRUNET Danièle donne pouvoir à BENON Charlotte - CHORRO Jean donne pouvoir à LOUIT Christian - DAGORNE Robert donne pouvoir à CRISTIANI Georges - DESCLOUX Odette donne pouvoir à MORBELLI Pascale - DI CARO Sylvaine donne pouvoir à GROSSI Jean-Christophe - DILLINGER Laurent donne pouvoir à GARÇON Jacques - DUCATEZ-CHEVILLARD Christine donne pouvoir à CHARRIN Philippe - FENESTRAZ Martine donne pouvoir à BARBAT-BLANC Odile - FOUQUET Robert donne pouvoir à TERME Françoise - GARNIER Eliane donne pouvoir à GARCIA Daniel - JOISSAINS Sophie donne pouvoir à BRAMOULLÉ Gérard - JONES Michèle donne pouvoir à MERGER Reine - LARNAUDIE Patricia donne pouvoir à PIERRON Liliane - LEGIER Michel donne pouvoir à MARTIN Régis - MARTIN Richard donne pouvoir à ORCIER Annie - MATAS Henri donne pouvoir à PERRIN Jean-Marc - MAURET Jacques donne pouvoir à JAUME Emmanuelle - MUSSET Alain donne pouvoir à DUFOUR Jean-Pierre - NELIAS Mireille donne pouvoir à PATOT Gérard - OLLIVIER Arlette donne pouvoir à BENNOUR Dabha - PIZOT Roger donne pouvoir à CURINIER Erick - PORTE Henri-Michel donne pouvoir à AREZKI Alain - ROVARINO Isabelle donne pouvoir à RENAUDIN Michel - SILVESTRE Catherine donne pouvoir à SANTAMARIA Danielle - TONIN Victor donne pouvoir à TAULAN Francis

Etai(en)t excusé(es) sans pouvoir : CASSAN René - DE PERETTI François-Xavier - DEVAUX Pierre - GOURNES Jean-Pascal - GUEZ Daniel - MEDVEDOWSKY Alexandre - QUARANTA Alain - ROUGIER Jacques

Secrétaire de séance : Yannick DECARA

Monsieur Jean-David CIOT donne lecture du rapport ci-joint.

CONSEIL DU 14 DECEMBRE 2012

Rapporteur : Jean-David CIOT

Thématique : Développement Economique et Emploi - Tourisme

Objet : Présentation du Schéma de Développement Touristique.

Décision du Conseil

Mes Chers Collègues,

Le présent rapport concerne l'adoption du Schéma de Développement Touristique (SDT) dont les axes stratégiques ont été votés lors du Conseil communautaire du 30 juin 2011. Ce schéma, feuille de route en matière de développement touristique, est destiné aux institutionnels et professionnels du tourisme.

Exposé des motifs :

Le tourisme, important générateur d'emplois et de richesse est une économie transversale du point de vue territorial. C'est donc au travers de sa compétence première en matière de développement économique que la CPA a souhaité accompagner l'activité touristique sur son territoire.

Depuis février 2010, une convention d'objectifs a été établie entre la CPA et l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence (OMT) afin d'intensifier les actions de dimension communautaire et notamment la définition, puis la mise en place d'un schéma de développement touristique sur le territoire.

Dès 2010, un travail de partenariat s'est engagé avec l'OMT d'Aix-en-Provence et le Cabinet Conseil JP LAVAILL.

Une très large consultation des différents acteurs du territoire a permis de définir, dès le printemps 2011 trois principaux axes de travail autour de quatre filières d'excellence dont dispose le territoire que sont la culture, l'agritourisme, les activités de pleine nature et le tourisme d'entreprise essentiellement basé sur l'énergie et l'innovation.

Pour la première fois, la CPA a choisi d'établir un Schéma de Développement Touristique (SDT) qui vise à définir les orientations stratégiques dans le domaine du tourisme.

Ce document, accessible à tous les acteurs touristiques, permet d'établir les enjeux du territoire en la matière, de définir les principaux objectifs à atteindre et d'édifier des réponses par des propositions d'actions selon les trois axes de développement votés au Conseil Communautaire du 30 juin 2011 à savoir :

1. Améliorer l'image et la lisibilité du « Pays d'Aix »
2. Mettre en place et animer une organisation touristique
3. Mettre en valeur les filières, qualification de l'offre.

Visas :

VU l'exposé des motifs ;

VU le Code général des collectivités territoriales ;

VU la délibération n°2009_B473 du Bureau communautaire du 27 novembre 2009 validant la mise en place d'une convention d'objectifs avec l'Office Municipal de Tourisme d'Aix en Provence ;

VU la délibération n°2011_A097 du Conseil communautaire du 30 juin 2011 validant les axes du Schéma Touristique ;

VU l'avis de la Commission du développement économique en date du 15 novembre 2012 ;

VU l'avis du Bureau communautaire du 29 novembre 2012 ;

Dispositif :

Au vu de ce qui précède, je vous demande, Mes Chers Collègues, de bien vouloir :

- **ADOPTER** le Schéma de Développement Touristique du Pays d'Aix pour la période 2012-2016 ;
- **AUTORISER** Madame le Président ou Monsieur le Vice-président délégué au tourisme à notifier ce document aux partenaires de la C.P.A., ainsi qu'aux professionnels du secteur touristique ;

OBJET : Tourisme - Présentation du Schéma de Développement Touristique

Vote sur le rapport

Inscrits	144
Votants	136
Abstentions	0
Blancs et nuls	0
Suffrages exprimés	136
Majorité absolue	69
Pour	136
Contre	0
Ne prennent pas part au vote	0

Etaï(en)t présent(s) et ont voté contre :

Néant

Etaï(en)t excusé(s) et ont voté contre :

Néant

Etaï(en)t présent(s) et se sont abstenus :

Néant

Etaï(en)t excusé(s) et se sont abstenus :

Néant

Après en avoir délibéré, le Conseil de Communauté adopte à l'unanimité le rapport ci-joint et le transforme en délibération.

Ont signé le Président et les membres du Conseil présents
Maryse JOISSAINS MASINI



19 DEC. 2012

Schéma de Développement Touristique du **Pays d'Aix** 2012-2016



Economie sans frontières

Filière d'avenir, le tourisme constitue l'un des éléments clés de l'attractivité de notre territoire. Pourtant, ce secteur essentiel à notre économie n'a pas connu jusqu'à présent l'essor qu'il mérite. C'est pour corriger ce décalage, entre les atouts bien réels du Pays d'Aix et la réalité d'une industrie en mal de stratégie, que la Communauté du Pays d'Aix s'est dotée de ce schéma touristique. Il trace jusqu'en 2016 des axes de développement sur la base d'un bilan lucide et de perspectives prometteuses.



Situé au cœur de la Provence et d'une région où le tourisme représente plus de 11% de son produit intérieur brut, le Pays d'Aix a beaucoup à offrir. Des rives de l'Étang de Berre aux contreforts des Alpes et du Luberon, du Val de Durance à la montagne Sainte Victoire et au Val de l'Arc, il regorge de richesses à nulle autre pareilles. Entre villes et villages, il cultive sa diversité : la vigne, le blé ou l'olivier... la tradition et l'ambition, le patrimoine, la modernité et l'innovation.

Cette réalité, les habitants du Pays d'Aix la vivent au quotidien. Elle est également unanimement perçue par les visiteurs qui, au travers d'enquêtes de satisfaction, plébiscitent son climat ou la diversité de ses paysages mais aussi la richesse de sa scène culturelle et l'authenticité de ses espaces naturels propices à la randonnée.

A la veille d'une année européenne consacrée à la culture en Provence - à l'occasion de Marseille Provence 2013 - et marquée par un programme de manifestations exceptionnel, les pistes de réflexion proposées par ce document donnent encore plus d'acuité à la nécessité de valoriser nos atouts naturels par une politique volontaire en matière de tourisme.

Situé au carrefour des grands axes européens, à proximité d'un aéroport international et de la gare TGV de l'Arbois, le Pays d'Aix est géographiquement ouvert sur le monde. Une vocation cosmopolite que confirme l'accueil sur son territoire du prototype mondial Iter, de huit pôles de compétitivité, d'expositions et d'événements internationaux, comme les rencontres économiques d'Aix-en-Provence, et d'un grand nombre d'étudiants et chercheurs étrangers.

Au-delà de ses richesses naturelles, cette vocation lui donne une légitimité toute particulière pour recevoir les touristes du monde entier. Pour cela, nous devons encore, tous ensemble faire des efforts, notamment pour améliorer la qualité et la capacité de nos hébergements, développer la pratique des langues étrangères ou accroître les offres d'accueil de la clientèle d'affaires. Tels sont quelques uns des enseignements de ce document.

Le tourisme ne connaît pas les frontières. Importateur de devises il est générateur d'emplois qui ne peuvent être délocalisés. Qu'il s'agisse de développement durable, de transports comme de culture ou d'économie, faisons en sorte qu'il ne connaisse pas non plus de barrières. C'est aussi le sens de cette démarche initiée par ce schéma destiné à faire du tourisme une filière d'excellence en Pays d'Aix.

*Maryse Joissains Masini
Président de la Communauté du Pays d'Aix
Maire d'Aix-en-Provence*



I. LES ENJEUX DU TOURISME EN PAYS D'AIX

A.	ENVIRONNEMENT TOURISTIQUE	6
	1. Enjeux économiques	6
	2. S'adapter aux nouvelles tendances, nouvelles cibles	8
B.	DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE	9
	1. Quelques lacunes	9
	• En matière d'accueil	9
	• En matière de mobilité	10
	2. De nombreux atouts	11
	• La Provence, une identité touristique très porteuse	11
	• Aix-en-Provence, la locomotive	11
	• Grande accessibilité	11
	• 4 filières d'excellence	12

II. OBJECTIFS ET AXES DE DEVELOPPEMENT

A.	LES OBJECTIFS DU SCHEMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE (SDT)	20
	1. Promouvoir le territoire en tant qu'entité touristique	20
	2. Favoriser l'attractivité du territoire dans une optique de développement durable	20
	3. Augmenter la fréquentation touristique et la durée des séjours	20
	4. Mettre en exergue les filières d'excellence du territoire	21
	5. Permettre aux habitants de devenir les ambassadeurs de leur territoire	21
	LE SDT, FRUIT DE REFLEXIONS MULTIPLES	22
B.	AXES DE DEVELOPPEMENT	23
	1. Améliorer l'image et la lisibilité du « Pays d'Aix »	23
	• Fiche action 1 : Analyse identitaire de la CPA	23
	• Fiche action 2 : Plateforme de communication unique pour le territoire	24
	• Fiche action 3 : Développement et valorisation d'une gamme d'offres qualitatives	25
	• Fiche action 4 : Plan marketing différencié partagé	26
	2. Mettre en place et animer une organisation touristique	28
	• Fiche action 5 : Cartographie et construction de l'offre, définition des potentiels	48
	• Fiche action 6 : Définition de compétences minimales des acteurs et mutualisation	29
	• Fiche action 7 : Animation, facilitation, coordination de l'offre	30
	• Fiche action 8 : Politique événementielle coordonnée	31
	3. Mise en valeur des filières, qualification de l'offre	32
	• Fiche action 9 : Développement d'applications m-tourisme et nouvelles technologies de la communication	32
	• Fiche action 10 : Plateformes intermodales et TIC associées	33
	• Fiche action 11 : Mise en place des conditions de lisibilité de l'offre sur le territoire	34
	• Fiche action 12 : Itinérances, routes thématiques, maillage inter-sites	35
	Annexes et notes de bas de pages	36

POTENTIALITES TOURISTIQUES PAR COMMUNE

• BASSIN DE VIE VAL DE DURANCE	38-49
(Jouques, La Roque d'Anthéron, Le Puy-Sainte-Réparate, Meyrargues, Pertuis, Peyrolles, Saint Estève-Janson, Saint Paul-Lez-Durance, Venelles)	
• BASSIN DE VIE CHAINES DES COTES ET TREVARESSE	50-57
(Coudoux, Eguilles, Lambesc, Rognes, Saint-Cannat, Ventabren)	
• BASSIN DE VIE SECTEUR CENTRE	58-65
(Aix-en-Provence, Le Tholonet, Saint Marc-Jaumegarde, Vauvenargues)	
• BASSIN DE VIE COURONNE SUD	66-73
(Bouc Bel Air, Cabriès, Les Pennes-Mirabeau, Mimet, Simiane Collongues, Vitrolles)	
• BASSIN DE VIE HAUTE VALLEE DE L'ARC	74-84
(Beaurecueil, Châteauneuf-Le-Rouge, Fuveau, Meyreuil, Peynier, Puyloubier, Rousset, Saint-Antonin sur Bayon, Trets)	



POURQUOI UN SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE?

Le tourisme, important générateur d'emplois et de richesse est une économie transversale du point de vue territorial. C'est donc à travers sa compétence première en matière de développement économique que la Communauté du Pays d'Aix (CPA) a souhaité accompagner l'activité touristique sur son territoire.

Pour la première fois, la CPA a choisi d'établir un Schéma de Développement Touristique (SDT) qui vise à définir les orientations stratégiques dans le domaine du tourisme pour une période déterminée.

Ce schéma, base de référence accessible à tous les acteurs touristiques du territoire, permet de définir les axes de développement issus de réflexions multiples pour la période 2012-2016.

La mise en place d'un SDT s'est imposée compte tenu de l'évolution rapide et compétitive du secteur du tourisme mais également par l'émergence de nouveaux profils de touristes et de nouveaux modes de consommation auxquels les professionnels du tourisme doivent faire face.

De plus, une étude touristique sur le nord de la CPA lancée en 2008 par le service Agriculture et Tourisme de la Direction du Développement Economique avait mis en exergue la volonté partagée par les communes de créer une synergie communautaire qui permettrait de compenser les déséquilibres entre les Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative (OTSI) du territoire.

Dans le but de mutualiser des actions (communication, éditions touristiques, promotion du territoire, commercialisation...) et avec la volonté de structurer une politique de développement touristique au service du territoire et de déployer des outils de développement et d'assistance aux OTSI du Pays d'Aix, le Bureau Communautaire a adopté le 27 novembre 2009 une convention d'objectifs sur trois ans avec l'Office de Tourisme d'Aix.

Dans le cadre de cette convention, un Comité de Pilotage transversal a été mis en place : le Vice Président au développement économique, le Vice Président à l'économie du tourisme, le Vice Président à la culture et le Vice Président à l'agriculture, ainsi que le Président délégué à l'Office de Tourisme d'Aix.

Dans le cadre de cette démarche, la CPA s'est appuyée sur les différents acteurs politiques, économiques et touristiques du Pays d'Aix et plus particulièrement sur l'Office de Tourisme d'Aix-en-Provence dont le professionnalisme, l'expérience et la portée internationale sont reconnus à l'échelle du territoire.

Par ailleurs, compte tenu du poids de ce secteur économique dans le Produit Intérieur Brut (PIB) estimé à 6.7 % en France pour 2009 et à 11,4% en Région PACA, il devenait nécessaire de mesurer les retombées économiques du tourisme sur le territoire.



I. LES ENJEUX DU TOURISME EN PAYS D'AIX

L'élaboration d'un schéma de développement touristique nécessite à la fois une connaissance du contexte territorial en matière touristique mais aussi un diagnostic concernant les atouts et les faiblesses du territoire. Ces deux éléments devraient permettre ensuite de définir les axes et projets de développement en matière de politique touristique.

Dans un objectif de développement économique, l'état des lieux du tourisme dans le monde et en France permet d'anticiper les retombées sur le territoire et influence la politique touristique locale.

Le diagnostic du territoire, quant à lui, contribue à la définition des grandes orientations dans le cadre d'une politique touristique globale et cohérente au sein de la CPA.

A. Environnement touristique

1. Les enjeux économiques

Le pays d'Aix au sein d'un territoire touristique

Dans le monde...

En 2008 :

- 880 millions de touristes ;
- 611 milliards d'euros de recettes d'exportation ;

En 2020 :

- 1,6 milliards de touristes ;
- Taux de croissance annuel prévu : 4,5% entre 1995 et 2020.

En France...

- Première destination touristique (82 millions de touristes en 2010)
- ... Mais une perte de vitesse (parts de marché en Europe 2000 : 19,6% ; 2009 : 16%)
- Seulement troisième destination en terme de recettes (suivie de près par la Chine)
- Le secteur représente 6.7% du PIB, 80.5 milliards d'euros de chiffre d'affaires, 228 000 entreprises et 659 000 emplois directs

En PACA...

- Première région d'accueil pour les touristes français, seconde pour les touristes étrangers
- Le secteur représente 11.4% du PIB, 34 millions de touristes qui dépensent 10 milliards d'euros, 117 000 emplois directs et 231 000 emplois indirects (soit un emploi sur cinq lié au tourisme)

Dans les Bouches du Rhône...

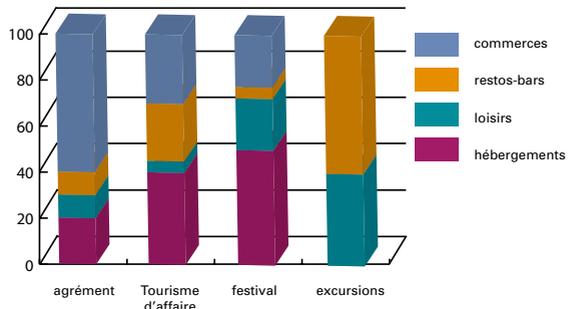
- Premier département de France en terme d'espaces naturels protégés
- 10 millions de touristes dépensent 1.9 milliards d'euros et permettent l'emploi de 50 000 personnes.

Si l'importance du tourisme en matière de développement économique et d'emploi sur notre territoire n'est pas contestée, elle reste difficile à quantifier car les retombées chiffrées ne se limitent pas aux nombres d'entrées sur un site touristique, un OTSI ou un

hébergement payant.

Une étude développée en 2010 par le Cabinet JP LAVAILL permet d'évaluer les retombées économiques sur le territoire.

Sur le Pays d'Aix (33 communes issues du département des Bouches du Rhône et Pertuis, du département du Vaucluse), la dépense moyenne globale est de l'ordre de 650 millions d'euros qui se répartissent autour de quatre segments : commerces (33% soit 215 M€) ; bars-restaurants (25% soit 170 M€) ; hébergements (22% soit 138 M€) ; loisirs et services (20% soit 130 M€).



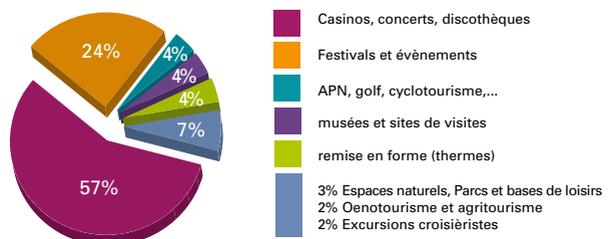
		Consommation globale	Hébergement	Durée de séjour	Dépenses
	Tourisme d'agrément	56%	86% des nuitées	Courts séjours	Français : 68€/jour (hébergement : amis ou famille) Européen : 81€/jour Etranger : 91€/jour
	Tourisme d'excursion	29%	Région PACA, croisiéristes		
	Tourisme d'affaires	10%	46% (hébergement hôtelier)	Clientèle de congrès : 3,3 nuitées en moyenne	Moyenne et basse saison : 80€/jour Clientèle de congrès : 640€/jour (dont 105€/jour d'hébergement)
	Tourisme festivalier	5%	hébergement hôtelier	Français (6 jours) Européen (6 jours) Etranger (9 jours)	Clientèle haut pouvoir d'achat Français : 82€/jour Européen : 125€/jour Etranger : 125€/jour
TOTAL	2,3 millions de touristes	100%	10 millions de nuitées pour 138 millions d'€	Durée moyenne de séjour : 4,4 jours (4,7 j BdR; 7,8 j Var; 12,8 j Corse)	650 millions d'€ de retombées financières

En matière d'hébergement, l'hôtellerie domine le secteur avec des taux d'occupation comparables à ceux du reste du département des Bouches du Rhône.

L'estimation des recettes des activités de loisirs et autres services consommés par les touristes est un exercice difficile dans la mesure où cette consommation se confond avec les autres consommations, notamment faites par la population locale.

Les chiffres présentés sont donc à interpréter avec prudence. Ils sont le fruit d'un rapprochement d'études conduites, au sein du territoire par la CPA ou l'Office de Tourisme, à l'échelle départementale par

Structure des retombées loisirs - 130 000 Millions d'euros



Bouches-du-Rhône Tourisme ou la CCI, à l'échelle régionale par l'Observatoire du Tourisme.

Enfin, les retombées en terme d'emplois sont évaluées à près de 7000 emplois annuels.

2. S'adapter aux nouvelles tendances, nouvelles cibles.

Il s'agit ici de déterminer les opportunités et menaces de l'environnement touristique afin de mettre en exergue les perspectives d'un tourisme en pleine évolution.

La modification des comportements socio-touristiques implique de nouvelles attentes :

- **Exigences quant à la gestion du temps** (séjours plus courts ; nécessité de maîtriser le temps)
- **Envie et bien-être sont les facteurs de choix d'une destination**
- **L'authenticité, le contact avec les personnes, la recherche de lieux insolites** deviennent des préférences qui vont orienter le choix de la destination.

Ces nouvelles tendances se traduisent par le développement :

- **Du tourisme résidentiel** estimé en PACA à 450 000 résidences secondaires.¹
- **De courts séjours** (1 à 4 nuits) qui ont augmenté de 10% entre 1997 et 2006. Ils représentent près de 60% des séjours réalisés en France. Ils induisent une désaisonnalité des congés et sont en majorité réalisés en milieu urbain (42%) ou à la campagne (40%)²
- **Du e-tourisme**, Internet devenant le premier mode d'information touristique.³ L'e-tourisme draine une clientèle plus riche et plus urbaine que les autres⁴. Le Web permet de remplir deux rôles principaux : visiter à distance (77%) et comparer les prix (75%).⁵ Il permet de construire un produit à son image.
- **Des nouvelles technologies de la communication** (mobile, smartphone). On parle ici du **m-tourisme**. Des applications sur smartphone permettent ainsi « d'accrocher » le touriste afin de l'inciter à effectuer des visites de site. Dans un second temps, il va pouvoir visualiser, avec la « **réalité augmentée** »⁶, de nouvelles informations sur le lieu (images de l'intérieur d'un bâtiment, du passé... ou du futur). Enfin, les nouvelles technologies de l'information permettent de rajouter du rêve et de l'émotion, d'enrichir l'expérience du touriste.
- **Des valeurs éthiques et du tourisme vert** : l'écotourisme permet de répondre

aux attentes d'un public en quête d'authenticité, de rencontres, d'un tourisme au contact de la vie locale plutôt qu'un tourisme de masse

• Des tendances du tourisme culturel

Le tourisme culturel est centré sur la culture mais aussi l'environnement culturel (incluant les paysages de la destination), les valeurs et les styles de vie, le patrimoine local, les arts plastiques et ceux du spectacle, les industries, les traditions et les ressources de loisirs de la communauté d'accueil.

Au-delà des retombées économiques qu'elle génère, le tourisme culturel a une portée symbolique qui influe sur l'identité du territoire, une portée sur l'environnement (Cézanne et les paysages de ses peintures), sur l'éducation et l'accueil touristique des locaux...

Enfin certains segments touristiques sont potentiellement porteurs de développement économique :

- **Les seniors des pays matures** sont une cible à fort potentiel (à l'horizon 2050, un européen sur trois aura plus de 60 ans) avec un pouvoir d'achat disponible élevé. Cette cible est stratégique puisqu'elle permet un étalement des séjours sur tous les mois de l'année.
- **La croissance économique des pays émergents** (les BRICs : Brésil, Russie, Inde, Chine) est nettement plus élevée que dans le reste du monde et on assiste au développement d'une **nouvelle classe moyenne qui accède au tourisme** (shopping, visites culturelles...) : les touristes chinois, brésiliens, indiens et russes représentent une cible désormais incontournable dont les exigences en matière d'accueil et de qualité sont importantes.
- **Le marché des jeunes de 16-25 ans** représente 15% des visiteurs étrangers en France et est en forte croissance (+10% par an dans le monde). C'est une cible créatrice de volume et de valeur qui peut faire évoluer l'image de la destination à travers les différents réseaux sociaux. De plus, les durées des séjours sont plus longues et les intérêts divers.

B. DIAGNOSTIC DU TERRITOIRE

1. Quelques lacunes

• En matière d'accueil

Depuis 2005, différentes lois ont été votées afin d'améliorer la sécurité, l'accessibilité mais également **la qualité de l'accueil de l'hébergement** en France,

point faible mis en exergue par les touristes étrangers. C'est également un point faible en Pays d'Aix.

Hôtellerie et Résidences de tourisme

La région PACA qui compte 2 027 hôtels en 2011⁷ représente la seconde région la plus pourvue en chambres derrière l'Île de France. La CPA n'en compte que 108 (capacité d'accueil d'environ 9000 lits) dont 54 sur Aix-en-Provence (soit 38% de la capacité hôtelière de toute la Provence).

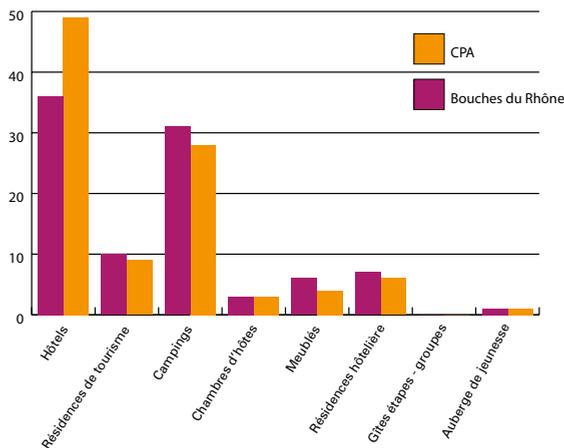
Sur le « top 20 » des plus grands hôtels du département des Bouches-du-Rhône, seulement 4 sont positionnés sur le territoire de la CPA.

Sur le Pays d'Aix, l'offre reste limitée même si des projets de développement de l'offre haut de gamme sont en cours (Château relais au Tholonet, Marriott Prestige à Aix en Provence, Château Lacoste au Puy-Sainte-Réparade...) : 12 communes sur 34 ne

possèdent aucune offre hôtelière et la moitié de cette offre hôtelière est recensée sur Aix en Provence (54 hôtels). De plus, seulement quatre établissements possèdent au moins une centaine de chambres.

En ce qui concerne les résidences de tourisme, le Pays d'Aix est le territoire qui en est le plus fourni (6 sur Aix en Provence et 6 sur le territoire) elles offrent une capacité d'accueil de plus du tiers de l'offre hôtelière globale contre 13% au niveau du Département des Bouches du Rhône.

Le taux d'occupation moyen sur le département des Bouches-du-Rhône était de 63% en 2011. Les données concernant la Ville d'**Aix en Provence** étaient de **68,1% en 2011 et estimées à 65% en Pays d'Aix**⁸.



Hôtellerie de plein air

En France, c'est le premier mode d'hébergement marchand touristique en terme de capacités d'accueil. Ce mode d'hébergement est en constante augmentation, surtout en ce qui concerne le haut de gamme (3 et 4 étoiles). La Région PACA est la 3^e région de France

en terme d'emplacements. Il existe 68 campings dans les Bouches-du-Rhône. Le Pays d'Aix ne possède que 13 terrains de camping sur les 36 répertoriés en Provence. Ce mode d'hébergement est largement sous-représenté.

De plus, il ne représente qu'une faible capacité d'accueil car les établissements sont généralement de petites

tailles (capacité d'accueil inférieure à 300 places).

Locations saisonnières et gîtes

Les meublés de tourisme représentent une catégorie d'hébergements marchands, propriété d'acteurs souvent non professionnels du tourisme. Ainsi, l'offre est plus difficile à connaître mais l'obligation de déclaration en Mairie depuis 2010 et le travail de classification engagé sur le Département tendent à améliorer l'appréhension de cette offre.

française derrière Rhône-Alpes, le département des Bouches-du-Rhône ne représente que 6% de la répartition des meublés classés. **La Provence est le territoire le plus fourni en meublés labellisés avec une offre plutôt haut de gamme.**⁹

Sur la région qui est la seconde région

Sur le Pays d'Aix, on a répertorié 194 meublés et gîtes. Le tiers seulement est labellisé.

Chambres d'hôtes

Il existe trois principaux labels répartis comme suit dans les Bouches-du-Rhône : Gîtes de France (44%), Fleurs de Soleil (36%) et Clévacances (20%) mais de nombreuses chambres d'hôtes sont encore non labellisées.

Sur le territoire de la CPA, 168 chambres d'hôtes sont répertoriées avec ou sans label.

Le manque d'hébergement concerne surtout le Pays d'Aix hors Aix-en-Provence qui représente la moitié de la capacité d'accueil du territoire.

rieure à 500 (11 d'entre elles ne possèdent ni hôtel, ni camping), des disparités existent sur les différents bassins puisque la couronne sud représente 24% de la capacité d'accueil globale surtout grâce à Vitrolles.

Outre le fait que 26 communes sur 33 possèdent une capacité d'accueil infé-

• En matière de mobilité

Le territoire possède de réels atouts en matière d'accessibilité (routes, autoroutes, gares TGV, aéroports), il existe pourtant de vrais problèmes de mobilité. Les problèmes de mobilité ont été indiqués comme le troisième élément le plus négatif perçu par les touristes lors de l'étude sur l'attractivité du Territoire Marseille Provence présentée en septembre 2009.¹⁰

pendant aux différents sites touristiques.

Les difficultés de circulation/stationnement et manque de transports en commun étaient particulièrement critiques chez les Français (19%).¹⁰

En matière de **réseau cyclable**, d'importants efforts sont engagés mais le territoire ne compte que 138 km d'équipements (dont 35 km sur la Ville Centre) et le **réseau est particulièrement discontinu**.

La difficulté de circulation entre Marseille et le Pays d'Aix n'engage pas encore les touristes à prendre les transports en commun. De plus, aucune communication à ce jour ne précise les arrêts de bus corres-

Seulement trois boucles cyclotouristiques sont valorisées sur le Pays d'Aix : autour de l'abbaye cistercienne de Silvacane (elle concerne Lambesc et la Roque d'Anthéron), autour de Roquefavour (elle concerne Coudoux et Ventabren) et la chaîne des Cotes (Rognes, Saint Estève et le Puy-Sainte-Réparate).

2. De nombreux atouts

• La Provence une identité touristique très porteuse

L'image de la Provence repose sur une idée d'authenticité, de terroir et d'identité territoriale.

Les paysages de la Provence comptent des sites agricoles diversifiés, des villages et sites naturels typiques. Le Pays d'Aix possède en plus une ville centre, Aix en Provence dont la renommée est internationale.

Lors d'une enquête effectuée en 2010 par le CDT13 (aujourd'hui Bouches-du-Rhône Tourisme), la Provence était perçue comme un endroit où il fait souvent beau (88%), bon vivre (86%), offrant une grande diversité de paysages (81%), de fêtes et de festivals (81%) et propice à la randonnée (82%)¹¹.

• Aix-en-Provence la locomotive

Du fait à la fois de son positionnement culturel reconnu, de la dynamique de son tissu économique fortement orienté « innovation », de la densité de son offre universitaire (40 000 étudiants) et de son attrait auprès de la clientèle excursionniste en séjour en Provence, notamment croisiériste, la ville d'Aix présente de réelles spécificités en matière de fréquentation :

- Une clientèle américaine (1^{ère} clientèle étrangère à l'OT d'Aix, 1^{ère} clientèle étrangère achetant des excursions)
- La présence dans les 5 premières clientèles fréquentant l'OT d'Aix des Canadiens et Japonais.

- La présence dans les 10 premières clientèles fréquentant l'Office de Tourisme d'Aix des Chinois et Australiens¹².

La connotation culturelle de la ville centre est marquée par son rayonnement en France et à l'étranger. La Ville d'Aix en Provence compte 140 monuments historiques classés, de nombreux sites culturels dans différents domaines (théâtres, danse, musique...). Elle est également classée « commune touristique » et devrait bientôt être éligible pour recevoir le label « Ville d'Art et d'Histoire »¹³

• Grande accessibilité

Le transport est un enjeu majeur en matière de développement touristique. Sur le département des Bouches du Rhône, le transport aérien est le 3^{ème} mode de transport utilisé par les touristes derrière la voiture et le train. Même si le trafic est plutôt domestique (plus de la moitié du trafic hors transit), l'aéroport est relié à une trentaine de pays en période d'été avec un fort développement sur le « low cost ».

En ce qui concerne le trafic ferroviaire, la gare Aix-TGV, inaugurée en juin 2001, a vu sa fréquentation très rapidement dépasser les attentes de la SNCF¹⁴. Cette gare est sans conteste un atout pour le territoire de la CPA.

Le département des Bouches-du-Rhône dispose également du réseau routier mais surtout autoroutier le plus dense de la région PACA.

Traversée par quatre autoroutes (A7,

A8, A51, A52), le Pays d'Aix est un territoire « de passage ». Pour autant, il est également central pour beaucoup de touristes qui se dirigent vers la Côte d'Azur, l'Italie, Marseille, les Alpes, le Nord et le Sud Ouest de la France ainsi que l'Espagne.

Outre la bonne accessibilité routière et autoroutière, l'important maillage développé par la CPA permet de circuler sur le territoire grâce aux transports en commun.

Le réseau intercommunal du Pays d'Aix est passé de 265 000 voyages en 2003 à 2 456 000 en 2009 soit 10 fois plus de voyageurs dans les cars.

De plus, la tarification est simple et attractive (1€ sur les réseaux urbains et interurbains, 50 centimes sur les petits réseaux).

L'offre de stationnement, quant à elle, est bien supérieure sur la Ville d'Aix en

Provence que sur d'autres villes du Sud (10 275 places contre 7 326 sur Avignon ou 7 601 sur Nîmes).

Dans le cadre de l'élaboration du Plan de Déplacements Urbains, des actions

• 4 filières d'excellence

La Communauté du Pays d'Aix possède de réels avantages compétitifs et qualitatifs au sein de quatre filières d'excellence que sont **la culture, les activités de pleine nature, les terroirs et le tourisme de découverte économique**.

Le Pays d'Aix, une destination culturelle ?

Lors de l'étude d'image réalisée en 2009 par le Département, la connotation culturelle du territoire est surtout véhiculée par son terroir, son artisanat, ses auteurs et peintres célèbres ainsi que par les événementiels. Mais l'image de la destination est également fortement liée à une offre patrimoniale riche et une grande diversité en matière de fêtes et festivals.

Sur les cinq musées les plus fréquentés dans tout le département, le musée Granet arrive largement en tête (2.4 fois plus que le second et plus de 4 fois plus que le troisième, données 2009). **Le Pays d'Aix compte 21 musées sur son territoire (10 à Aix) dont 7 des 25 plus grands musées du département.** La fréquentation des musées du Pays d'Aix, situés à Aix-en-Provence, représente à elle seule 45% de la fréquentation départementale.



Le Pays d'Aix possède également des lieux hautement symboliques : Sur Aix-en-Provence la Cathédrale Saint Sauveur, l'église Saint Jean de Malte, l'Hôtel de Ville, l'Oppidum d'Entremont, les hôtels particuliers du 18^{ème} siècle... ; sur la Roque d'Anthon

sont entreprises : trois parkings de délestage sur la périphérie d'Aix en Provence (860 places) et près de 1 150 places dans des parcs de persuasion sur 14 communes et sites touristiques permettent une meilleure accessibilité.

L'axe de développement et le positionnement de la CPA sont donc fondés sur des savoir-faire non reproductibles, le caractère unique d'une offre, la capacité d'innover, la réactivité, les valeurs qui font la stratégie du challenger.

l'Abbaye de Silvacane ; sur Ventabren l'aqueduc de Roquefavour ; Lambesc l'ancienne capitale de la Provence baptisée le « petit Versailles », etc...



De son côté, la Communauté du Pays d'Aix engage une véritable politique de soutien autour de l'amélioration du patrimoine local (Le Plan Patrimoine représente un budget de 5 millions d'€ sur 5 ans).

Elle accompagne également le développement de festivals de grande notoriété (Rencontres du 9^{ème} art - plus de 50 000 visiteurs en 2011-, le festival d'Art Lyrique à Aix en Provence - 73 000 visiteurs, le festival international de guitare à Lambesc, le festival international de piano de la Roque d'Anthon plus de 87 000 visiteurs. Le Festival Médiéval « Lou Mirabéou » des Pennes-Mirabeau - 20 000 visiteurs -, etc).

Avec l'aide du GTP, la CPA développe



depuis 2003, les tournées hivernales et estivales de l'Orchestre Philharmonique du Pays d'Aix qui, depuis leur création ont drainé près de 75 000 spectateurs.

A cela s'ajoutent les petits villages typiques sur leurs pitons (Ventabren, Fuveau, Cabriès, Jouques, le vieux Vitrolles ou Mimet, le plus haut village du département ...) et toutes les manifestations traditionnelles ou typiquement provençales (telles que les traditions de Noël, fêtes ou foires gastronomiques, fêtes médiévales dans plusieurs villages...) dans plus de la moitié des communes de la CPA.

Enfin, la CPA est partenaire d'événements sportifs d'exception qui attirent des touristes de France et d'ailleurs : l'Open Sainte Victoire en 2003 et 2004, la Fed Cup en 2005, la venue des All Blacks en 2007, les Championnats d'Europe de Squash en 2010, Iron Man 70.3 en 2011 et 2012.

Ces grands événements sportifs concourent à développer une image dynamique du territoire et à promouvoir ses atouts en France et à l'international.

Marseille-Provence Capitale Européenne de la culture en 2013, un enjeu structurel. Marseille a été officiellement désignée en mai 2009 comme Capitale Européenne de la Culture. Le territoire de la CPA est

incontournable et lié à cet événement.

Ce projet devrait conforter l'identité culturelle du territoire, développer son rayonnement international, et l'enrichir d'un patrimoine nouveau (projet du camp des Milles, conservatoire de musique, forum des Arts, restauration de Vasarely).

Certains événements devraient marquer fortement le territoire de la CPA :

- Le GR 2013 (260 kilomètres) suit un tracé en forme de huit dont le centre de la double boucle sera la gare Aix-TGV. Il traversera Mimet, Gardanne, Meyreuil, Le Tholonet, Aix-en-Provence, Cassis, Vitrolles et Les Pennes.
- Le projet Transhumance rallie les troupeaux en provenance d'Italie et du Maroc. De Cuges les Pins à La Roque d'Anthéron, il traversera 10 communes de la CPA.
- Le parcours d'art contemporain au coeur d'Aix-en-Provence et de la Roque d'Anthéron.
- Les arts de la rue : devraient se multiplier en juin tandis que les concerts en plein air devraient inonder le territoire en été ;
- Au fil de l'année, de nombreuses expositions et projets culturels animeront le territoire : «cadavres exquis» et grands ateliers du midi au musée Granet, Innovart à Vasarely.

Les espaces naturels et activités de pleine nature

Le Pays d'Aix compte 74 077 ha d'espaces naturels et un taux de boisement de 57%¹⁵ contre 21.4% de surfaces boisées sur le Département des Bouches du Rhône ou 49% sur le Vaucluse.

Le territoire de la CPA compte également 6 Domaines départementaux d'exception dont 2 sont labélisés Parc Départementaux et bénéficient d'équipements d'accueil. Il s'agit du domaine de Roques Hautes et du domaine de l'Arbois.

Le territoire abrite également un Grand Site de France, le Grand Site Sainte-Victoire.

Parmi les 2700 sites classés en France, environ 50 sont qualifiés de « Grands Sites » et seulement 10 bénéficient du label national « Grand Site de France » pour l'excellence de la gestion de leur



territoire.

Situé entre les vallées de la Durance et de l'Arc, à l'Est d'Aix-en-Provence, le

Grand Site Sainte-Victoire couvre plus de 34 500 hectares dont 6 525 en site classé et concerne 14 communes du Pays d'Aix.

Cette montagne, célébrée par des peintres célèbres et notamment Cézanne est mondialement connue.

Inscrit au réseau Natura 2000, le site héberge 20 % de la flore française, 145 espèces d'oiseaux, 12 de chauves-souris...

Véritable fleuron touristique, le Grand Site accueille chaque année près d'un million de visiteurs et génère 46,19 M€ de retombées touristiques¹⁶.

En matière d'activités de pleine nature, **la pratique libre est souvent plus importante que celle qui est encadrée par un organisme associatif**. Il est donc difficile d'en mesurer la demande d'autant que ces activités ne sont souvent pratiquées que pendant les vacances. On évalue cependant la demande à 16 millions de personnes en France pratiquant la randonnée pédestre et 18 millions le cyclotourisme.

• Randonnée pédestre

La randonnée pédestre, prise dans son ensemble, constitue la pratique de base des touristes.

Le PDIPR (Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée) représente 2 700 km d'itinéraires balisés et entretenus sur le Département et 412 km de chemins de randonnée pédestre sur le Pays d'Aix.

Le sentier de Compostelle par la voie Aurélienne passe par les villes de Puyloubier, Aix-en-Provence et rejoint Salon de Provence puis Arles. Cela représente environ 40 km sur le Pays d'Aix.

Le Pays d'Aix est également traversé par 70 km de GR (Grande randonnée, GR9) et prochainement le GR 2013 (Marseille Capitale de la Culture 2013).

Des sentiers oenotouristiques (dits sentiers des vigneron) sont également développés à partir de certaines caves coopératives du territoire : Puyloubier, Rognes et Trets.

Enfin 24 communes de la CPA ont développé des boucles de sentiers pédestres permettant aux visiteurs de découvrir les richesses naturelles et culturelles communales.

• Randonnée équestre

La randonnée équestre ne représente qu'un faible poids numérique mais son importance économique est grande du fait de la clientèle aisée qui la pratique. De plus, cette activité est en forte augmentation depuis une quinzaine d'années.

Il existe 87 centres équestres en Provence et 1 000 km sont inscrits au PDIPR Bouches du Rhône dont 367 km en Pays d'Aix. Seulement 14 centres équestres proposent la randonnée sur toute la partie Provence.

• Le cyclotourisme et VTT

Le cyclotourisme et la pratique du VTT représentent 23% des séjours sportifs motivés en France. Si la pratique du vélo est la deuxième activité physique des touristes français, l'itinérance est surtout pratiquée par les touristes étrangers.

Sur le sud Luberon, Pertuis participe à la promotion de ce sport et fait partie d'une boucle d'une centaine de kilomètres : « le Pays d'Aigues à vélo ».

• L'escalade

Sur le plan national, le profil des pratiquants est caractérisé par une sur-représentation des Catégories Socio Professionnelles (CSP) supérieures, de moins de 35 ans.

Le principal massif d'escalade sur la Communauté est le massif de la Sainte Victoire, particulièrement connu pour la grande qualité de ses voies d'escalade. Il y a peu de secteurs en dévers (mur dont l'inclinaison est au-delà de la verticale) mais la plupart des grandes voies du massif demandent une bonne maîtrise des techniques.

D'autres falaises sont également réparties sur le territoire et permettent la pratique de ce sport. A titre d'exemples, il existe trois sites d'escalades à Meyrargues, un site à Jouques et le site de Sainte Anne à Lambesc.

• Le golf

Le tourisme golfique connaît pour sa part un rythme de croissance 2,5 fois plus rapide que celui du tourisme de loisirs dans son ensemble, selon l'organisme des professionnels du tourisme golfique (IAGTO : International Association of Golf Tour Operators).

En France, le poids économique du tourisme golfique sur le territoire national représente 392M€ (soit 20% des chiffres d'affaires des golfs).¹⁷

Outre l'image haut de gamme et paysagère qu'il apporte à une destination, le golf soutien une activité touristique en hors saison.

La région PACA compte 10% des sites français (63 golfs) et 14 (dont sept 18 trous) sur les Bouches du Rhône.

Le Pays d'Aix compte 5 golfs dont trois 18 trous (Aix en Provence, Cabriès et Fuveau).

• La baignade

Cette activité demeure la première activité touristique sur le plan national. Le Pays d'Aix ne possède pas d'accès au littoral. Cependant, il existe des offres qui sont surtout des offres de proximité et qui répondent à un besoin saisonnier de baignade.

Le lac de Peyrolles, aménagé sur le site



d'une ancienne carrière, d'une superficie de 85 hectares, il est surveillé de juin à mi-septembre et sa fréquentation atteint plusieurs dizaines de milliers de personnes sur cette période.

Terroirs

L'agriculture en Pays d'Aix présente un réel atout touristique pour diverses raisons :

La qualité de ses productions

Le territoire de la CPA offre des produits aux caractéristiques qualitatives étroitement liées aux divers terroirs sur lesquels ils sont produits.

La plage des Marettes à Vitrolles avec ses lauriers, ses tamaris et son aménagement de terrasses en pin plaqué est un engagement à la promenade



autour de l'Étang de Berre. La baignade est surveillée de juin à septembre.

Non loin de là, se trouve l'un des terrains de camping les plus spacieux et fréquentés du territoire. Il possède également un accès à l'étang et une plage aménagée.

Le nouveau parc d'attraction aquatique, Speed Water Park, sur Cabriès possède des piscines à vagues, des toboggans géants, une rivière, une île pour les plus jeunes, et la possibilité de suivre des cours d'aquagym et de danse.

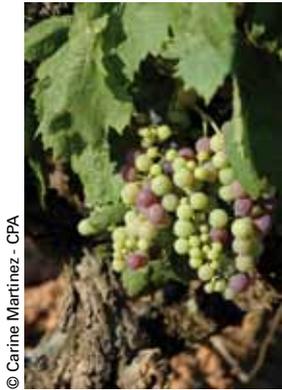
• Les activités aériennes

La plupart des activités aériennes – aéronautisme, vol à voile, ULM, parachutisme, giraviation - nécessitent des équipements plus au moins lourds. Seul le vol libre (delta-plane, parapente, kite-surf, cerf-volant) est relativement indépendant d'une infrastructure. Le Pays d'Aix possède un aérodrome civil à Aix-en-Provence-Les Milles et le parapente est pratiqué sur la Sainte Victoire où il existe trois sites de décollage et quatre sites d'atterrissage.

• Les parcours acrobatiques

Enfin, il existe des parcours acrobatiques forestiers sur Aix en Provence et sur Bouc Bel Air.

• **La vigne en Pays d'Aix** : la CPA compte 5 appellations AOC viticoles : AOC Coteaux d'Aix (Créée en 1985, s'étend sur 14 des 34 communes du Pays d'Aix et regroupe 43 caves) ; AOC Côte de Provence (Première productrice au monde de vin rosé, 4^e AOC française, l'appellation s'étend en Pays d'Aix sur 9 de ses 34 communes) ; AOC Côte de Provence Sainte Victoire (Créée en 2005, cette AOC qui ne concerne que



© Carine Martinez - CPA

les vins rouges et les vins rosés, s'étend au pied de la Montagne Sainte-Victoire sur 7 des 34 communes du Pays d'Aix et comprend 17 caves particulières et 5 caves coopératives) ; AOC Luberon (Créée en 1988, cette AOC est cultivée sur les coteaux calcaires des deux versants du massif du Luberon et est valorisée par Pertuis et 3 caves dont une coopérative) ; AOC Palette (prestigieuse et confidentielle, classée depuis 1948, cette appellation de 42 hectares se situe sur les communes du Tholonet, Meyreuil et une partie de la commune d'Aix-en-Provence et concerne 3 domaines).

- L'olivier et l'huile d'olive : sur 246



hectares, les oléiculteurs du Pays d'Aix produisent une huile d'olive de qualité, reconnue

par 3 AOC distinctes : l'AOC Huile d'Olive d'Aix-en-Provence (née en 1999, son périmètre couvre 27 des 34 communes du Pays d'Aix. Deux moulins et une coopérative produisent l'huile d'olive d'Aix-en-Provence) ; l'AOC Huile d'Olive de Provence (née en mars 2007 elle concerne 15 producteurs répartis sur la quasi-totalité du territoire intercommunal) et l'AOC Huile d'Olive de Haute Provence (née en 1999 labellise les productions de 2 communes du Pays d'Aix, Jouques et son moulin et Saint Paul lez Durance).

- L'apiculture : Cent soixante apiculteurs exploitent environ 3 300 ruches en Pays d'Aix (32 000 dans les Bouches-du-Rhône) et produisent du miel de Provence, une Indication Géographique Protégée (IGP) dont certains sont Label Rouge. Il existe une coopérative « Provence Miel » à la Roque d'Anthéron.

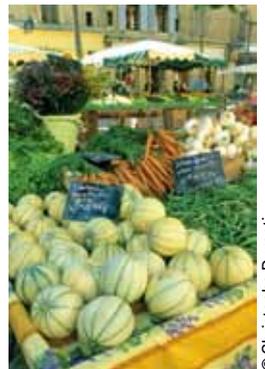
- Les Herbes de Provence : La composition traditionnelle associe l'origan, la sarriette et le romarin, le thym et une pointe de basilic. Depuis 2003, la Commission Nationale des Labels et Certifications a attribué le Label Rouge au mélange "Herbes de Provence".

La diversité de ses paysages

25% du territoire de la CPA est agricole, cela représente 32 000 hectares de paysages de cultures céréalières, légumières, fruitières mettant en scène des paysages variés alliant labourages, pâturages, apiculture, viticulture où se marient les senteurs et les couleurs.

L'art de vivre en Provence

C'est incontestablement une grande motivation touristique et culturelle. Il se retrouve sur les différents marchés mais également dans les bons restaurants et sur les tables locales grâce à des produits emblématiques porteurs de convivialité et de plaisir.



© Christophe Duranti

Parfumée et colorée, la cuisine provençale est à base de produits frais et simples sous le signe de l'olivier, l'amande, le vin et les spécialités du terroir.

On compte 42 marchés hebdomadaires, dont 3 marchés exclusivement paysans, répartis sur 21 communes de la CPA.

Cet art de vivre se traduit aussi par les nombreuses fêtes gastronomiques toute l'année en fonction des productions concernées (les différentes foires aux plantes, fête du miel et de la chèvre, les calades provençales, les fêtes du vin, de la cerise, de la transhumance, de la courge, de la truffe, de l'huile d'olive, la bénédiction des calissons et les foires gastronomiques ou gourmandes).

L'art de vivre, c'est aussi la détente, au cœur des villages, sur les places ombragées où se jouent les fameuses parties de pétanque ou au cœur de la ville

d'Aix en Provence, grâce aux Thermes aixois qui se situent à 5 minutes du

Cours Mirabeau et représentent le plus grand Spa de Provence.

Tourisme de découverte économique

La motivation du tourisme de découverte économique tient à la découverte des processus de fabrication, d'un patrimoine industriel ou artisanal régional.

Sur le Département, la majorité des entreprises ouvrant leurs portes au public sont des TPE (très petites entreprises) de moins de 10 salariés.

Pourtant, le territoire de la CPA recèle également un certain nombre d'entreprises innovantes et de pôles de compétitivité ainsi que de très belles entreprises de plus de 50 salariés reconnues sur le marché mondial.

• Commerces et artisans en Pays d'Aix

Les **métiers d'art** représentent un atout touristique incontestable. Au 01/01/2011, ils représentaient un **potentiel de 1 300 entreprises sur le Pays d'Aix** (soit plus de 20% des artisans de la CPA).

Actuellement, 60 de ces entreprises ont reçu la mention Métiers d'Art sur la CPA. Elles sont réparties sur 21 des 34 communes de la CPA et 25 d'entre elles sont installées sur la ville centre d'Aix en Provence¹⁸.

Les métiers tournent autour du travail de la terre (comme les santons), du bois, du métal, de la pierre (Rognes) mais également le textile (tapisserie d'ameublement) ou la joaillerie, bien représentée sur le territoire.

Par ailleurs le fait que le territoire du Pays d'Aix soit un territoire d'excellence agricole (8 AOC, 2 labels rouges) et qui bénéficie d'une gastronomie artisanale réputée (amandes au cœur des calissons, truffes de Rognes, produits issus de l'olive...) renforce le tissu artisanal.

Les données de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat des Bouches du Rhône (CMA) au 1^{er} janvier 2011 stipulent que le Pays d'Aix compte plus de 600 artisans exerçant dans l'alimentaire dont 165 pâtisseries et chocolatiers. On compte également une trentaine d'entreprises exerçant dans la transformation de produits alimentaires tels

que la production d'huile d'olive, de tapenade, de liqueurs, d'herbes de Provence, de fromage... Certaines d'entre elles possèdent d'ailleurs un positionnement important à l'export (Calissons, chocolats, liquoristerie).

La CMA a développé plusieurs itinéraires : la route des métiers d'art (14 artisans sur le Pays d'Aix) et la route gourmande (10 artisans) permettent aux touristes et aux habitants de découvrir des savoir-faire et des produits inédits locaux.

• Label destination Entreprises

Afin de structurer la filière du tourisme de découverte économique, l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie et le réseau des CCI en partenariat avec le Ministère Délégué au Tourisme ont créé un label d'accueil du public en entreprise : « Destination Entreprise » .

Il n'en existe encore que 10 sur la CPA dont 9 dans l'agroalimentaire.

• Le Centre des Congrès

Le tourisme d'affaires sur un territoire comme la CPA qui compte environ 300 entreprises de plus de 50 salariés est également pourvoyeur de recettes et de développement économique.

Le Centre des Congrès, même s'il possède une capacité estimée comme sous dimensionnée par beaucoup de professionnels, accueille **plus de 90 manifestations par an pour un chiffre d'affaires d'un million d'euros.**

Il possède un amphithéâtre de 500 places, plus de 600 m² de salons modulables et se trouve en plein centre ville.

En 2011, le Centre des congrès a accueilli 38 manifestations pour une durée de séjour très faible (2,47 nuits)¹⁹. La dépense moyenne par jour d'un congressiste serait aux alentours de 152€, soit bien supérieure à celle d'un touriste de loisir.

• Innovation en Pays d'Aix

Territoire d'innovation, la Communauté accueille 8 pôles de compétitivité qui regroupent près de 300 entreprises et instituts de recherche sur son territoire.

Les filières d'excellence du Pays d'Aix sont nombreuses :

Microélectronique et informatique, énergies et environnement, aéronautique, Santé et Biotech, Optique et Photonique.

En matière de Recherche, le Pays d'Aix abrite des acteurs et porteurs de projets internationaux (le CEA Cadarache, le projet ITER, la future Cité des énergies...), de nombreux centres de recherche, des laboratoires ainsi que les Universités.

A ceux là s'ajoutent des laboratoires privés ou semi-privés ainsi que la R&D des PME innovantes.

Si à ce jour, le tourisme industriel n'est pas développé sur le Pays d'Aix, il n'en reste pas moins que le territoire dispose d'un fort potentiel en la matière si on s'appuie sur la dynamique que porte l'ensemble de ces acteurs.

Ainsi, dans le domaine de l'énergie, plusieurs sites font référence comme les mines (de Gardanne, Gréasque, Meyreuil), l'hydroélectricité en Durance, la fission puis la fusion autour de Cadarache et enfin les énergies renouvelables.

Ce tissu d'entreprises et de centres de recherche pourrait constituer un pôle d'attraction touristique à l'instar d'autres régions de France.

D'autres filières d'excellence présentes sur le territoire permettent d'envisager la mise en place de circuits de découvertes économiques.

Le tourisme, fer de lance du dynamisme local

“

Grâce à un incontestable et remarquable patrimoine naturel et historique, le Pays d'Aix constitue la deuxième destination privilégiée des touristes en France.

A ce titre, nous devons mener une politique de développement touristique volontariste pour soutenir, accompagner, valoriser et pérenniser les atouts de notre territoire, en nous appuyant plus largement sur un environnement et un contexte régional porteurs.

Les enjeux sont multiples et s'entrecroisent : maintien et créations d'emplois (9% des postes de salariés dans les Bouches-du-Rhône), richesse économique, préservation de la culture locale, image de marque... Le tourisme doit être un des fers de lance de la dynamique communautaire du Pays d'Aix.

Nous avons œuvré à la mise en place de ce Schéma de Développement Touristique aux côtés des élus vice-Présidents de la CPA chargés de l'économie, de la culture et de l'agriculture, domaines indissociables de l'attractivité locale. Il s'agit d'une véritable feuille de route permettant d'afficher clairement des ambitions, de s'adapter et d'anticiper les attentes des touristes, de coordonner tous les acteurs liés au tourisme du Pays d'Aix en partageant une même détermination.

Ce document synthétique est destiné à rendre plus lisible l'offre touristique sur tout le pays d'Aix. Il permet d'organiser, coordonner et optimiser l'offre globale en poursuivant des objectifs à atteindre au travers de 4 axes de développement prioritaires que sont les activités de pleine nature, la culture, le terroir et le tourisme d'affaires.

Les actions ici présentées, en cours ou restant à concrétiser, sont destinées à améliorer la notoriété et la lisibilité du territoire, à établir et animer une organisation touristique, à mettre en valeur les filières d'excellence et à qualifier l'offre existante.

En structurant cette démarche de développement touristique, nous savons que les résultats n'en seront que plus probants.

”



Jean-David CIOT

*Vice-Président de la Communauté du Pays d'Aix
délégué à la promotion et valorisation des activités touristiques
Député-Maire du Puy-Sainte-Réparate*

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Un <u>grand site de France</u> (10 sur le territoire National!) • Une <u>notoriété culturelle</u> nationale voire internationale (Festival d'art lyrique à Aix, de piano à la Roque et le Musée Granet, le plus fréquenté du Département avec des expositions tous les 3 ans) • 4 autres filières d'excellence : la <u>culture</u> (patrimoine, musées, festivals...), l'<u>agritourisme</u> (5 AOC Viti, Label rouge...); les <u>activités de pleine Nature</u> (surtout sur le Grand Site mais opportunités sur tout le territoire) et <u>territoire d'énergies</u> (énergie minière, l'eau, l'ITER et les entreprises innovantes –pôles d'excellence) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de stratégie de conquête de touristes (on vit sur des acquis) • Peu ou pas de touristes utilisent le réseau des transports en commun (manque de communication et adéquation avec les sites) • Pas d'identité de territoire formalisée • Manque de professionnalisation des acteurs (accueil, langues...) • Une moyenne de séjours plus courts que sur le Département. • Une offre en matière d'hébergement faible, notamment en ce qui concerne l'accueil des grands groupes • Manque d'une structure d'accueil (type centre de congrès) de grande capacité
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Un positionnement au sein d'un territoire touristique • Marseille 2013 et dans une moindre mesure le Conseil Mondial de l'eau en 2012 • Une volonté de plusieurs élus de structurer le tourisme en Pays d'Aix • Un nouvel outil encore plus performant en matière d'accueil touristique : le nouvel OT d'Aix • Volonté des OTSI du territoire de travailler ensemble • Des entreprises innovantes et performantes en matière de NTIC et un tourisme de plus en plus tourné vers les nouvelles technologies • Un Schéma de Développement Touristique qui devrait structurer, coordonner et mettre en synergie les acteurs du territoire • Un nouveau Centre des Congrès en cours de réaménagement 	<ul style="list-style-type: none"> • Grande fragilité du Grand Site qui accueille un million de visiteurs par an (croissance régulière) • Fragilité des massifs forestiers • Une concurrence accrue des territoires voisins et de l'international. Le soleil ne fait plus tout • Un mécontentement des touristes au niveau de l'accueil et du rapport qualité/prix



II. OBJECTIFS ET AXES DE DÉVELOPPEMENT

A. LES OBJECTIFS DU SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE (SDT)

La définition d'un schéma touristique doit permettre de mettre en place une politique touristique visant à valoriser le territoire, accompagner les acteurs, structurer et coordonner les différentes actions à déployer en fonction des éléments suivants :

- Maîtriser l'effet de saisonnalité propre au tourisme pour étaler les flux touristiques dans le temps, et sur tout le territoire de la CPA. Il en va d'un équilibre économique et social et d'un dévelop-

pement touristique durable ;

- Développer l'image qualitative de notre destination touristique et avoir sa propre identité qui démarque des destinations concurrentes ;
- Coordonner et mettre en synergie les différents acteurs pour le bon fonctionnement des politiques choisies ;
- Développer le tourisme est un enjeu important en terme d'emploi sur notre territoire, opportunité à ne pas négliger.

1. Promouvoir le territoire en tant qu'entité touristique

Le territoire possède de réels atouts touristiques et spécifiques mais ces derniers ne sont actuellement valorisés que par des politiques sectorielles ou des acteurs particuliers.

Il est important que le territoire puisse valoriser toutes ses ressources touris-

tiques puisqu'elles contribuent à marquer l'identité et à donner de la notoriété au Pays. La promotion de ce territoire dans sa globalité permet de répondre à des attentes diverses (culture, nature, terroir, entreprises innovantes...)

2. Favoriser l'attractivité du territoire dans une optique de développement durable

Certains sites remarquables, comme le Grand Site de France Sainte Victoire, sont d'autant plus fragiles que l'attrait qu'ils procurent peut engendrer des nuisances. Globalement, le territoire que couvre la CPA recense de nombreux lieux naturels qui font sa réputation, même si certains mériteraient d'être plus valorisés (Durance

par exemple). La volonté est donc de promouvoir un tourisme durable²⁰ en développant des itinéraires propres à la découverte d'une nature à préserver, en mettant en valeur les richesses patrimoniales (naturelles mais aussi culturelles) tout en limitant les impacts négatifs qui pourraient être induits.

3. Augmenter la fréquentation touristique et la durée des séjours

Les différentes études sur le comportement des touristes d'Aix en Provence et sur la durée de leurs séjours ont montré qu'ils restent en moyenne 3,4 jours soit moins que la moyenne départementale ou régionale.

Sur le Pays d'Aix, cette moyenne est un peu plus importante à hauteur de 4,4 jours mais elle reste encore inférieure au département des Bouches-du-Rhône (4,7 jours).

La ville d'Aix en Provence, destination idéale pour des « city breakers²¹», possède avec l'offre du Pays d'Aix une offre complémentaire. De leurs côtés, les communes du Pays d'Aix doivent pouvoir mieux tirer partie de l'attrait de la ville centre pour retenir plus longtemps les touristes.

4. Mettre en exergue les filières d'excellence du territoire

Cette valorisation des filières est incontournable pour la mise en avant des atouts du territoire. Elle passe aussi par un croisement des thématiques qui permet l'enrichissement du domaine concerné (par exemple agritourisme et culture).

Les quatre filières d'excellence ont été définies plus haut dans le diagnostic du territoire.

En ce qui concerne l'agritourisme, on constate un problème de lisibilité de cette filière et de perception, au sein même des professionnels de l'agriculture de l'apport touristique à leur développement économique. Il s'agit donc de les sensibiliser.

Plusieurs actions pourront ainsi être mises en œuvre tel le développement d'une maison des terroirs ou la candidature au label national d'Atout France : «Vignobles et Découvertes » qui inciteront certains agriculteurs à faire le pas. Pour le Grand Site, il semble nécessaire de valoriser ce statut tout en préservant le site par le développement d'un

tourisme durable. Ainsi, en matière de sport de pleine nature, les richesses du territoire peuvent créer la possibilité de développer un pôle d'excellence sur le département (comme celui de l'escalade).

Concernant la filière culturelle qui est déjà repérée comme une filière d'excellence sur la ville centre, les enjeux de l'évènement Marseille-Provence Capitale de la Culture en 2013 impactent le territoire tout entier. Il s'agira de mixer l'art aux autres filières d'excellence et de **mettre en exergue le lien du paysage à l'art.**

Enfin, la CPA, territoire de l'innovation industrielle et ses filières phares (environnement, énergie, microélectronique, santé, aéronautique, optique...), peut permettre des développements économiques par le biais d'une valorisation touristique, (cité des énergies, routes des énergies...).

5. Permettre aux habitants de devenir les ambassadeurs de leur territoire

Les habitants du Pays d'Aix sont aussi des consommateurs des sites et évènements touristiques de notre territoire. Le tourisme de proximité doit être conforté et développé en communiquant sur les richesses touristiques du territoire. C'est en éveillant la curiosité et le goût de découvrir la variété, la beauté de leur lieu de vie que ces habitants s'approprient ces richesses et communiqueront leur enthousiasme aux visiteurs qui selon une étude effectuée en 2009 par l'aéroport de Marseille-Provence, viennent pour la moitié d'entre eux visiter des amis ou de la famille.

Le tourisme de proximité permet également l'exploitation des spécificités sociales du territoire. Cela concerne

notamment les 40 000 étudiants d'Aix en Provence mais également les nouveaux arrivants parmi les actifs, notamment des cadres²² ou enfin les seniors et les étrangers qui pratiquent de plus en plus un tourisme résidentiel.

Dans cette optique, par exemple, le Service Tourisme de la Région PACA a développé depuis 2009 des campagnes de sensibilisation à travers une opération « Bienvenue chez vous » qui inclut un « pass » donnant un accès privilégié (gratuité, réductions) à plus de 300 sites en Région et permet aux habitants de découvrir et de s'approprier leur région.



LE SDT : FRUIT DE REFLEXIONS MULTIPLES

○ Un Comité de Pilotage transversal

Composé, pour la CPA, des 4 Vice-Présidents au Développement Economique, à la promotion des activités touristiques, à la Culture et à l'Agriculture, il comprend, pour la Ville d'Aix en Provence, le Maire ou son représentant et le Président de l'OMT d'Aix ou son représentant.

Il définit les actions à mettre en œuvre afin d'apporter à chaque commune du Pays d'Aix un support qualitatif et transversal, une valorisation de leurs différents atouts, une recherche de complémentarité et de coordination des activités touristiques sur la CPA.

○ Travail en étroite collaboration avec l'OMT d'Aix en Provence

Outil incontournable dans la mise en œuvre d'actions touristiques structurantes et valorisantes du territoire, l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence met à disposition des professionnels du tourisme et des visiteurs 1 000 m² de surface

d'accueil dédiés à une information de qualité résolument tournée sur les technologies modernes (écrans tactiles, vitrines interactives...)²³

○ Une concertation de terrain

Afin de favoriser l'implication des différents OTSI et acteurs du territoire, **7 ateliers de travail** ont été organisés :

- Inter Offices de tourisme
- Mobilité touristique
- Intermédiation et accueil de groupe
- Tourisme de pleine nature
- Tourisme et agriculture
- Energie, innovation, entreprises
- Culture en Pays d'Aix

Répartis sur le territoire, ils réunissaient à chaque fois une douzaine d'experts.

Le but était, par la concertation, de démarrer ou de consolider des partenariats et de définir les grands chapitres des plans d'actions du schéma.

○ Validation des élus

Une fois analysées, les conclusions issues des données des interviews, des questionnaires et des groupes de travail, ont été présentées aux Maires de chaque commune ou à leurs délégués afin d'alimenter la

réflexion d'un point de vue stratégique.

Le Conseil communautaire du 30 juin 2011 a ensuite validé les axes suivants de développement stratégiques.

B. AXES DE DEVELOPPEMENT

Dans le cadre des orientations d'une politique touristique globale et cohérente à court, moyen et long terme, trois axes de développement sont proposés pour les cinq années à venir.

A partir de ces axes sont déclinées une douzaine d'actions sous le pilotage conjoint de la Communauté du Pays

d'Aix et de l'Office de Tourisme d'Aix. De plus, la participation volontaire de personnels issus des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiatives (OTSI) du territoire pourra permettre l'émergence de chefs de produits en fonction des affinités et compétences de chacun.

1. Améliorer l'image et la lisibilité du « Pays d'Aix »

Il existe une grande disparité en matière d'offre et de maturité touristique sur le territoire. Certaines villes sont particulièrement axées sur la culture et le patrimoine. C'est le cas de la Roque d'Anthéron ou d'Aix en Provence. Le Nord du territoire et une partie de l'Ouest sont caractérisés par la présence de sites « naturels » et par une agriculture de grande qualité, tandis que l'autre partie Ouest et le Sud possèdent des fleurons industriels de pointe.

Il faudra être à la fois en mesure de capitaliser sur la notoriété et l'image de la ville centre Aix et en même temps d'en enrichir le contenu au travers d'une gamme touristique beaucoup plus étendue et moderne autour des valeurs fortes de la Provence.

Pour en faire une véritable destination touristique, il faudra définir un positionnement (attributs, cibles, valeurs concurrentielles) s'appuyant sur les valeurs de développement durable en général, sur les éléments d'exemplarité du territoire (innovation, agriculture, enseignement, culture...) et qui soit partagé par tous (même vision : plus grand dénominateur commun).

Axe 1 : Améliorer l'image et la lisibilité du « Pays d'Aix »

Fiche action 1 : Analyse identitaire de la CPA

C'est la définition du « Plus Grand Dénominateur Commun » touristique que partagent les acteurs et les clients du territoire.

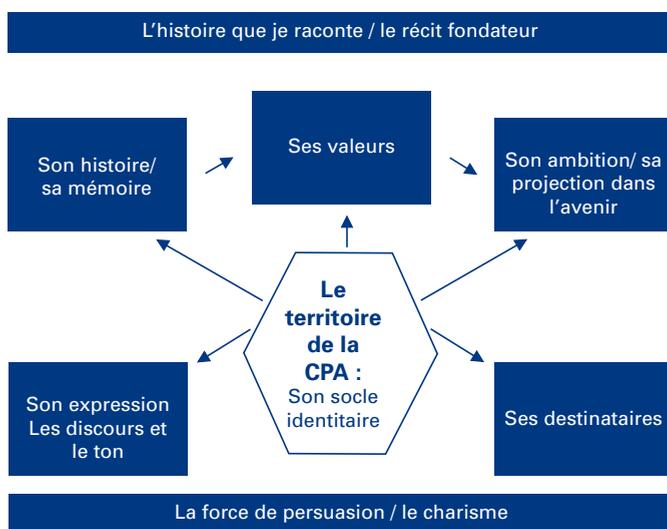
Il conviendra de définir au préalable ce qui fait l'identité du Pays d'Aix, ses principales caractéristiques et spécificités ainsi que ses atouts qui fondent son attractivité.

○ Descriptif des actions

► Définir les valeurs que la destination peut véhiculer : étude de l'identité du Pays d'Aix ;

- Lister les spécificités du territoire
- Connaître les tendances de la demande
- Etudier l'image perçue par la clientèle
- Identifier les cibles de marché communes, définir les champs d'intervention, de positionnement en terme de couples offres - clients
- Agglomérer les études statistiques existantes (CDT, Atout France...),
- Réaliser des enquêtes, entretiens (touristes, professionnels du tourisme, acteurs locaux...)
- Mesurer l'écart entre l'image perçue et l'image voulue

Il existe de nombreux exemples de territoire qui se sont développés grâce à une image fédératrice, commune à tous les domaines de l'économie (le tourisme mais aussi l'industrie et les services, l'agriculture, l'artisanat, etc), image déclinable à partir d'un chapeau commun. C'est le cas, de la ville d'Amsterdam (**I amsterdam**), de la Communauté du Grand Lyon (OnlyLyon) ou de la Région Loire Atlantique (OH LA L.A.).²⁴



Axe 1 : Améliorer l'image et la lisibilité du « Pays d'Aix »

Fiche action 2 : Plateforme de communication unique pour le territoire

Il s'agit de se doter d'un référentiel commun et partagé par tous les acteurs et de concevoir et animer l'utilisation d'une boîte à outils de communication (interne, externe, événementielle...)

○ Descriptif des actions

▶ Créer une marque « Pays d'Aix Tourisme» qui comporte :

- un code de marque (mots clés, visuels, signature, personnages...)
- un logo et une charte graphique (dans une logique de complémentarité Aix/Pays d'Aix)
- un portail de l'offre touristique en Pays d'Aix
- une démarche communautaire sur le WEB : espace Facebook alimenté par les acteurs du tourisme, événements, produits...

▶ Élaborer un plan d'intervention culturelle annuel commun aux 34 communes du territoire

- Travailler sur une thématique culturelle commune à tous les acteurs culturels principaux (institutions, pouvoirs publics, privés, associations...)
- Mutualiser les moyens de communication pour les « grands projets » : expositions...
- Faire du Pays d'Aix le jardin d'Aix pour créer des rendez-vous culturels associés au terroir
- Organiser un pilotage pluri disciplinaire pour un projet communautaire,
- Lancer des actions de promotion professionnelles (presse, grand public...)

▶ Créer un espace ressource : Intranet

- Information sur les ressources et formation des personnes ressources
- Organiser l'information en amont des activités de pleine nature...
- Mettre à disposition des acteurs privés hébergeurs des outils de communication : brochures, site Internet global (portail), cartes, information sur l'artisanat local...
- Mise en place de plaquettes d'information



Axe 1 : Améliorer l'image et la lisibilité du « Pays d'Aix »

Fiche action 3 : Développement et valorisation d'une gamme d'offres qualitatives

Il s'agit de conquérir de nouvelles clientèles, notamment, régionales et locales et de les fidéliser en leur proposant de nombreuses occasions de venir (gamme des offres touristiques large et événementielle).

Il faut donc concevoir une offre lisible, organisée et cohérente tant en externe (prospects et clients) qu'en interne (OTSI et acteurs) pour promouvoir des produits et une marque afin de se différencier des territoires concurrents.

Il s'agit, enfin, de valoriser les communes et les offres touristiques au sein d'un catalogue d'offres du territoire dans son ensemble.

○ Descriptif des actions

▶ **Moderniser la valorisation de l'offre au travers de la thématisation:**

Après avoir effectué l'état des lieux de l'offre, il faut développer par thème : Activités de pleine nature, culture, gastronomie, oenotourisme, bien-être, art de vivre, tourisme d'affaire, jeunes, seniors...

▶ **Travailler sur des logiques de chaînes et d'images associées pertinentes :**

- Vin, fromages, hébergements liés...
- Massages, thermes, eau, essences essentielles...
- Paysages, musées, jardins...
- Activités de pleine nature, environnement

▶ **Structurer l'offre en fonction des clientèles cibles et des saisons :**

- Clientèle urbaine et régionale : cœur de cible
- Clientèle locale : créer une carte Pass « Activités de pleine nature en Pays d'Aix », par exemple.
- Sélection de l'offre en fonction des segments
- Travail en synergie avec les agences réceptives.

▶ **Réussir le maillage du territoire autour du thème de l'eau en Provence :**

Depuis le lac de Peyrolles jusqu'à l'étang de Berre en passant par la Durance et Aix, ville d'eau

Axe 1 : Améliorer l'image et la lisibilité du « Pays d'Aix »

Fiche action 4 : Plan marketing différencié partagé

Il s'agit de décliner le plan marketing Pays d'Aix en plusieurs plans marketing thématiques et de fédérer l'ensemble des OTSI et des acteurs.

Il faut aussi associer le tourisme aux actions marketing sectorielles : économie, agriculture, culture...

○ Descriptif des actions

- ▶ **Réaliser un point zéro marketing** à partir duquel formaliser les objectifs et les moyens

- ▶ **Élaborer une stratégie qui définit la politique de production** (création de produits, de circuits, d'actions de promotion...), de communication et de commercialisation pour une période de 3 ans. Découper le plan marketing en quatre périodes saisonnières.
 - Objectifs et moyens
 - Déclinaison en politiques de produits, distribution, prix, communication, accueil
 - Déclinaison en Plans d'Actions Commerciales : Qui Fait Quoi, Quand, Comment
 - Indicateurs de performance

- ▶ **Croiser l'action marketing avec les actions marketing et communication des autres directions de la CPA et des autres partenaires économiques et culturels du territoire**

- ▶ **Associer les habitants** (notamment, associations, commerçants et hébergeurs) dans certaines actions

2. Mettre en place et animer une organisation touristique

La mise en place et l'animation d'une organisation touristique cohérente passe par l'association des OTSI du territoire et des différents acteurs de l'offre dans leurs pluralités : la culture, l'agriculture, la nature, les entreprises industrielles,

commerciales et artisanales, sans oublier les habitants. Cette organisation doit permettre de répondre aux besoins des communes et des porteurs de projets du territoire.

Fiche action 5 : Cartographie et construction de l'offre, définition des potentiels

Il s'agit de simplifier l'accès à l'offre touristique et de loisirs identitaire du territoire, de trouver le moyen de partager des valeurs communes entre agriculture et tourisme, culture et tourisme... et de créer des vraies relations de partenariats pour co-construire des offres.

○ Descriptif des actions

- ▶ **Cartographie des potentiels touristiques sur le territoire :**
 - Sites, événements, producteurs agricoles locaux, évaluation des offres, potentiels et volontés de diversification et croissance. En fonction, définir les besoins en transport et autres ingénieries.
 - Enquête auprès des entreprises pour savoir qui est prêt à ouvrir ses portes et sous quelles conditions. Définir les niveaux d'intervention : identification des liens envisageables : tourisme, industrie, recherche.
 - Réaliser un recensement des paysages « sensibles » à réhabiliter ou à sauvegarder

- ▶ **Analyse objective de la lisibilité de l'offre :**
 - Signalétique, parkings des sentiers, exhaustivité et harmonie dans la signalétique en Pays d'Aix (hébergements, activités de loisirs, restaurants...)
 - Inventaire sous la forme d'une base de données lisible et partagée du réseau des acteurs sélectionnés (boîte à outils commune)

- ▶ **A partir de cet inventaire, favoriser les premiers contacts entre opérateurs en organisant des rencontres des professionnels de l'offre (workshop)**



Axe 2 : Mettre en place et animer une organisation touristique

Fiche action 6 : Définition de compétences minimales des acteurs et mutualisation

Il s'agit de faire en sorte que le plus grand nombre d'Offices de Tourisme ait une connaissance approfondie du territoire, de ses atouts et de ses frontières afin que chacun puisse parler de toute l'offre du territoire.

Il faut déployer les compétences en fonction des spécificités des territoires et de leurs offres et favoriser les échanges de bonnes pratiques entre OTSI.

Il faut également favoriser l'implication des élus, dans leurs différentes compétences, dans le développement de l'économie touristique.

○ Descriptif des actions

▶ Mise à niveau de chacun des offices de tourisme

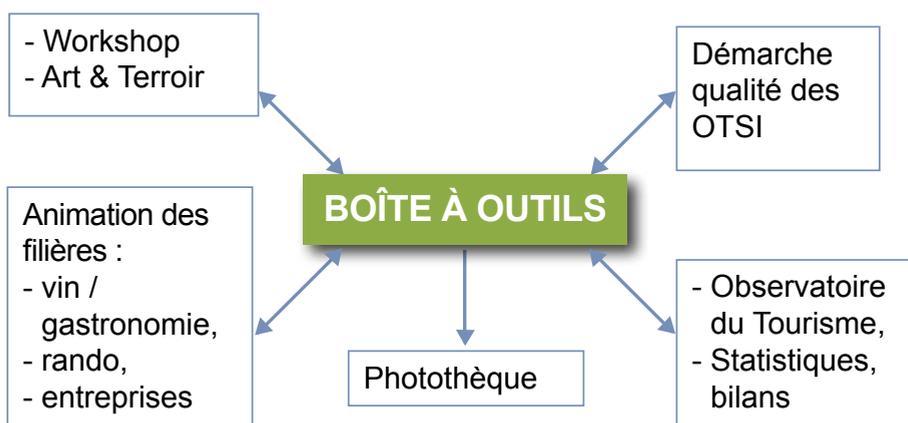
- Accompagnement de chacune des communes dans la rédaction de leur projet touristique inscrit au sein du projet global de la CPA
- Accompagnement des OTSI pour l'obtention du label « Qualité Tourisme »
- Formation – action des OTSI à la gestion de projets
- Création et mise à disposition d'un centre de ressources : études clientèles, statistiques.
- Organisation de séminaires d'échanges entre OTSI permettant d'adopter des pratiques communes.

▶ Mettre en place et animer une dynamique marketing partagée

- Formation – action autour de la construction d'un plan marketing commun
- Outils de communication permettant de fédérer les offres de séjours, stages et activités sur le Pays d'Aix
- Portail Internet commun
- Volet « Pays d'Aix » sur le site de l'OT d'Aix permettant de faire remonter les actions sur le territoire

▶ Mettre en place une organisation d'animation et de production partagée d'une gamme thématique (sous une logique de chef de produit) autour des thèmes :

- Activités de pleine nature, environnement,
- Agriculture,
- Territoire de création et diffusion culturelle,
- Terre d'innovations et d'énergies.



Axe 2 : Mettre en place et animer une organisation touristique

Fiche action 7 : Animation, facilitation, coordination de l'offre

Il s'agit de réussir la transversalité en encourageant une culture du travail collectif et pluridisciplinaire en développant des animateurs de territoire à travers les différentes compétences et appétences des responsables d'OTSI.

Il faut positionner le tourisme dans sa dimension transversale au sein des services de la CPA (agriculture, culture, mobilité...)

○ Descriptif des actions

▶ **Accompagner la création de plateformes d'échanges et d'actions croisées**

- Création d'une structure de coordination permettant de faciliter le décloisonnement du territoire (limites administratives, politiques, compétences sectorielles, filières...). Mise en place de « suivi des travaux du schéma ».
- Mise en place des commissions de travail interprofessionnelles (transversalité) dans la continuité de la dynamique des ateliers du schéma
- Développement d'un intranet inter-sites et inter-OTSI
- Animation des logiques de clubs d'utilisateurs associant les professionnels, permettant de poursuivre le travail des groupes thématiques vers l'action : club des réceptifs, club énergie & innovation, club nature, club des hébergements, club mobilité, club du Goût...

▶ **Ingénierie de l'animation territoriale**

- Soutien des porteurs de projets touristiques en forêt. Accompagnement administratif, politique, marketing...
- Participation aux réflexions des schémas d'aménagement du territoire.
- Réflexions et échanges entre hébergements et municipalités pour définir ensemble les opportunités de construction d'hébergements touristiques
- Observation / veille de la fréquentation touristique en partenariat avec l'observatoire du département
- Accompagnement des sites à l'augmentation et l'évolution de la fréquentation touristique
- Accompagnement des commerces pour arriver à adapter leurs horaires aux comportements touristiques

▶ **Mettre en place les outils de gestion et de valorisation de la qualité globale**

- Charte qualité, label
- Classement de la qualité de l'offre avant mise en marché
- Accompagnement du lancement national du label oenotourisme
- Référencement des hébergements qui veulent accueillir les groupes
- Développement de nouvelles offres « activités de pleine nature », sources de désaisonnalisation (randonnées à pied, à cheval...)

Axe 2 : Mettre en place et animer une organisation touristique

Fiche action 8 : Coordination de la politique événementielle

Il faut capitaliser sur les événements d'envergure, le savoir-faire et les bonnes pratiques de la CPA pour aider chacun des événements du territoire à se doter d'un référentiel et d'outils de développement touristique culturel communs permettant d'éviter de reproduire partout le même événement.

○ Descriptif des actions

Création d'un comité mixte orienté tourisme & culture associant les collectivités, les associations, les artisans, les commerçants... avec comme objectifs en matière de coordination événementielle :

- ▶ **La création d'un ou plusieurs événements culture & science**
(patrimoine industriel, énergies ; parcours thématiques sur le territoire : énergie, eau, forêt...)
- ▶ **Structurellement, la coordination des ressources :**
diffusion, marketing et communication
 - Sélection des événements
 - Favoriser la délocalisation d'événements, spectacles, concerts...
 - Manifestations au cœur des villes : impact écologique et communication importante
 - Développement et promotion des offres pendant les grands événements culturels
 - Imaginer un événement par bassin de vie, développer des balades contées intercommunales (permet de favoriser les rencontres)
 - Sur chaque événement, prévoir de la sensibilisation aux espaces naturels
 - Développer des événements partagés sur le territoire : associer par exemple une course et le terroir

3. Mettre en valeur des filières, qualifier l'offre

Cet axe met en exergue la nécessité de faire progresser la qualité de l'offre et des mobilités sur le territoire en travaillant tout à la fois le cœur du métier touristique avec les OTSI et les applications et offres innovantes avec les entreprises et les universités du territoire.

Fiche action 9 : Développement d'applications m-tourisme et nouvelles technologies de la communication

Il s'agit d'aider le « mobinaute » (utilisateur d'un mobile) à imaginer le territoire d'hier et de demain par la mise en réseau du territoire à travers des solutions et applications mobiles ; en personnalisant la relation avec le touriste au travers de la géolocalisation, des outils de gestion de la relation clientèle (Customer Relationship Management associés) et du marketing mobile mais également en développant des solutions de réalité augmentée.

○ Descriptif des actions

- ▶ En partenariat avec le service « Innovation et création d'entreprises » se rapprocher des entreprises du secteur TIC, universités et laboratoires de recherche en pointe au sein de la CPA
- ▶ Participation à des programmes Européens

Axe 3 : Mettre en valeur des filières, qualifier l'offre

Fiche action 10 : Plateformes intermodales et TIC associées

Il s'agit de capitaliser sur la dynamique des transports en commun et sur les logiques de plateformes intermodales pour une offre de transport intermodal et collectif touristique afin d'en améliorer la lisibilité et l'attractivité auprès de la clientèle touristique.

Il faut également améliorer la nature, les médias et les points d'informations sur le territoire, la clientèle touristique n'étant par nature qu'une clientèle de passage, étrangère au territoire et donc moins capable de décoder et comprendre les subtilités de partage de trafics entre les opérateurs.

Enfin, il faut arriver à accompagner les porteurs de projet « mobilité » dans leurs pluralités en matière de valorisation et de développement d'offres et de solutions : à pied, à cheval, en voiture, en vélo...

○ Descriptif des actions

- ▶ **Créer une commission tourisme & mobilité au sein de la CPA ayant pour but :**
 - L'amélioration de la lisibilité de l'information transport sur le territoire.
 - Le développement de points et solutions d'information : de l'affiche (type plan de métro) présentant de façon claire les sites desservis et les différents nœuds d'interconnexion aux solutions NFC, par tags, flashcodes ou autres.
 - La multiplication des solutions transports vers les sites touristiques majeurs de la CPA ainsi que la mise à disposition d'informations sur les mobiles.
 - Le développement des solutions intermodales douces (vélo, locations voitures électriques courtes distances...)
 - La co-animation de la réflexion mobile marketing sur le territoire
- ▶ **Développer un site d'information et de réservation « mobilité et découverte douce » sur le territoire :** covoiturage inter-offices de tourisme, solutions mini-groupes, propositions de séjours, locations de modes de transports (mini-bus avec ou sans chauffeur, vélos électriques...)
- ▶ **Accompagner les porteurs de projets dans la création et la proposition d'offres de découvertes alternatives**
 - de destinations – thèmes en Pays d'Aix et calibrer une offre de transports.
 - de parcours touristiques (pédestres, équestres, cyclotourisme, VTT), en cherchant notamment, à mailler les communes entre elles aux travers d'offres intercommunales (patrimoine rural, environnement et agriculture, eau, archéologie...)
 - de découvertes en utilisant les modes de transport originaux (voiture à cheval, 2CV, voitures de collections...)

Axe 3 : Mettre en valeur des filières, qualifier l'offre

Fiche action 11 : Mise en place des conditions de lisibilité de l'offre sur le territoire

Il s'agit de sélectionner et d'accompagner la qualité sur le territoire, de développer des espaces vitrines et de favoriser les croisements et échanges entre les filières.

○ Descriptif des actions

▶ Mise en place d'un charte de qualité sur l'accueil et les produits proposés

- Offre tourisme accessible – tourisme & handicap
- Extension de la marque « Terre de Provence » aux restaurants et aux commerçants
- Mise en place du label national sur l'oenotourisme « Vignobles et Découvertes »

▶ Accompagnement des porteurs de projets :

- Programme d'accompagnement multisecteurs des acteurs du territoire pour qu'ils évoluent ensemble vers de l'éco - responsabilité (échanges croisés d'expériences, visites communes sur le terrain...)
- Accompagner la création d'hébergements et de lieux de restauration en cœur de villages, sur l'eau (plan d'eau de Plantain)
- Mise sur le marché de produits « Activités de pleine nature » : randonnée, environnement.
- Aide à l'aménagement d'aires de camping-cars sur le territoire : dans les villages, dans les exploitations agricoles...

▶ Création d'espaces vitrines, d'information et de distribution partagés :

- Création d'une Maison du terroir – Provence en Pays d'Aix renvoyant sur diverses vitrines et lieux de production et d'accueil sur le territoire (voire hors du territoire : Var, Haute Provence, Vaucluse...)
- Développement de points de vente (marchés) et de consommation (restaurants) labellisés « local »
- Mise en place d'une vitrine de la culture scientifique en Pays d'Aix : cité de l'énergie, bureau des guides...
- Rayonnement du Plan d'eau de Peyrolles (information, promotion, formation...) vers d'autres activités « eau » dans le périmètre : canoé – kayak, pêche, ornithologie sur la Durance...

Axe3 : Mettre en valeur des filières, qualifier l'offre

Fiche action 12 : Itinérances, routes thématiques, maillage inter-sites

Il s'agit de poursuivre la dynamique entreprise au travers de la découverte oenotouristique par deux autres routes thématiques au moins :

- Une route autour du thème de l'innovation et des énergies (de la découverte du feu à l'ITER).
- Une route sur l'eau en Provence, rejoignant notamment la base de Peyrolles à l'étang de Berre en passant par la Durance et les canaux de Provence, le canal de Crapone et Aix en Provence, ville d'eau.

Cette action vise à favoriser les initiatives de découvertes patrimoniales de proximité (intercommunales et intersites) de nature à satisfaire tout à la fois les touristes en séjour localement et les habitants ainsi qu'à créer des liens de proximité entre les communes.

Il s'agit aussi de développer des solutions de découverte du territoire originales et si possible alternatives à la voiture personnelle (Randonnées pédestres en s'appuyant sur la dynamique de l'Office de Tourisme de la Roque d'Anthéron en la matière, cyclotourisme en exploitant le savoir-faire « vélo en Lubéron » mais également les nouvelles formes d'itinérance, mixant le WEB 2.0, les applications mobiles et l'attrait croissant pour les chasses aux trésors)

○ Descriptif des actions

- ▶ **Inventaire de toutes les formes d'itinérances** : pédestre, VTT, cyclotourisme, transports en commun, véhicule personnel et proposition de partenariat.
- ▶ **Segmentation de la clientèle et mise en marché d'offres thématiques de découverte du territoire** :
 - Découvrir le terroir, notamment destiné aux clientèles de cyclotourisme (en partenariat avec l'association « Vélo en Lubéron » par exemple), initier des itinérances accompagnées (en lien avec le Club des réceptifs)
 - Réaliser des propositions en fonction de la durée (de ½ journée, à plusieurs jours) et des niveaux de difficulté. Favoriser autant que possible les transversalités : loisirs, culture, agriculture...)
 - Imaginer des routes thématiques à l'attention des professionnels du tourisme
 - Développer des parcours thématiques : routes « saveurs & senteurs », route des cinq sens.
 - Construire un circuit « énergie : d'hier à demain »
 - Créer des circuits étudiants et jeunes autour de la thématique des entreprises innovantes
 - Animer des micro événementiels, communautaires (bike's week, caching...), populaires
 - Mettre en place une signalétique commune sur le territoire
 - Proposer des offres à la commercialisation : Tour Opérateurs (randonnées pédestres et vélos), autocaristes, agences de voyages étrangères spécialisées, associations de passionnés, blogs thématiques.
- ▶ **Ingénierie de la mobilité** :
 - Sensibilisation et prise en compte dans les règlements d'urbanisme
 - Aménager des entrées de villes « Ici, vous êtes en Pays d'Aix »...
 - Accompagner les communes dans le développement d'aires d'accueil de camping-cars
- ▶ **Développer des solutions mobilité** (applications i.phone et android, GPS...)

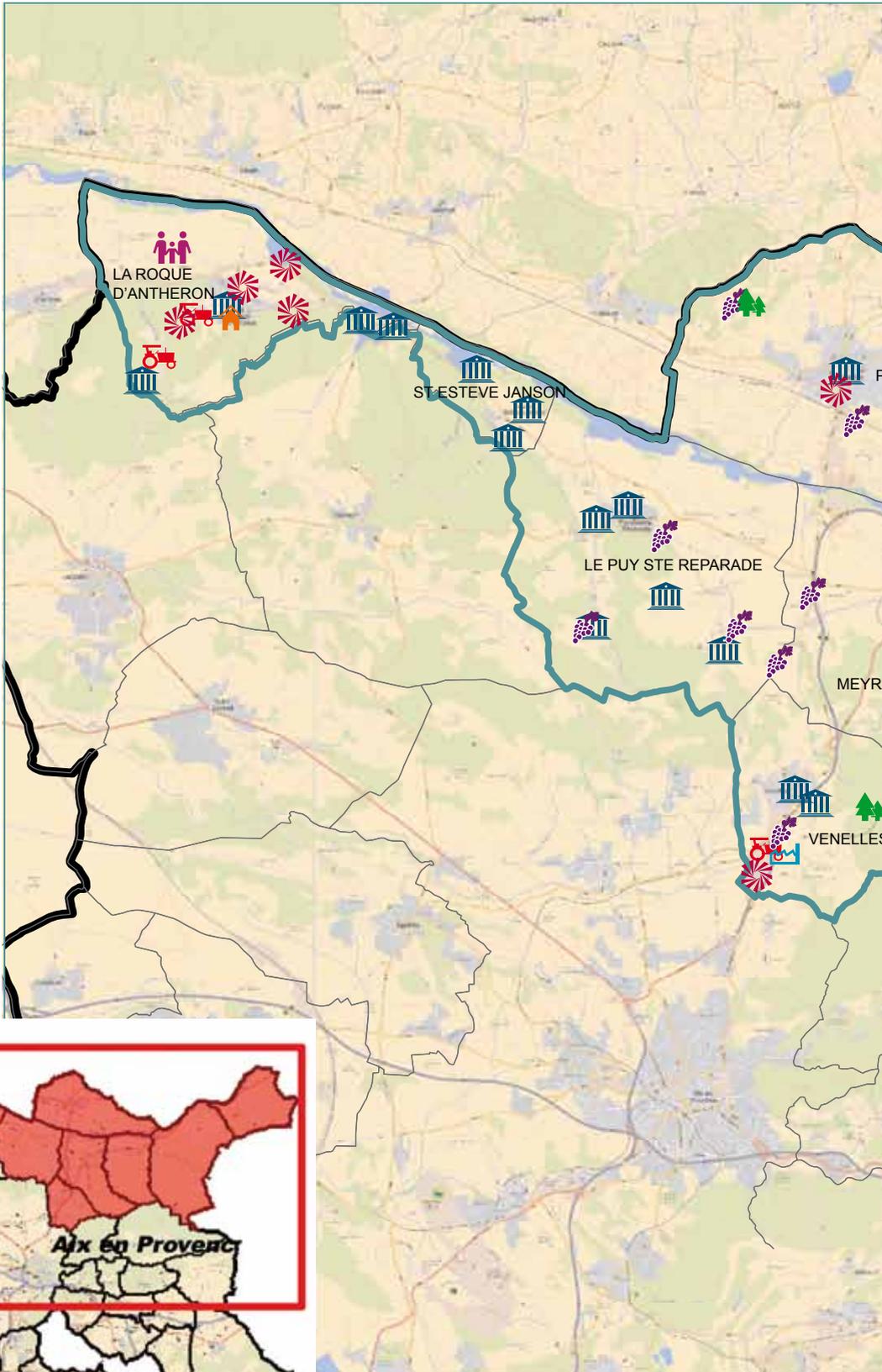
1. Provence-Alpes -Côte d'Azur : l'été se présente bien en région. Vaucluse Matin. 26 juin 2011
2. Marie-Anne Le Garrec. « Le tourisme : un secteur économique porteur ». Direction du Tourisme. Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi. Edition 2008. p.20.
3. Etude réalisée par PROTOURISME sur les comportements des Français en matière de renseignements et de réservation (77 % pour Internet, le bouche à oreille (33%), les Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative (27%), les guides et agences de voyages (21%).
4. Le Quotidien du tourisme. Lundi 10 juin 2010.
5. <http://www.journaldunet.com/ebusiness/tourisme/dossier/le-marche-du-e-tourisme-en-france>.
6. La réalité augmentée désigne les différentes méthodes qui permettent d'incruster de façon réaliste des objets virtuels dans une séquence d'images.
7. L'observatoire de Bouches-du-Rhône Tourisme
8. Bilan d'activité 2011 - Office Municipal de Tourisme - Aix-en-Provence
9. 4^{ème} schéma de développement du tourisme et des loisirs. Bouches du Rhône /2010-2015. p111-116
10. Etude sur l'attractivité du territoire conduite par l'Aéroport Marseille Provence en partenariat avec la CCI Marseille Provence, le Comité Départemental du Tourisme des Bouches-du-Rhône, la Communauté du Pays d'Aix, la Ville de Marseille et l'Office du Tourisme et des Congrès de Marseille. Mars-septembre 2009.
11. Etude Image Destination. CDT13 - 2010
12. Bilan d'activité 2010 - Office Municipal de Tourisme - Aix-en-Provence.
13. Créé en 1985, le label « Villes et Pays d'Art et d'Histoire » est attribué par le ministère de la Culture à des collectivités locales qui disposent d'un patrimoine riche et varié (bâti, historique, naturel, industriel, technique, culinaire, etc...) mais aussi qui souhaitent s'engager dans la valorisation et l'animation de ce patrimoine.
14. Rapport LOTI sur la LGV Méditerranée http://www.rff.fr/biblio_pdf/bilan_loti_LGV_MED_072008.pdf [archive]
15. Données obtenues par la Direction de l'environnement, service forêts de la CPA
16. « Evaluation des avantages économiques liés au Grand Site Sainte-Victoire » Réseau des Grands Sites de France & Syndicat mixte Concors Sainte Victoire. Document de synthèse d'août 2010
17. <http://www.viagolf.fr/marche-tourisme-golf.html>
18. Données de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat des Bouches-du-Rhône au 1er janvier 2011.
19. Bilan d'activité 2011 - Office Municipal de Tourisme - Aix-en-Provence
20. La définition du tourisme durable, selon l'OMT c'est «répondre aux besoins des touristes et à ceux des communautés d'accueil tout en protégeant l'environnement et en développant des opportunités pour le futur ».
21. Le city breaker est un touriste qui choisit de partir pour un court séjour, généralement dans une Ville de notoriété.
22. D'après un rapport CPA de la Commission Promotion du Territoire du 24 mars 2010 il y aurait entre 3 500 à 5 000 personnes nouvelles chaque année.
23. L'Office de Tourisme d'Aix est un Office classé 4*. Il a été le premier OT en France à être certifié pour la qualité de son service d'accueil : Norme française NFX 50-730 et emploie près d'une centaine de personnes.
24. Intervention de Joël GAYET lors d'un Comité de Pilotage technique organisé par la Mission tourisme et l'Office de Tourisme d'Aix le 21 février 2011 au centre des Congrès d'Aix en Provence.

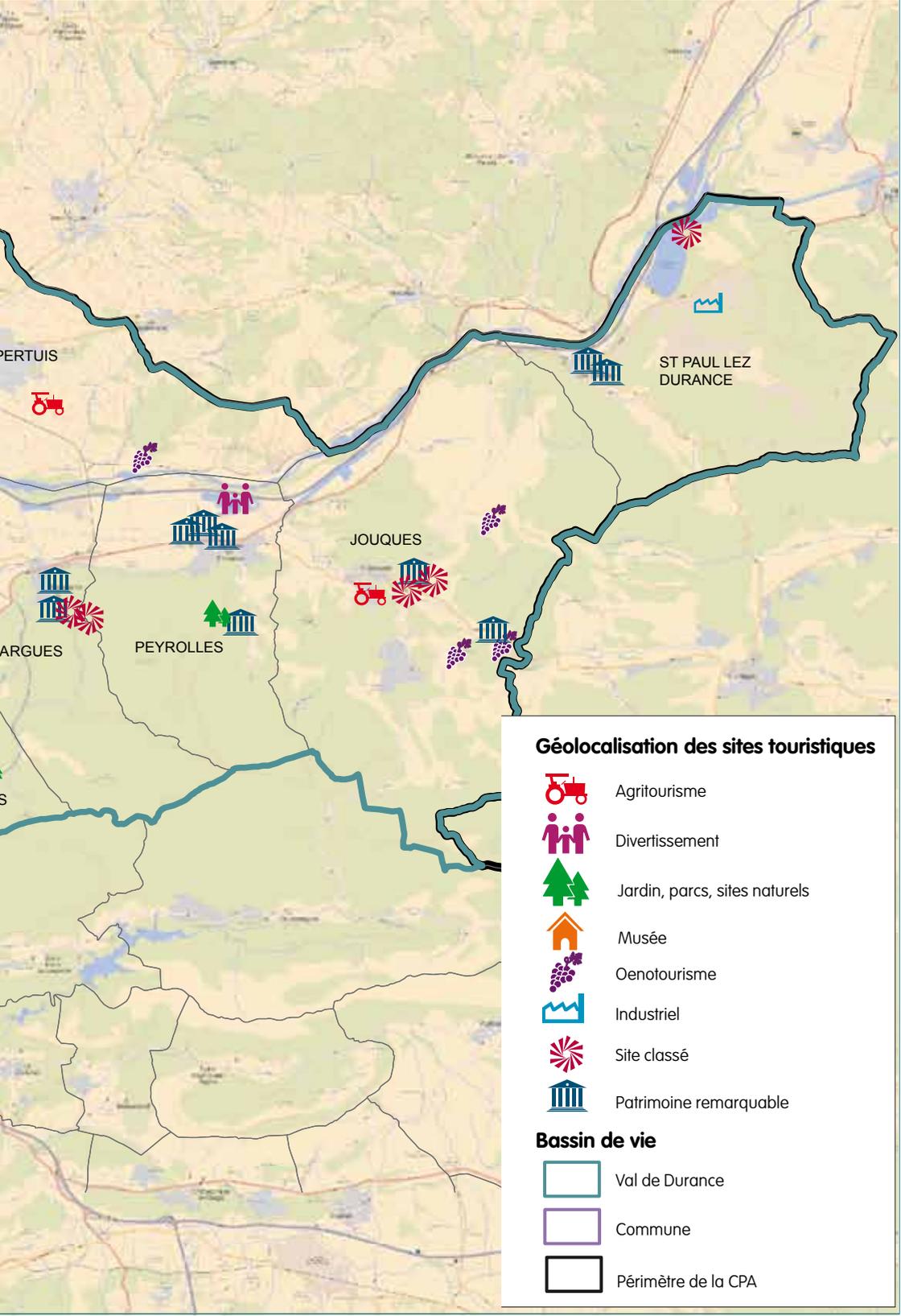
► **Documents de référence:**

- Mémento du tourisme. DGCIS. Edition 2011
- Données Atout France. « Stratégie Destination France 2010 – 2020»
- L'observatoire des Bouches-du-Rhône
- Dossier PACA INSEE Etudes n°6 juin 2012



Val de Durance







▶ JOUQUES

OFFICE DE TOURISME	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Contact 	33 bis boulevard de la République 04 42 63 75 04 jouquestourisme@wanadoo.fr Catherine VALENTIN
MAIRIE	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Elu(e) en charge du tourisme 	3 Boulevard de la République 04 42 63 79 50 contact.mairie-jouques@wanadoo.fr Richard RAFFAELLI
NOMBRE D'HABITANTS		4 200 (2011)
SUPERFICIE		80.4 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Chambres d'hôtes	9	63
Meublés	10	44
TOTAL	19	107

■ Restauration :

- 3 restaurants : Les souvenirs de l'avenir, La burlière, Lou Cassaire

▶ Evènementiel et marché

- Pèlerinage Notre Dame de Consolation (dimanche vers le 8 septembre)
- Raid de Jouques (fin mai)
- Fête de la Saint Bacchi (octobre)
- Pique nique Républicain (13 juillet)
- Marché hebdomadaire (dimanches matins)
- Pèlerinage à Sainte Consorce (lundi de Pentecôte)
- Fête de la musique et feu d'artifice (samedi vers le 21 juin)
- Pèlerinage à Notre Dame de La Roque (15 août)
- Fête de la libération (samedi autour du 20 août)
- Journée du patrimoine avec notamment visites organisées par l'association « les Amis de Jouques »
- Trail de Jouques (mi octobre)
- Vélo tout terroir (début novembre)

▶ Agritourisme / Production agricole

- Distillerie de lavande et moulins à huile (dont 1 bio)
- 4 domaines viticoles :
 - Château Revelette (bio)
 - SCA Vignoble de la Grande Séouve (Aix rosé)
 - La Chapelle St-Bacchi
 - Domaine de Villemus (bio)
- Apiculture
- Oléiculture
- Production d'herbes de Provence, amandes

▶ Culture et patrimoine

- Visite des silos médiévaux de Jouques
- Musée d'histoire locale de Jouques
- Visite libre du Village
- Bibliothèque du Grand pré. Galerie de Baume

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Nombreux sentiers de randonnées et VTT
- Raid et mini raid
- Centre équestre
- Grand Site® Ste-Victoire
- Massifs de Concors et de Vautubière

▶ LA ROQUE D'ANTHÉRON



OFFICE DE TOURISME	
• Adresse	3 cours Foch
• Tel	04 42 50 70 74
• Mail	omt@ville-laroquedantheron.fr
• Contact	Lionel MICHAUD
MAIRIE	
• Adresse	Avenue de l'Europe Unie
• Tel	04 42 95 70 70
• Mail	mairie@ville-laroquedantheron.fr
• Elu(e) en charge du tourisme	Gisèle BOUCHERY
NOMBRE D'HABITANTS	5 150 (2009)
SUPERFICIE	25.5 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Meublés classés	5	18
Résidence de vacances	1	192
Camping	1	1300
Chambres d'hôtes	8	22
Hôtels	1	28
Résidence Meublés	1	48
TOTAL	17	1608

■ Restauration :

- 6 restaurants / 1 pizzeria

■ Artisans - Commerces:

Sculpture, Peinture, Batik sculpture d'art sur marbre

■ Entreprises de loisirs

- Le labyrinthe de maïs
- Laserball - paintball

▶ Évènementiel et marché

- Marchés populaires randonnées FFSP (mai- octobre)
- Fête de la cerise (mai)
- Festival de théâtre « Les Rocatines » (Pentecôte)
- Country Roque festival (2^{ème} W-End de juillet)
- Festival international de piano (juillet - août)
- Festival de quatuors à corde du Luberon (juillet - août)
- Fête de la soupe (oct)
- Bourse aux minéraux et fossiles (sept)

▶ Agritourisme / Production agricole

- Elevage de chèvre : les Roves de la Jacourelle
- Croqu'jardin
- Conservatoire Français du Cheval
- Lipizzan (le plus grand d'Europe)
- AMAP

▶ Culture et patrimoine

- Abbaye cistercienne de Silvacane
- Musée de géologie et d'ethnographie
- Château de Florans (XVI^e)
- Mémorial d'évocation vaudois et huguenot
- Eglise Notre Dame de l'Annonciation (XVIII^e)
- Canal de Craponne (XVI^e)
- Canal de Montricher (XIX^e) et barrage Saint Christophe
- Chapelle Sainte Anne de Goiron (XI^e)
- Parcours vaudois

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Réseau International de randonnées longues distances IVV-FFSP et VVT : 250 km de sentiers avec 2 fédérations (FFR : Fédération Française des randonnées, FISP : Fédération Internationale des sports populaires)
- Ronde de la Durance : Rallye automobile (printemps)
- Pêche en rivière : 2^{ème} catégorie

▶ LE PUY-SAINTE RÉPARADE



OFFICE DE TOURISME	
• Adresse	BP 19 – Rue de l'hôtel de Ville
• Tel	04 42 50 06 97
• Mail	Syndicat-initiative-du-puystereparade@orange.fr
• Contact	Jacques FRENET (Président)
MAIRIE	
• Adresse	Hôtel de ville 2 rue des anciens combattants
• Tel	04 42 61 82 36
• Mail	contact@mairie-lepuysaintereparade.fr
• Elu(e) en charge du tourisme	M. Philippe FOLIOT Mme Anne-Claire FRIEH (Cabinet du Maire)
NOMBRE D'HABITANTS	5 367 (2009)
SUPERFICIE	46.3 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Camping	2 : 1 naturiste (18 emplacements + 8 mobiles homes) et 1 en cours de réhabilitation	255
Chambres d'hôtes	20	46
Meublés	7	23
Hôtel (chalets)	1	21
TOTAL	30	345

■ Restauration : 8 Bars et Restaurants

▶ Evènementiel et marché

- Concert du Nouvel An
- Grande Braderie de Printemps (avril)
- Fêtes de Pâques
- Les estivales (une semaine en juillet)
- Festival Music en vignes au Château Paradis (juillet)
- Les fêtes de la St Michel (septembre)
- Les journées du Patrimoine (septembre)
- Fête de la Sainte-Réparade (octobre)
- Fête du vin et du Terroir (octobre)
- Rallye Vélo (octobre)
- Semaine Bleue pour les Seniors (octobre)
- Festival du théâtre Provençal (octobre)
- Bourse aux jouets (octobre)
- Grande Braderie d'Automne (novembre)
- Festivités de Noël (décembre)
- 1 rdv culturel par mois
- Marché hebdomadaire le dimanche matin)

▶ Agritourisme / Production agricole

4 domaines viticoles :

- Château Paradis
- Château La Coste
- Château Fonscolombe
- Domaine les Bastides

▶ Culture et patrimoine

- Château d'Arnajon
- Château La Coste (architecture et œuvres monumentales)
- Eglise de l'Assomption Sainte Marie
- Chapelles Sainte Réparade et Saint Canadet
- Eglise du Puy Sainte Réparade
- Vestiges de la Quiho et Ruine d'un ancien château fort

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Pêche en Durance
- Parcours de santé de la Quiho
- Nombreux sentiers de randonnées et VTT

► MEYRARGUES



MAIRIE <ul style="list-style-type: none">• Adresse• Tel• Mail• Elu(e) en charge du tourisme	Avenue d'Albertas 04 42 57 50 09 infosmairie@meyrargues.fr M. Philippe GREGOIRE
NOMBRE D'HABITANTS	3 542(2010)
SUPERFICIE	41.67 km ² (2007)

► Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtels	2	22
Chambres d'hôtes	10	8
Meublés	6	26
TOTAL	18	56

■ Restauration :

- 1 pizzeria
- 4 restaurants

■ Artisans - Commerces:

- Le marbrociso (atelier de façonnage)
- Bouquet du soleil (produits provençaux)
- Savonnerie forte
- SMCE (décoration pierres naturelles)
- Poterie

► Evènementiel et marché

- Petit marché tous les dimanches matins
- Foire à la brocante (fin mai ou début juin)
- Journée des associations (premier dimanche de septembre)
- 13 juillet
- Fête votive (août)
- Fête du vélo
- Marché de Noël
- Vide grenier
- Fête de la musique
- Feu d'artifice et vin chaud du 1^{er} janvier

► Agritourisme / Production agricole

- Domaine viticole : Château de Vaucraie
- Durand et fils (chevrier)

► Culture et patrimoine

- Château féodal
- Ruines romaines de l'aqueduc

► Sport de pleine nature / Sites naturels

- Nombreuses balades dans l'espace forestier
- Escalade (site officiel référencé)
- Circuit de découverte



▶ PERTUIS

OFFICE DE TOURISME	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Contact 	Le Donjon - Place Mirabeau 04 90 79 15 56 contact@tourismepertuis.fr chantal@tourismepertuis.fr Chantal DECORMIS
MAIRIE	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Elu(e) en charge du tourisme 	Rue Voltaire 04 90 79 02 74 mairie-de-pertuis@wanadoo.fr Jacques BARONE
NOMBRE D'HABITANTS		19 148
SUPERFICIE		289.11 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtels	5	442
Camping	1	160
Chambres d'hôtes	4	13
Meublés	18	71
TOTAL	28	686

■ Restauration :

- 12 restaurants traditionnels / provençaux
- 11 restaurants à thème
- 7 brasseries / bars
- 3 enseignes (Mac Donald – Flunch – Courtepaille)
- 8 Pizzerias
- 1 restaurant bio

■ Artisans – Commerces :

- Un céramiste
- Poterie
- Une galerie d'art « côté vogue »
- Mozaïste, photographe

▶ Évènementiel et marché

- Marché hebdomadaire (vendredis matins)
- Marché des paysans (mercredi – samedi)
- Marché des producteurs (le mardi de 18 à 20 h en saison estivale)
- Election de la Reine des fêtes (janvier)
- Concert symphonique de l'orchestre du Pays d'aix (fin janvier)
- Salon des antiquaires (janvier)
- Le salon des vins et gastronomie (mars)
- Les floralies (avril)
- Festival de voltige équestre (mai)
- Le Corso fleuri et ronde cycliste du corso (juin)
- Fête de la musique (juin)
- Le printemps des sens (été)
- Foire à la brocante (juillet)
- La fête du bon vin (août)
- Fête médiévale du banvin (août)
- Festival du big band (août)
- Foire du 15 août
- Fête du cheval (septembre)
- Fête des associations (septembre)
- Semi marathon et marathon (octobre)

- Salon H2E (octobre)
- Nuit du Patrimoine (février)
- Raid sportif des familles (mai)
- Pot des quartiers (mai ou juin)
- Festival danse dans le canton (juin)
- Festival SUN ART (juillet)
- Bal de la Fête Nationale (13 juillet)
- Fête de la libération de Pertuis (juillet)
- National de Pertuis au jeu Provençal (semaine du 15 Août)
- Feu d'artifices et bal (15 août)
- Pertuis plage (Août)
- Marathon du Lubéron (octobre)
- Ouverture de la saison théâtrale (octobre)
- Foire de la Toussaint (1^{er} novembre)
- Rando de Noël (décembre)
- VTT Vignes (décembre)

► **Agritourisme / Production agricole**

- Fois gras : ferme Cancargaut
- Domaines viticoles
- Château Val Joanis
- Cave coopérative vinicole les Bons Sachants
- Domaine du Grand Callamand

► **Culture et patrimoine**

- Lavoir Notre Dame « troglodyte »
- Fontaine de l'ange
- Maison des Consuls
- Tour Saint Jacques
- Lavoir Saint Jacques
- Eglise Saint Nicolas (gothique flamboyant)
- Le donjon
- Maison de la Reine Jeanne

► **Sport de pleine nature / Sites naturels**

- Val Joanis – Jardins classés « Jardins remarquables »
- La pêche : 2 étangs : étang des cerises et du Farigoulier
- 2 Centres équestres
- Voltige équestre
- Nombreuses randonnées à cheval, à pieds ou à vélo
- Le polo club



▶ PEYROLLES

OFFICE DE TOURISME	
<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Contact 	Place Albert Laurent 04 42 57 89 82 tourisme.peyrolles13@free.fr Mme Chaïb
MAIRIE	
<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Elu(e) en charge du tourisme 	Place de l'Hôtel de ville 04 42 57 80 05 contact@mairie-peyrollesenprovence.fr Mme Michèle VIDELO
NOMBRE D'HABITANTS	4 200 (2009)
SUPERFICIE	34.9 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Gîte de Groupe	1	35
Meublés	4	27
Chambre d'hôtes	4	22
TOTAL	9	84

■ Restauration :

- 2 restaurants
- 2 snacks

▶ Évènementiel et marché

- Foire du roi René (avril)
- Concerts cour du Château (juillet)
- Rally et expositions de motos anciennes (juillet)
- Brocante (1^{er} mai)
- Fête votive (août)

▶ Culture et patrimoine

- Chapelle Notre dame d'Astor
- Grotte aux Palmiers
- Chapelle du Saint Sépulcre
- Château de Peyrolles
- Eglise Saint Pierre
- Carrière de pierre de taille
- Vestiges d'un aqueduc romain
- 6 oratoires

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Lac de Peyrolles : baignade surveillée l'été
- Parcours des 6 oratoires
- Grand Site® Ste-Victoire

▶ SAINT-ESTÈVE JANSON



MAIRIE	
• Adresse	Boulevard des Ecoles
• Tel	04 42 61 97 03
• Mail	saint-estève-janson@wanadoo.fr
• Elu(e) en charge du tourisme	Josiane PLAZANET
NOMBRE D'HABITANTS	344 (2009)
SUPERFICIE	8.7 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Chambres d'hôtes	3	30
Gîte rural	2	8
TOTAL	5	38

■ Restauration :

- un restaurant

▶ Évènementiel et marché

- Fête votive (juin)
- Vide grenier (septembre)
- Marché de Noël (décembre)
- Et bientôt ouverture d'un bistrot de Pays

▶ Culture et patrimoine

- Vestiges du château de Janson sur un domaine privé
- Grotte de l'Escale classée « Monument Historique » mais pas encore de visite
- Chapelle restaurée du XII^e au centre du village
- Amphithéâtre de 300 places prévu pour 2012

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Randonnées pédestres
- Pêche en Durance
- VTT, circuit vélo

▶ SAINT-PAUL-LEZ-DURANCE



MAIRIE <ul style="list-style-type: none">• Adresse• Tel• Mail• Elu(e) en charge du tourisme	Place Jean Santini 04 42 57 40 56 mairie@stpaul.fr M. Curinier
NOMBRE D'HABITANTS	979 (2009)
SUPERFICIE	4 580 ha (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtel /Chambres d'hôtes	2	80
TOTAL	2	80

■ Restauration :

- 3 restaurants
- 1 crêperie
- 1 pizzeria

■ Artisanats - Commerces:

- un atelier de poterie

■ Entreprises innovantes

- Iter / Cadarache
- Parc de Loisirs « Jas du Dauphin »

▶ Evènementiel et marché

- Petit marché hebdomadaire (mardis matins)
- Fête votive (dernier week-end de juillet)

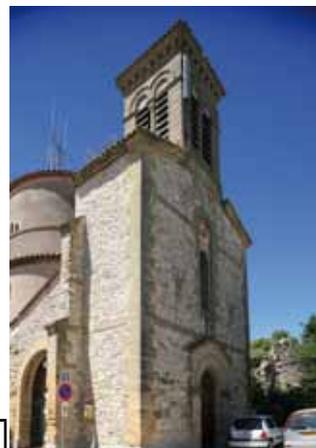
▶ Culture et patrimoine

- Village de Saint Paul lez Durance

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Grand Site® Ste-Victoire

▶ VENELLES



OFFICE DE TOURISME	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Contact 	Place des Logis 45 avenue Maurice Plantier 04 42 12 32 23 office.tourisme@venelles.fr Claire Guasch
MAIRIE	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Elu(e) en charge du tourisme 	Hôtel de Ville Place Marius Trucy 04 42 54 16 16 Françoise WELLER
NOMBRE D'HABITANTS		8250 (2009) 8 310 (2011)
SUPERFICIE		20.5 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtels	3	34
Chambres d'hôtes	2	5
TOTAL	5	39

■ Restauration :

- 12 restaurants

■ Entreprise de loisir :

- Urban Kids

■ Artisans - Commerces:

- boutique et atelier de céramique
- Restauration de peintures et cadres anciens
- fabrication et vente de santon

▶ Évènementiel et marché

- Marché hebdomadaire (samedis matins)
- Course à pieds « foulée veneloise »
- Fête votive (juillet)
- Fête de la vigne et du vin (mai)
- Les nuits d'été (juillet)

▶ Agritourisme / Production agricole

- Liquoristerie
- Domaines viticoles : « les quatre tours »
- Fabrique de chocolat : « Le moulin du cacao »

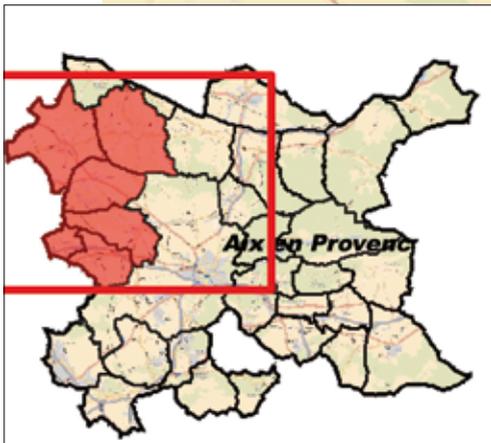
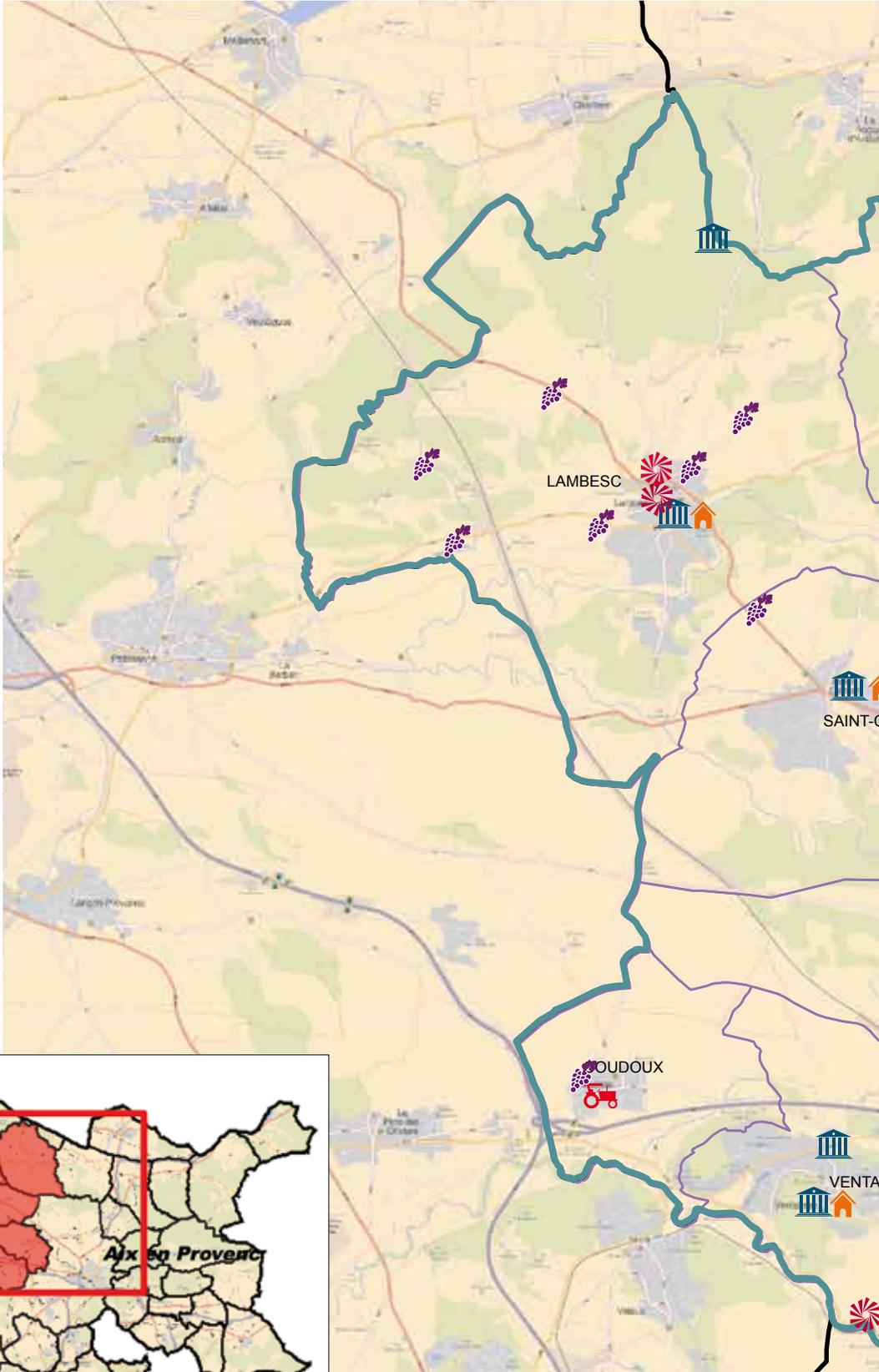
▶ Culture et patrimoine

- Vieux village
- Eglise et chapelle Saint Hippolyte
- Jardin du domaine de la Violaine

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

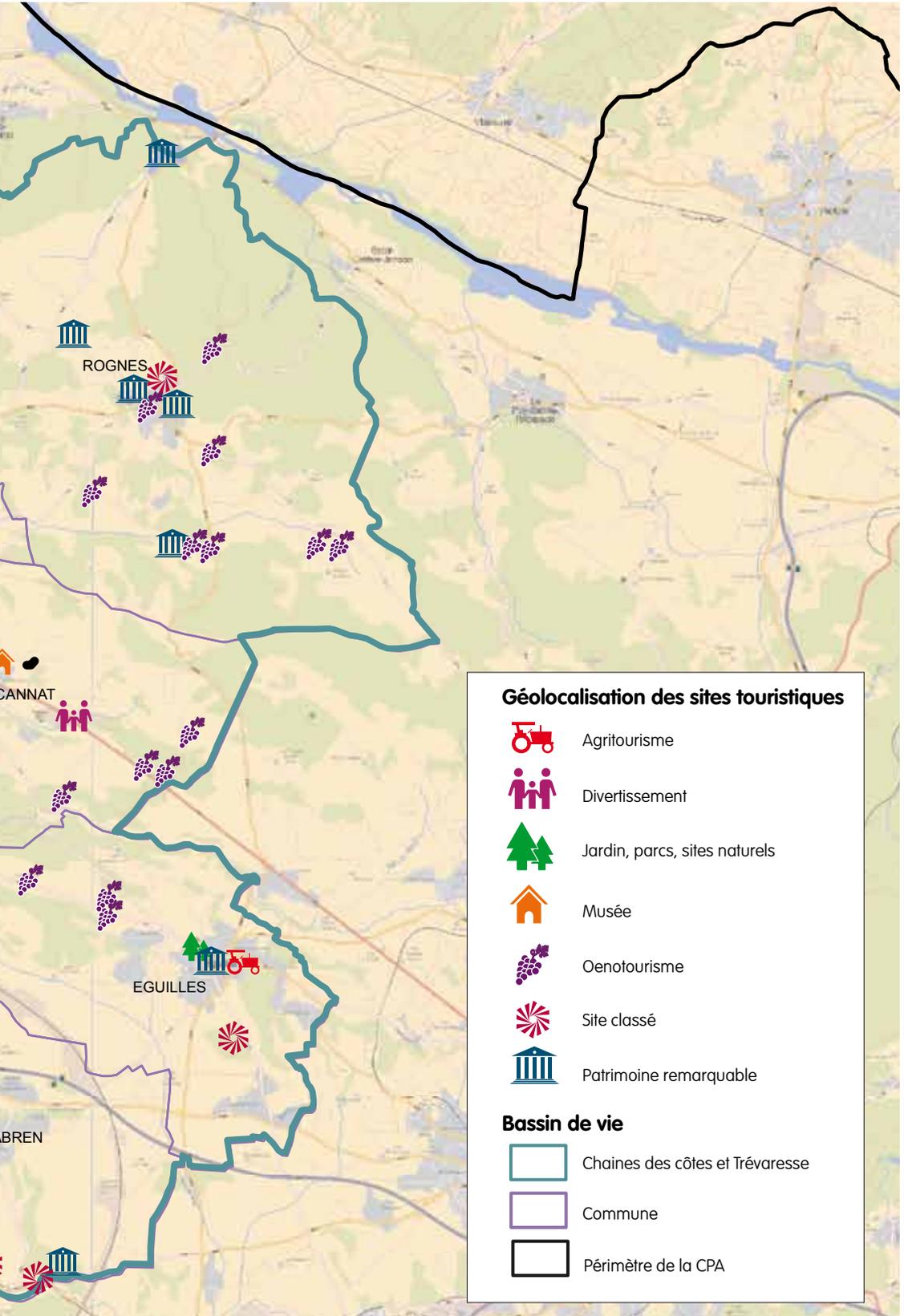
- Chalet du parc des sports Maurice Daugé
- Source de la Touloubre
- Grand Site® Ste-Victoire
- Sentier de randonnée pédagogique

Chaines des côtes et trévaresse





© CIM-CPA





▶ COUDOUX

MAIRIE	
• Adresse	Place Jean LAPIERRE
• Tel	04 42 52 07 07
• Mail	
• Elu(e) en charge du tourisme	M. Guy BARRET
NOMBRE D'HABITANTS	3 449 (2009)
SUPERFICIE	12.7 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Gîte de Groupe	1	35
Meublés	4	27
Chambres d'hôtes	4	22
TOTAL	9	84

■ Restauration :

- 3 Restaurants
- 1 Pizzeria

▶ Evènementiel et marché

- Marché (mardi matin)
- Les Estivales (1^{er} WE de juillet)
- Fête de la St-Michel (3^e dimanche septembre)
- Concours de crèche provençales
- Course à pied «Les collines du berger» (Février)
- Festival Brassens (mars)
- Course vélo «La coudouciennne» (avril)
- Concert «voix plurielles» (mai)
- Les «musikales» (juin)
- Fête de la Saint Michel (3^{ème} WE de septembre)
- Rallye Mistral (novembre)

▶ Agritourisme / Production agricole

- Vin - Domaine de St-Hilaire
- Moulin à huile – Moulin de Coudoux
- Miel – François Bertin

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Cheminement des bords de l'arc
- Montée des 4 termes (vélo)

▶ EGUILLES



OFFICE DE TOURISME	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Contact 	Place Gabriel Payeur 04 42 92 49 15 tourisme@mairie-eguilles.fr
MAIRIE	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Elu(e) en charge du tourisme 	Place Gabriel Payeur 04 42 92 40 61 secretariatmairie@mairie-eguilles.fr M. MAS
NOMBRE D'HABITANTS		7 820 (2009)
SUPERFICIE		34.1 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Chambres d'hôtes	6	22
Meublés	3	20
TOTAL	9	42

■ Restauration :

- 5 restaurants
- 1 pizzeria

■ Artisans – Commerces :

- 1 forgeron

▶ Evènementiel et marché

- Marché aux fleurs (mai)
- Salon de l'Orchidé (février)
- Fête de la Transhumance (juin)
- Grand prix de peinture d'Eguilles (52ème en 2011) (juin)
- Estivales d'Eguilles (3, 6, 9 juillet)
- Fête médiévale (dernier week-end août)
- « L'Eguillenne » : course pédestre (27 novembre)
- Foire gastronomique (décembre)
- Pastorale Maurel (janvier)
- Vide grenier (mai)
- Fête de la St Julien (dernier week-end d'août)
- Forum des associations (septembre)
- Journées Européennes du patrimoine (septembre)

▶ Agritourisme / Production agricole

- Huile d'olive – Barle et Fils
- Domaine Frédavelle
- Domaine Camaïssette
- Le Cellier d'Eguilles
- Le Jardin de Manon – Culture et vente de produits bio (fruits, légumes, œufs, fromages)
- La Menthe Poivrée – Culture, vente et cueillette de produits bio (fruits et légumes)

▶ Culture et patrimoine

- Château d'Eguilles
- Ancien village : lavoirs, fontaines
- Le jardin d'Eguilles de Max Sauze (950m²) labellisé «Jardin Remarquable» par le Ministère de la Culture

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Balades et parcours en forêt



▶ LAMBESC

OFFICE DE TOURISME	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Contact 	2 avenue de la Résistance 04 42 17 00 62 tourisme@lambesc.fr Delphine Liaumon
MAIRIE	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Elu(e) en charge du tourisme 	6 boulevard de la République 04 42 17 00 50 secretariat@lambesc.fr Catherine PIAT
NOMBRE D'HABITANTS		8 990 (2009)
SUPERFICIE		65.3 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Campings	1	300
Chambres d'hôtes	43	95
Meublés	20	88
TOTAL	64	483

■ Restauration :

- 12 restaurants
- 2 salons de thé

▶ Évènementiel et marché

- Festival de l'Imaginaire du Pays d'Aix (octobre)
- Feux de la Saint Jean (juin)
- Festival international de guitare (juillet)
- Balades contées (juillet – août)
- Festine des lavandes (juillet)
- Route de la Durance aux Alpilles (août – évènement ponctuel)
- Festifolk (août)
- Commémoration de la libération de Lambesc (août)
- Marché artisanal de Noël (décembre)
- Foire aux plantes (avril)

▶ Agritourisme / Production agricole

- Domaines viticoles
- Domaine des Béates
- Domaine des ouillères
- Château Calavon
- Les vigneron du Roy René
- Château de Bonrecueil
- Château Pontet Bagatelle

▶ Culture et patrimoine

- Musée des amis du vieux Lambesc
- L'Église et l'orgue Notre Dame de l'Assomption
- Le Jacquemard
- Le lavoir Lou Louvadou
- La mairie de Lambesc
- La fontaine Bono-font
- Les hôtels de Saint Chamas et Cadenet- Charleval
- 9 oratoires
- Place des héros et martyres

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Parcours des oratoires
- Site de Sainte Anne de Goiron (chapelle + monument aux héros et Martyrs de la résistance).



ROGNES



OFFICE DE TOURISME	
• Adresse	5 cours Saint Etienne
• Tel	04 42 50 13 36
• Mail	office.tourisme@rogn.es.fr
• Contact	Anne TUCCELLI
MAIRIE	
• Adresse	1 avenue d'Aix
• Tel	04 42 50 22 05
• Mail	
• Elu(e) en charge du tourisme	Michel QUARANTA
NOMBRE D'HABITANTS	4 685 (2009)
SUPERFICIE	58.3 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Chambres d'hôtes	20	105 pers/ 40 chambres
Meublés	13	40 chambres
TOTAL	33	80 chambres

■ Restauration :

3 restaurants/ 2 pizzerias

■ Artisanats – Commerces :

- Environ 30 commerces
- 3 tailleurs de pierre
- Entre 45 et 50 artisans

▶ Evènementiel et marché

- Fête de la chèvre (avril)
- De la plume à la page (rencontre littéraire) en mai
- Artistes dans la rue (juin)
- Les nuits de la Sainte Victoire (juin)
- La fête du sport (juin)
- Fête des vins des coteaux d'Aix (juin)
- Festival des carrières (juillet)
- Bénédiction des vendanges, chapelle St Marcellin (septembre)
- Fête de la courge (novembre)
- Grand marché de la truffe et gastronomie (décembre)
- Vide grenier en avril et septembre
- Le marché paysan (mercredi / samedi)

▶ Agritourisme / Production agricole

- Fromage de chèvre : ferme du Brégalon
- L'oppidum des cauvins
- Château de Beaulieu
- Château Barbebelles
- Domaine bagrau
- Domaine Naïs
- Les Vignerons de Rognes
- Domaine de Val de Caire

▶ Culture et patrimoine

- Ruines de l'ancien château (rocher plateau du Foussa et fenêtre de la Citadelle)
- Ex-voto « Vierge du Foussa » (6m de diamètre)
- Mausolée romain au domaine de Barbebelles
- Chapelle et hermitage Saint Marcellin
- Chapelle Saint Denis
- Oratoires
- Hôtel de Bibbe, lavoir
- Eglise Notre Dame

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Jardins du Château de Beaulieu (privé)
- Bories (cabane des garrigues en pierres sèches)
- Anciennes carrières (privé)
- Parc des Garrigues
- Sentier des vigneron (14 km et 5 km)
- 2 sentiers pédestres (13 km et 12 km) et VTT 4 sentiers (10 km, 6 km, 2 km, 5 km) véloroute (20 km)
- Nombreuses ballades (non balisées)
- La foulée du Foussa (course pédestre) en mars



▶ SAINT-CANNAT

OFFICE DE TOURISME	
• Adresse	3 avenue Pasteur
• Tel	04 42 57 34 65
• Mail	si.saintcannat@free.fr
• Contact	Fabien PACZESNY
MAIRIE	
• Adresse	Place de la République
• Tel	04 42 50 82 00
• Mail	contact@saint-cannat.fr
• Elu(e) en charge du tourisme	Josianne DUFFAU
NOMBRE D'HABITANTS	5 589 (2010)
SUPERFICIE	37.1 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtels	1	16
Chambres d'hôtes	7	22
Résidence hôtelière	1	90
Gîte rural	4	8
TOTAL	13	136

■ Restauration :

- 3 restaurants, 4 pizzerias

■ Entreprise de loisir :

- Village des automates, parc d'attraction pour enfants

▶ Evènementiel et marché

- Marché hebdomadaire (mercredis)
- Carnaval (mars)
- Féminin plurielle (journées de la femme)
- Foulée de la Trévaresse (dernier dimanche d'avril)
- Course du bailli de Suffren (novembre)
- Nuit des musées (mars)
- Journée des arts martiaux
- Foire aux plantes (mai)
- Vide grenier (1^{er} mai)
- Fête du sport (mai)
- Mois des arts (juin)
- Feu de la Saint Jean (juin)
- Belle récré, Festival jeune public (juin)
- Festival de jazz à Beupré (juillet)
- Marché des potiers (juillet)
- Les Pitchounades, journée loisir au jardin public
- Marché des potiers (juillet)
- Fête des 13 et 14 juillet
- Les Bachanales (été)
- Fête Notre dame (septembre)

- Journées du Patrimoine (septembre)
- Festiv'actes (festival de théâtre biennal)
- Course pédestre du Bailli (novembre)
- Marché de Noël (novembre)
- Journées du livre (novembre)
- Foire aux santons (novembre)
- Théléton
- Réveillon du 31 décembre

▶ Agritourisme / Production agricole

Domaines viticoles :

- Château la Montaurone
- Domaine du Val Dernier
- Villa Minna Vineyard
- Commanderie de la Bargemone
- Château de Beupré
- Vignerons du Roy René/ Cellier de Bailli de Suffren

Agriculture Bio : Le touret blanc

▶ Culture et patrimoine

- Musée de Suffren
- La Chapelle Saint- Cannat
- L'Eglise Notre Dame de vie
- Les lavoirs et fontaines
- La statue du Canus Natus

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Randonnée : « La fontaine de Doudonne » boucle 15 km/250 m dénivelé
- Le parcours de santé
- Complexe sportif Albert Barre
- Skate Park
- Centre équestre
- Le boulodrome
- Jardin public Joseph Richaud



VENTABREN



OFFICE DE TOURISME	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Contact 	4 boulevard de Provence 04 42 28 76 47 omt@ventabren.fr Martine LEYDIER
MAIRIE	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Elu(e) en charge du tourisme • Responsable Communication 	17 Grand'rue 04 42 28 80 14 communication-mairie@mairie-ventabren.fr Christiane OSKANIAN Virginie BOUTAL
NOMBRE D'HABITANTS		4 952 (2009)
SUPERFICIE		26.3 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Chambres d'hôtes	16	68
Gîtes + Meublés	6	26
TOTAL	22	94

■ Restauration :

4 restaurants

▶ Evènementiel et marché

- Rencontres courts métrages
- Festival « courts dans le vent » (avril)
- Course pédestre « La Roquefavour » (mai)
- Festivité des feux de la st Jean (sur 2 soirées en juin)
- Festival International des orgues de barbarie – édition 2011 (juin)
- Vide Grenier (septembre)
- Printemps du Japon en Pays d'Aix (mai)
- Salon de la BD (octbre)
- Marché de Noël (décembre)

▶ Agritourisme / Production agricole

- Producteur bio

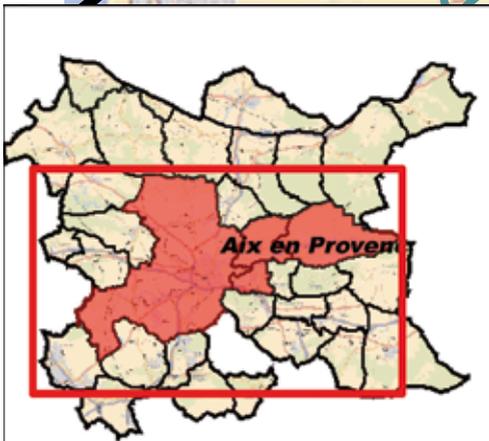
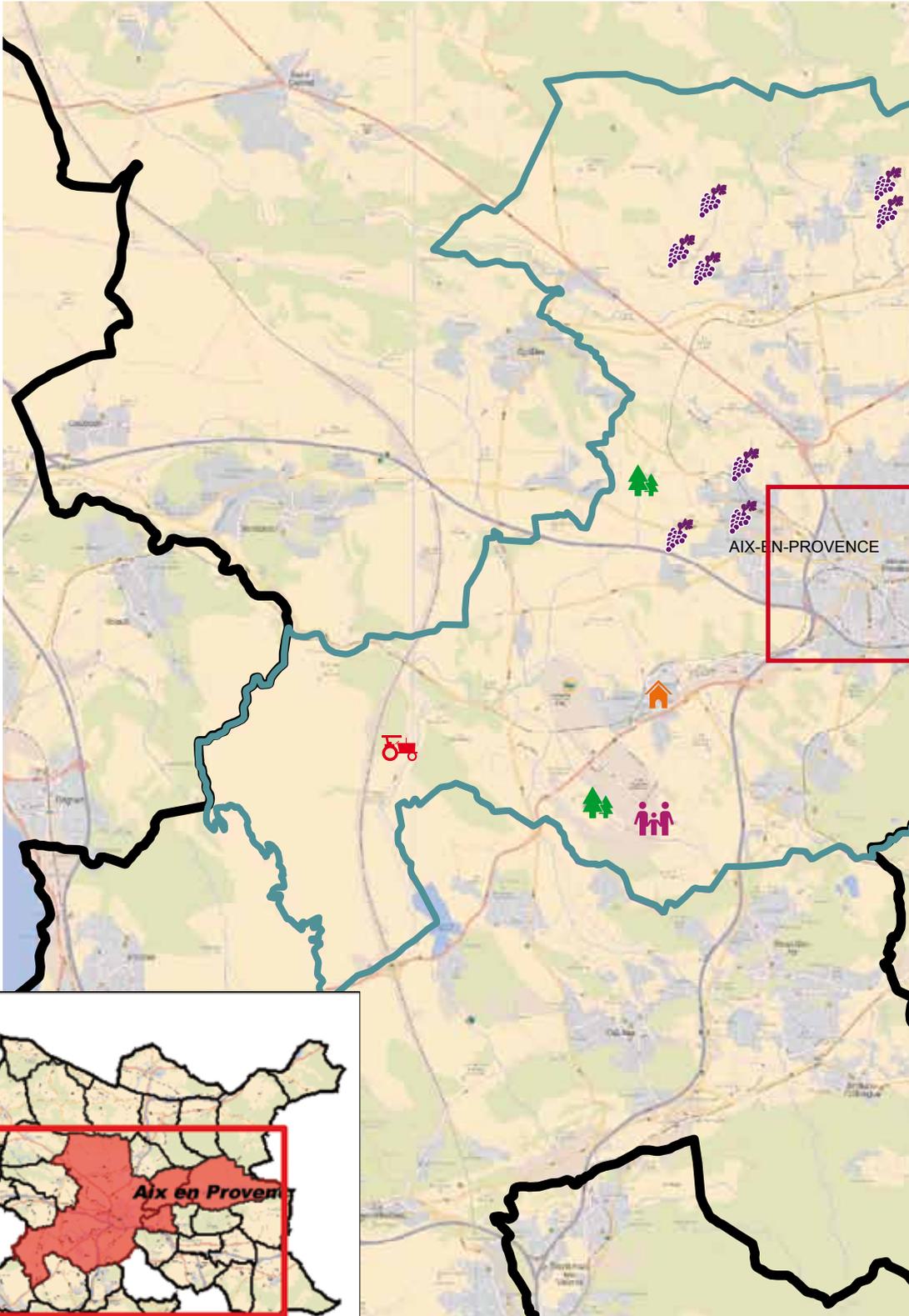
▶ Culture et patrimoine

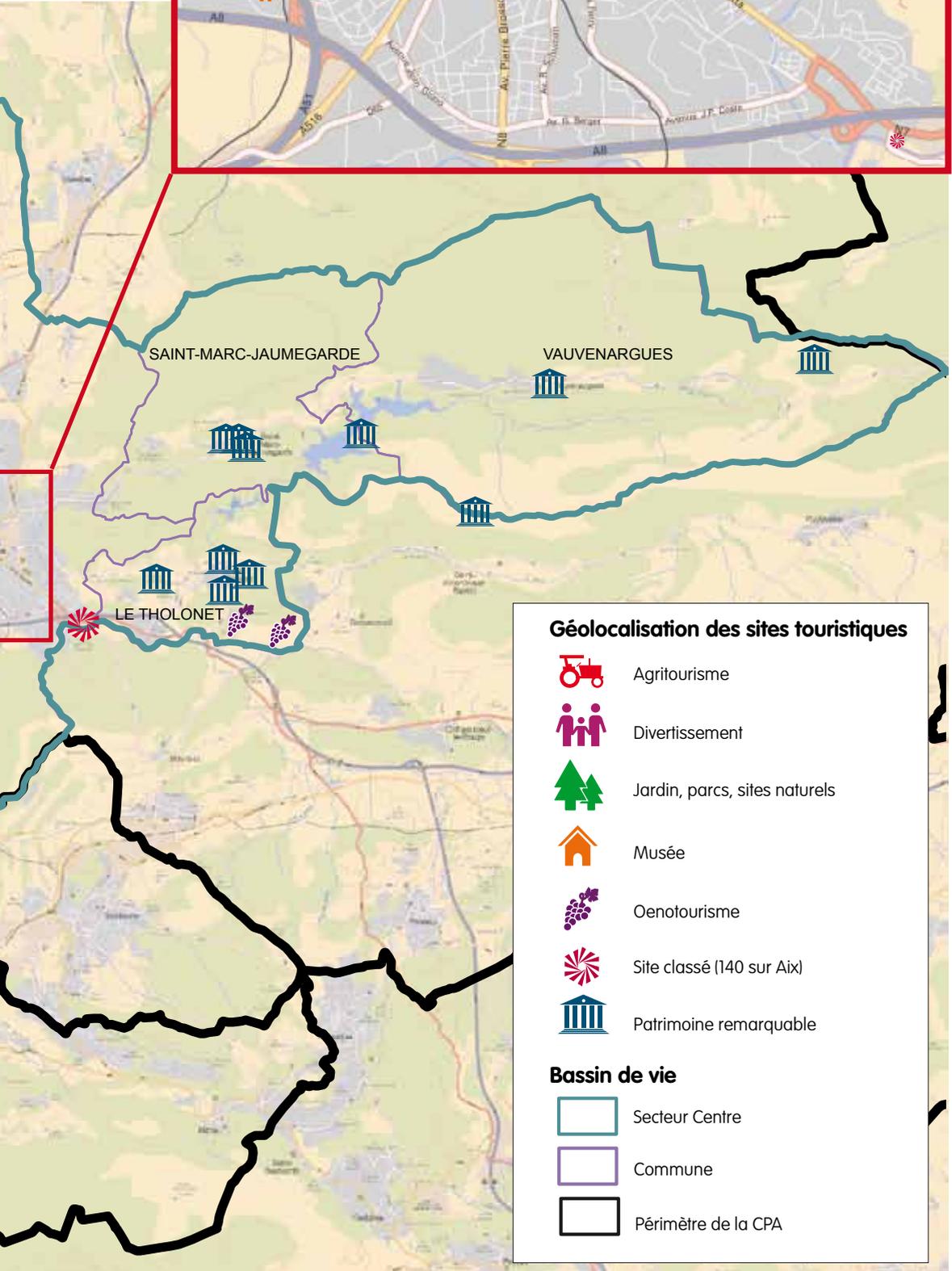
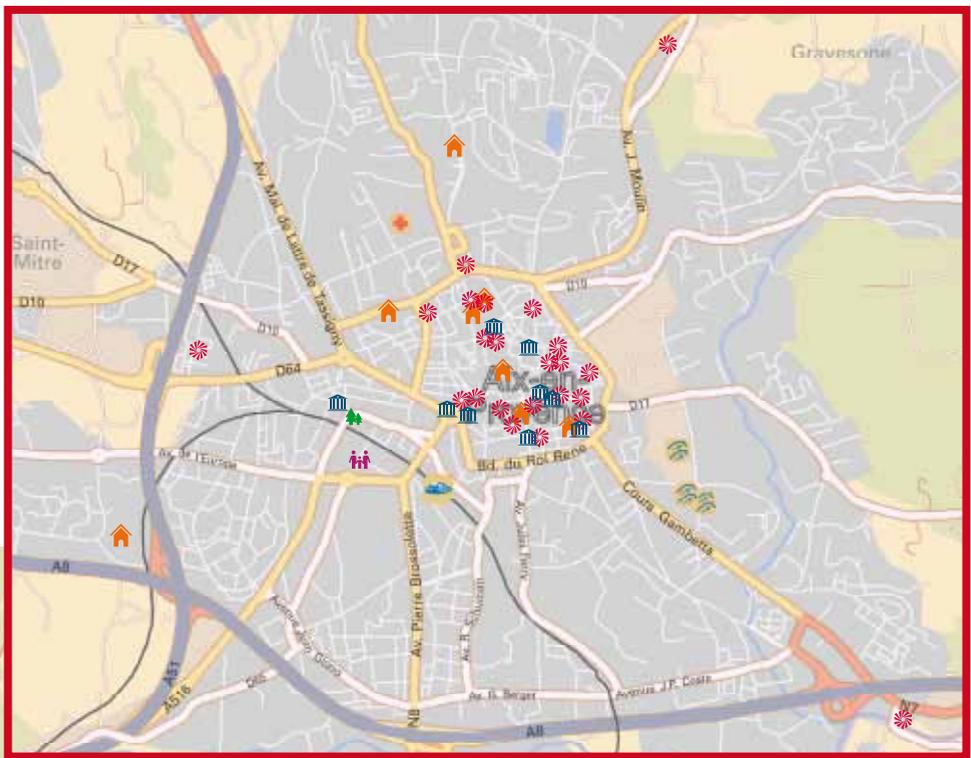
- Musée archéologique de Ventabren
- Oppidum de Roquefavour
- Aqueduc de Roquefavour
- Château dit de la reine Jeanne
- Village de Ventabren
- Moulin de Ventabren
- Ermitage St-honorat
- L'Eglise
- Le prieuré
- Le moulin de la resence

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Circuits autour de l'Aqueduc de Roquefavour

Secteur Centre





Géolocalisation des sites touristiques



Agritourisme



Divertissement



Jardin, parcs, sites naturels



Musée



Oenotourisme



Site classé (140 sur Aix)



Patrimoine remarquable

Bassin de vie



Secteur Centre



Commune



Périmètre de la CPA

▶ AIX-EN-PROVENCE



OFFICE DE TOURISME	
• Adresse	Les allées Provençales 300 av. Giuseppe Verdi BP160
• Tel	13605 Aix en Provence Cedex 1 04 42 161 161
• Mail	infos@aixenprovencetourism.com
• Contact	Henri PONS Directeur
MAIRIE	
• Adresse	Place de l'Hôtel de Ville 13616 Aix en Provence Cedex 1
• Tel	04 42 91 99 30
• Mail	couetmeurm@mairie-aixenprovence.fr
• Elu(e) en charge du tourisme	Victor TONIN Adjoint au Maire
NOMBRE D'HABITANTS	146 690 (recensement 2010)
SUPERFICIE	18 608 hectares

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre		Coefficients de pondération		Capacité d'accueil
Chambres en hôtellerie classée et non classée	2 292	X	2	=	4 562
Lits en résidence de tourisme classée répondant à des critères déterminés par décret	834	X	1	=	687
Logements meublés classés et non classés	67	X	4	=	268
Emplacements en terrain de camping	276	X	3	=	828
Lits en village de vacances et maison familiale de vacances	-	X	1	=	-
Résidences secondaires	2 147	X	5	=	10 735
Chambre d'hôtes	69	X	2	=	138
Capacité globale d'hébergement population non permanente					16 726

- Aix en Provence a été renouvelée en dénomination commune touristique, par arrêté préfectoral du 20 septembre 2010, pour une période de 5 ans.
- L'Office de Tourisme d'Aix est un Office 4 étoiles, certifié AFNOR

■ Restauration : environ 300 restaurants

■ Artisanats – commerces :

- Plusieurs commerces de produits provençaux.
- 349 commerces et 2428 artisans dont 1623 doubles immatriculations
- Artisanat d'art/visite d'entreprises : (santonniers, calissonniers, chocolatier, potiers.....)

■ Entreprises de loisirs :

- Légend'aire (Aix)
- Planétarium Peiresc (Aix)
- Théâtre d'animation (Aix)

► Evènementiel et marchés

- La Marche des Rois (janvier),
- La Pastorale Maurel (janvier)
- Fête du Timbre (février)
- Salon Koala voyages (février)
- Ronde cycliste du Carnaval (février)
- Ronde cycliste (mars)
- Rencontres du 9^{ème} Art Festival de Bande dessinée (mars, avril)
- Festival de Pâques (mars, avril)
- Journées des écrivains du Sud (avril)
- Le Carnaval (avril)
- Festival de musique sacrée (avril)
- Concours International de Danse d'Aix-en-Provence (avril-mai)
- Festival du Tambourin (avril-juin)
- Sm'art (mai)
- La Fête du vélo (mai)
- Aix en foulées (mai)
- La Nuit des Musées (mai)
- Roumavagi (mai)
- Festival du rire d'Aix-en-Provence (mai)
- Les Calades Provençales - le printemps d'Aix (mai, juin)
- Festival seconde nature (mai)
- C'est sud (mai)
- Art & Terroir (juin)
- Concours d'attelage de tradition (juin)
- Rendez-vous aux jardins (juin)
- Feux de la St-Jean (juin)
- Salon vivre côté sud (juin)
- Festival Georges Valère (juin-juil)
- Les Flâneries d'art (juin)
- Déjeuner sur l'herbe (juin)
- Les instants d'été (juillet)
- Team Alpes rétro international – Les Légendes (juillet)
- Foires aux croûtes (juillet)
- Les mARTdis de l'atelier (juillet)
- Festival Côté Cour (juillet)
- Festival d'Aix (juillet)
- Festival des Côteaux d'Aix-en-Provence (juillet)
- Festival de musiques patrimoniales – Aix en Baroque (juillet)
- Festivités du 14 juillet (juillet)
- Rencontres des provinces françaises (juillet)
- Les nuitées d'Aix (juillet-août)
- Concert de l'académie du Tambourin (juillet et décembre)
- Fête de la Saint Louis (août)
- Musique dans la rue (août-sept)
- 16^{ème} Bénédiction des calissons le pacte de la calissonne (septembre)
- Fête Mistralienne (septembre)
- ZIK ZAC (septembre)
- La nuit du jazz la Mareschale (sept)
- Salon des sports (septembre)
- Assogora (septembre)
- Iron Man (septembre)
- Magie du ciel (septembre)
- Salon de l'arme ancienne (septembre)
- Festival chanson française (sept/oct)
- Fête du livre (octobre)
- Fête du timbre (octobre)
- Salon du mariage (octobre)
- Phot'Aix (oct-nov)
- Tour du Pays d'Aix (oct-nov)
- Saison Russe (oct-nov)
- Nouveaux Regards (oct-déc)
- Mômes (oct-déc)
- Festival Image de ville (nov)
- Salon des champignons (nov)
- Festival des nuits pianistiques (nov)
- Marché de Noël des villes jumelles (nov-déc)
- Les Chalets de Noël (nov-déc)
- Noël en provence chez les santons Fouque (avril-décembre)
- Fête de l'huile d'olive (décembre)
- Veillées calendales (décembre)
- Bravade calendale (décembre)
- Festival Tous courts (décembre)
- Marché des 13 desserts (décembre)
- Foire aux santons (décembre)
- Crèche de Noël par les santonniers de la ville d'Aix (décembre)
- La Fontaine aux jouets (décembre)
- Le marché des sapins de Noël (dec)
- Les Marchés textile (mardis, samedis)
- Marchés aux fleurs (tous les jours)
- Antiquités brocantes, foires artisanales (toute l'année)

► Sport de pleine nature / Sites naturels

■ Nombreuses randonnées pédestres, (bibébus, bord de l'Arc.....)

■ golfs

- Aix Golf,
- Golf club Aix-Marseille (Les Milles)
- Set Golf (le Pey blanc)

■ Sports équestres :

- Club Hippique d'Aix-Marseille,
- Club Hippique des Pinchinats,
- Centre équestre de Beauvallon,
- Ecuries du Serre,
- Ecuries de la Constance (Aix)
- Poney club de l'enfant,
- Set horse

▶ AIX-EN-PROVENCE



▶ Agritourisme

- Les marchés (tous les jours),
- 8 domaines viticoles : Château des Gavelles, Château Saint-Julien les vignes, Château l'Evesque, Domaine de Belambrée, Château du Seuil, Domaine de la Brillane, Domaine du Pey Blanc, Les Vignerons de Granet

▶ Culture et patrimoine (140 monuments classés)

- Le Bourg St-Sauveur,
- La Place de l'Université,
- La Cathédrale St-Sauveur,
- L'Archevêché,
- La Tour de l'horloge,
- Hôtel de Ville,
- La Halle aux grains,
- La place et L'Hôtel d'Albertas,
- L'Hôtel Boyer d'Eguilles,
- Le Palais de Justice,
- L'Eglise de la Madeleine,
- L'Eglise St-Jean et le Palais de Malte,
- La Place des Quatre Dauphins,
- Le Quartier Mazarin
- L'Hôtel de Caumont,
- Le Pavillon Vendôme,
- Les Thermes Sextius,
- Le Monument Joseph Sec,

■ Les Bastides et Jardins :

- La Bastide de la Mignarde,
- Le Pavillon de l'enfant,

■ Les Musées :

- Le Musée Granet,
- Le Musée des Tapisseries,
- Le Musée du Viel Aix,
- Le Muséum d'Histoire Naturelle,
- Le Musée Arbaud,

■ Les Sites :

- Le Domaine du Grand Saint-Jean,
- Le Site Mémorial des Milles,
- L'Oppidum d'Entremont,

■ Fondations et Espaces culturels :

- La fondation Vasarely,
- La Cité du Livre
- Fondation St John Perse

■ Les fontaines (34 fontaines publiques, une centaine sur Aix-en-Provence):

- La Fontaine Espéluque,
- La Fontaine des Quatre Dauphins,
- La Fontaine de l'Hôtel de Ville,
- La Fontaine d'Albertas,
- Les Fontaines du Cours Mirabeau,
- La Rotonde.

■ Cézanne :

- La Bastide du Jas de Bouffan,
- Les Carrières de Bibémus,
- La Route du Tholonet et Château Noir (Route Cézanne),
- Le Pont des 3 Sautets,
- Ste-Victoire vue des Lauves (le terrain des peintres),
- L'atelier de Cézanne

■ Equipements culturels :

- Cité du Livre,
- Théâtre du Jeu de Paume,
- Bois de l'Aune,
- Grand Théâtre de Provence,
- Pavillon Noir,
- Conservatoire Darius Milhaud

▶ LE THOLONET



MAIRIE <ul style="list-style-type: none">• Adresse• Tel• Mail• Elu(e) en charge du tourisme	Avenue Cézanne 04 42 66 90 41 Mairie.letholonet@wanadoo.fr
NOMBRE D'HABITANTS	2 279 (2009)
SUPERFICIE	10.8 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Meublés	4	10
TOTAL	4	10

■ Restauration : 6 restaurants

▶ Évènementiel et marché

- Marché (samedi matin)
- Fête votive (mai)

▶ Agritourisme / Production agricole

- Domaines viticoles AOC
- Château Crémade
- Château Henri Bonnaud

▶ Culture et patrimoine

- Moulin Cézanne + circuit cézanne
- Château du Tholonet (SCP)
- Eglise du Tholonet
- Aqueduc romain
- Château noir (non visitable)

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Circuit Cézanne
- Grand site Sainte Victoire
- Nombreux sentiers de randonnées, pédestre, VTT

▶ **SAINT-MARC
JAUMEGARDE**



MAIRIE	
• Adresse	Place de la Mairie
• Tel	04 42 24 99 99
• Mail	mairie@saint-marc-jaumegarde.fr
• Elu(e) en charge du tourisme	M. Gérard GROSDÉMANGE
NOMBRE D'HABITANTS	1 168 (2009)
SUPERFICIE	22.6 km ² (2007)

▶ **Les acteurs**

■ **Hébergements :**

	Nombre
Chambres d'hôtes	5
TOTAL	23

■ **Restauration :** 3 Restaurants

■ **Entreprise innovante :** Barrage de Bimont

▶ **Agritourisme /
Production agricole**

- Domaine viticole : Domaine de Moneron

▶ **Culture et patrimoine**

- Barrage de Bimont
- Barrage Zola
- Tour de Kéryrié (XIV^e)

▶ **Sport de pleine nature /
Sites naturels**

- Grand Site® Ste-Victoire

▶ VAUVENARGUES



MAIRIE <ul style="list-style-type: none">• Adresse• Tel• Mail• Elu(e) en charge du tourisme	12 Boulevard Moraliste 04 42 66 01 88 Mairie-vauvenargues@wanadoo.fr Claude AGAZZI
NOMBRE D'HABITANTS	938 (2009)
SUPERFICIE	54.3 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Gîte de groupe	1	35
Meublés	4	27
Chambres d'hôtes	4	22

TOTAL	9	84
-------	---	----

■ Restauration : 3 restaurants

▶ Evènementiel et marché

- Les nuits de la Sainte Victoire (juin)
- Fête du village (juin)
- Vide grenier (avril, octobre)
- Marché au livre (juin)
- Ouverture Château de Vauvenargues (15 juin au 15 septembre)

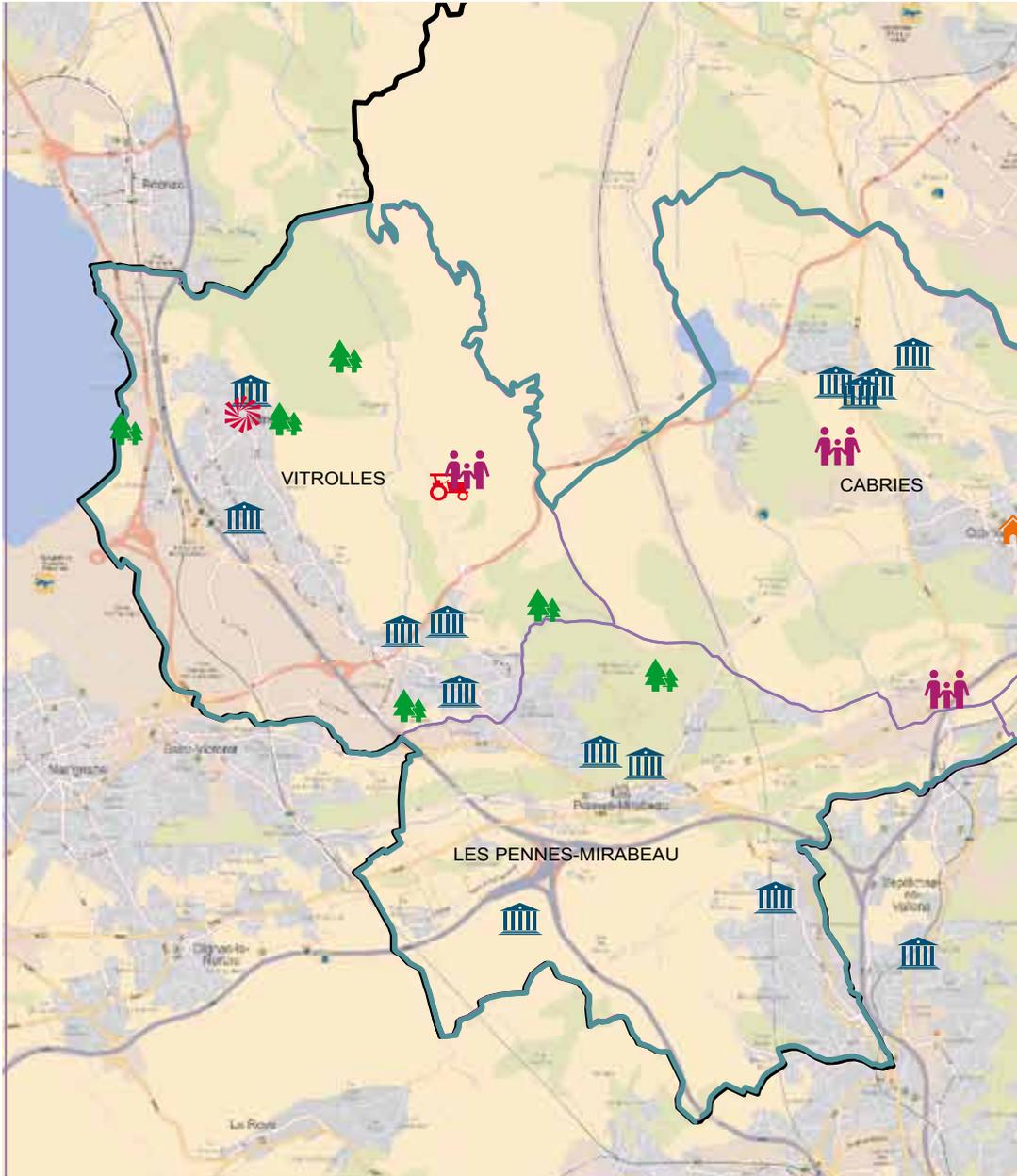
▶ Culture et patrimoine

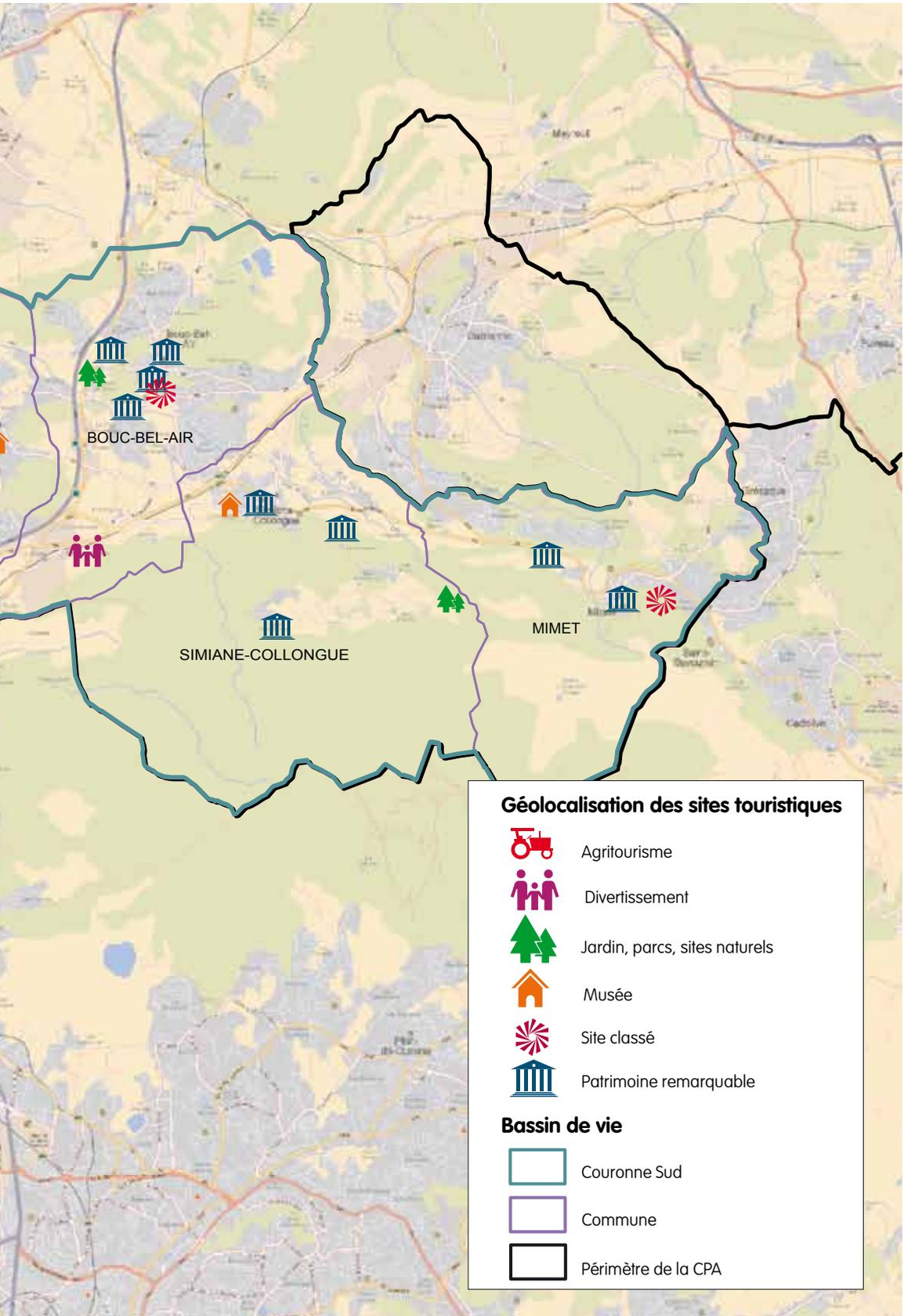
- Prieuré Sainte Victoire
- Château de Vauvenargues

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Grand Site® Ste-Victoire
- Observatoire la Sinne
- Circuit automobile – Grand sambuc

Couronne Sud







► BOUC-BEL-AIR

SERVICE COMMUNICATION	
• Responsable	Nathalie ROURE
MAIRIE	
• Adresse	Hôtel de Ville
• Tel	Place de l'Hôtel de Ville
• Mail	04 42 94 93 93
• Elu(e) en charge du tourisme	Sce Communication
NOMBRE D'HABITANTS	13 754 (2009)
SUPERFICIE	21.8 km ² (2007)

► Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtels	4	140
Camping Mobil home à l'année	1	600
Chambre d'hôtes	3	16
TOTAL	8	756

■ **Restauration** : 16 restaurants

■ **Entreprises de loisirs** : Village Oxy-lanne

► Evènementiel et marché

- Exposition de plantes des jardins d'Albertas (mai)
- Marché tous les jeudis et dimanches (matin)
- Expositions au Château de BBA toute l'année (expositions différentes, voir calendrier culturel)
- Courses cyclistes – Association Bike Bel Air (mars)
- Courses de côte (lundi de Pâques)
- Courses pédestres (mai)
- « Mission impossible » (juin)
- Grand défi - Intervilles enfants et adultes (juin)
- Carnaval (mars)
- Instants nature (découverte faune et flore avril et mai)

► Culture et patrimoine

- Château de Bouc Bel Air
- Le Belvédère
- Les jardins d'Albertas, XVIII^e s
- Eglise Saint André
- Chapelle Sainte Anne
- Village de Bouc Bel Air
- Chapelle Notre Dame l'espérance

► Sport de pleine nature / Sites naturels

- Les jardins d'Albertas,
- Parc Oxilanne

► CABRIES



OFFICE DE TOURISME	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Contact 	Place du 24 avril - Calas 04 86 67 73 75 cabries.officetourisme@wanadoo.fr MOUGIN Audrey
MAIRIE	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Elu(e) en charge du tourisme 	Place Ange Estève 04 86 67 73 00 com.mairie@cabries.fr Catherine MAGNAN Pierre Sultan Jacques MOUGIN
NOMBRE D'HABITANTS	8435 (2009)	
SUPERFICIE	36.6 km ² (2007)	

► Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtels	3	182
Chambres d'hôtes	5	20
Meublés	5	20
TOTAL	13	222

■ Restauration :

- 11 restaurants à Cabriès-Calas (hormis Plan de campagne) dont un, produit du Terroir

■ Artisanats - Commerces :

- Boutique de produits du terroir
- Un santonnier
- Un ferronnier
- Atelier de sculpture

■ Entreprises de loisirs :

- Aquacity
- Parc club de l'Arbois (centre de remise en forme)
- Jungle kid
- Poney Club de l'Arbois
- Haras du Boulard

► Evènementiel et marché

- Course pédestre de six collines (mars)
- La fête du cheval (avril)
- Rencontre de Trébillane art-culture – musique (fin juin)
- Vide grenier Brocante : 14 juillet Cabriès et 15 août Calas
- Pieds et paquets (mi juillet)
- Aioli monstre à Calas (fin août)
- Tournoi international Minimes de Football (Ascension)
- Marathon de La Cabre d'Or (octobre)
- Marché de Noël (décembre)
- Marché paysan (samedi matin)

► Culture et patrimoine

- Château de Cabriès XII^{ème}
- Musée Edgard Melik (atelier d'artistes)
- Chapelle Notre Dame de la Salette
- Bastide de Trébillane
- Village de Cabriès

► Sport de pleine nature / Sites naturels

- Golf 18 trous
- Sentier des six collines (40 km)

▶ LES PENNES MIRABEAU



OFFICE DE TOURISME	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Contact 	35Bis, avenue Victor Hugo 04 42 02 55 14 s.i.lespennesmirabeau@orange.fr M. PALMESANI
MAIRIE	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Elu(e) en charge du tourisme 	Hôtel de ville – BP28 Montée 89 04 42 02 24 24 dgs@vlpm.com Mme SLISSA
NOMBRE D'HABITANTS		20 906 (2010)
SUPERFICIE		34 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtels	3	182
Meublés	2	5
TOTAL	5	187

■ Restauration :

- 4 restaurants

■ Artisans - Commerces :

- Céramiste
- Santonnière

▶ Evènementiel et marché

- Salon peintures et sculptures (fin mars, début avril)
- Marché aux plantes (mai)
- Festival Lou Mirabéou (mai, juin)
- Le mois du son (juin)
- Fête du chocolat et des friandises (octobre)
- Les Nuits Pianistiques (octobre)
- Foire aux santons (novembre)
- Journée du livre jeunesse (novembre)
- Bourse aux Minéraux et Fossiles (Novembre)
- Le Festival international Prog

Sud (rock progressif (toujours le jeudi de l'ascension))

- Marché paysan à la gavotte (samedi matin)
- Marché village Les Pennes (mercredi matin)

▶ Culture et patrimoine

- Visite guidée et commentée du Vieux village et de l'Oppidum de la Cloche
- Moulin
- Eglise des Cadeneaux XVIII^e s
- Eglise Notre Dame de l'Assomption et de la Sainte Eugénie XIX^e
- Château de Vento XVI^e s
- Statue Saint Joseph XVIII^e s
- Fontaine de Vento (dite également des 4 canons)
- Eglise Saint Blaise, XV^e-XIX^e
- Chapelle Nôtre Dame d'Aide, XVI^e
- Remparts

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Parc des Barnouins



MIMET



OFFICE DE TOURISME	
<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Contact 	09 60 54 16 34
MAIRIE	
<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Elu(e) en charge du tourisme 	Place de la Mairie 04 42 12 62 42 mimet.mairie@wanadoo.fr
NOMBRE D'HABITANTS	4 557 (2009)
SUPERFICIE	18.7 km ² (2007)

► Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Chambres d'hôtes	2	18
Meublés	5	22
TOTAL	7	40

■ Restauration :

- Le Grand Puech

► Evènementiel et marché

- Les nuits de la sainte Victoire (juin)

► Culture et patrimoine

- Vue et Village de Mimet (le plus haut du Département)
- La Glacière

▶ SIMIANE- COLLONGUE



OFFICE DE TOURISME	
• Adresse	Château des Marronniers Chemin des Aires
• Tel	04 42 22 69 98
• Mail	otsimiane@orange.fr
• Contact	Vinciane GAZENGEL
MAIRIE	
• Adresse	Château de Simiane Place de la mairie
• Tel	04 42 94 91 91
• Mail	
• Elu(e) en charge du tourisme	Christian ARNAUD
NOMBRE D'HABITANTS	5 878 (2009)
SUPERFICIE	29.8 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtel fermé actuellement		
Location saisonnière pour 9 personnes disponible dès 2012		

■ Restauration :

- 3 pizzerias auberge
- 5 restaurants

■ Artisans - Commerces:

- 1 artisan de pâtes de fruits : « Les délices d'Océane »

▶ Culture et patrimoine

- Eglise Saint Pierre, XIII^e
- Musée archéologique de Simiane
- Tour de l'horloge, XII^e
- Chapelle Saint Germain, XI^e
- Monastère Sainte Lioba

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- 3 itinéraires de randonnée – Boucles des Santons (10,5 km), Col des ovides (13 km), Massif de l'étoile (7 km)
- Domaine des Mares : petit parc animalier gratuit (terrain de tennis, jeux pour enfants)

▶ Évènementiel et marché

- marché hebdomadaire (les samedis)
- « 1 jour en Provence » (juin)
- festival d'été (juillet) – Festival sous les étoiles (2 ou 3 soirées manifestations de 4 jours sur une culture du monde (octobre ou novembre)
- journée animation et dégustations pour Noël (décembre)
- 2 vide greniers par an
- Fête de la musique (21 juin)
- Fête pour les tout-petits et leurs familles : Tralalère (avril)
- Journées européennes du patrimoine (septembre)
- Salon du champignon : tous les 3 ans

▶ VITROLLES



OFFICE DE TOURISME	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Contact 	Place de Provence 04 42 77 90 27 tourisme@ville-vitrolles13.fr ou valerie.dasilva@ville-vitrolles13.fr Valérie DA SILVA
MAIRIE	<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Elu(e) en charge du tourisme 	BP 30102 13743 Vitrolles Cedex 04 42 77 90 27 claire.Bay13@gmail.com Claire BAY
NOMBRE D'HABITANTS		37 007 (2009)
SUPERFICIE		36.6 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtels	18	Non communiquée
Camping	2	1 305
TOTAL	20	-

■ Restauration :

98 restaurants, Repas à la ferme - fleurogolf

▶ Évènementiel et marché

- Marchés hebdomadaires :
 - Mardi matin centre urbain (Tous produits et paysan)
 - jeudi Place de l'aire Village (alimentaire uniquement)
 - Vendredi avenue des Salyens (tous produits)
 - Dimanche matin centre urbain (Tous produits)
- Festival de Jazz (juillet)
- Ateliers théâtre (septembre, juin)
- Les nuits du rocher (juillet)
- Marché de Noël (décembre)
- Salon du Mariage (janvier)
- Fête Médiévale (avril)
- Vide grenier (mai)
- Fête Méditerranéenne (juin)
- Braderie des Commerçants et festi'village (juin)
- Foire des objets d'hier et d'aujourd'hui (septembre)
- Les peintres dans la rue (octobre)
- Vide grenier (octobre)
- Bourse aux jouets (novembre)

▶ Agritourisme / Production agricole

- Fleurogolf

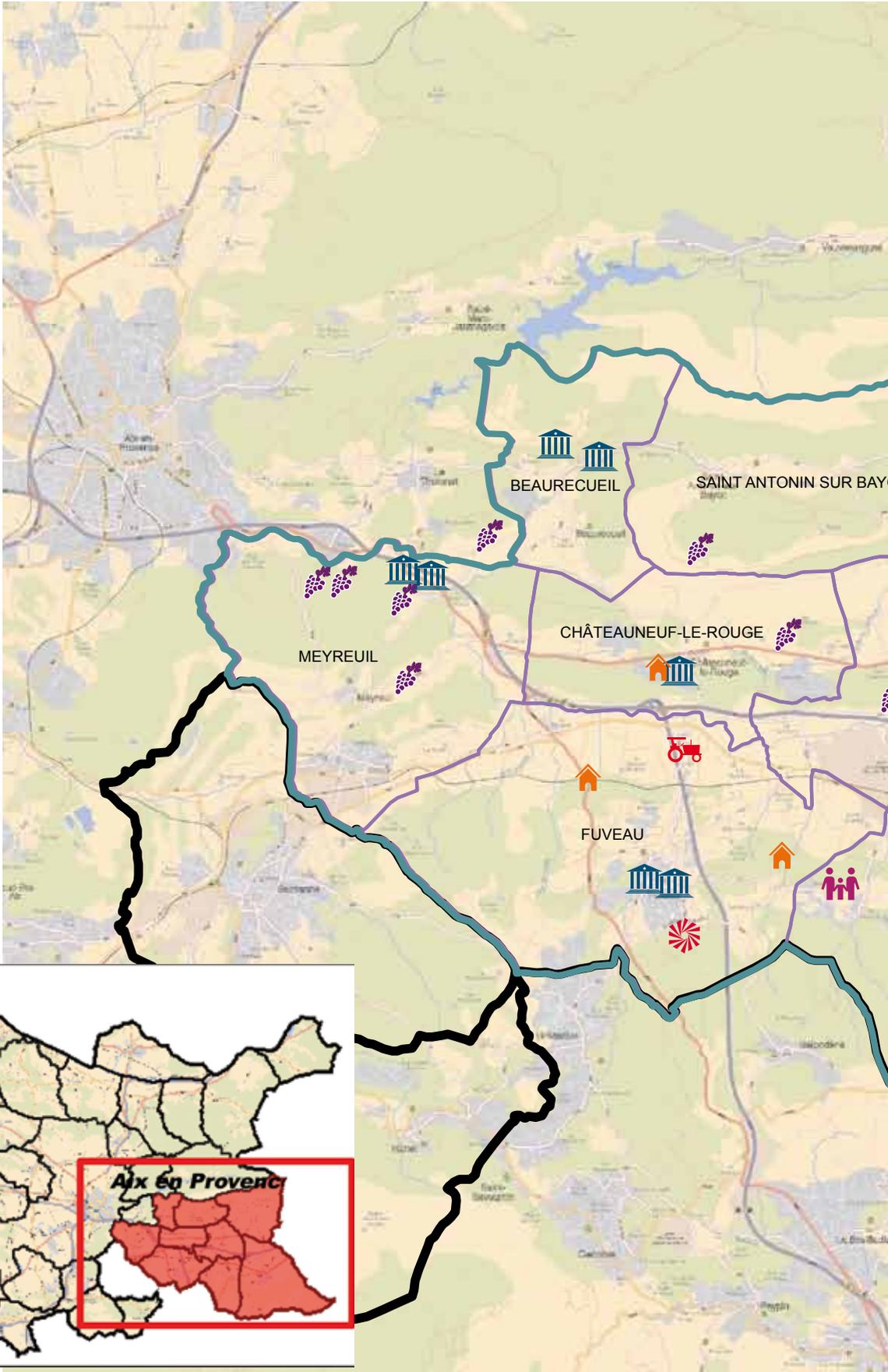
▶ Culture et patrimoine

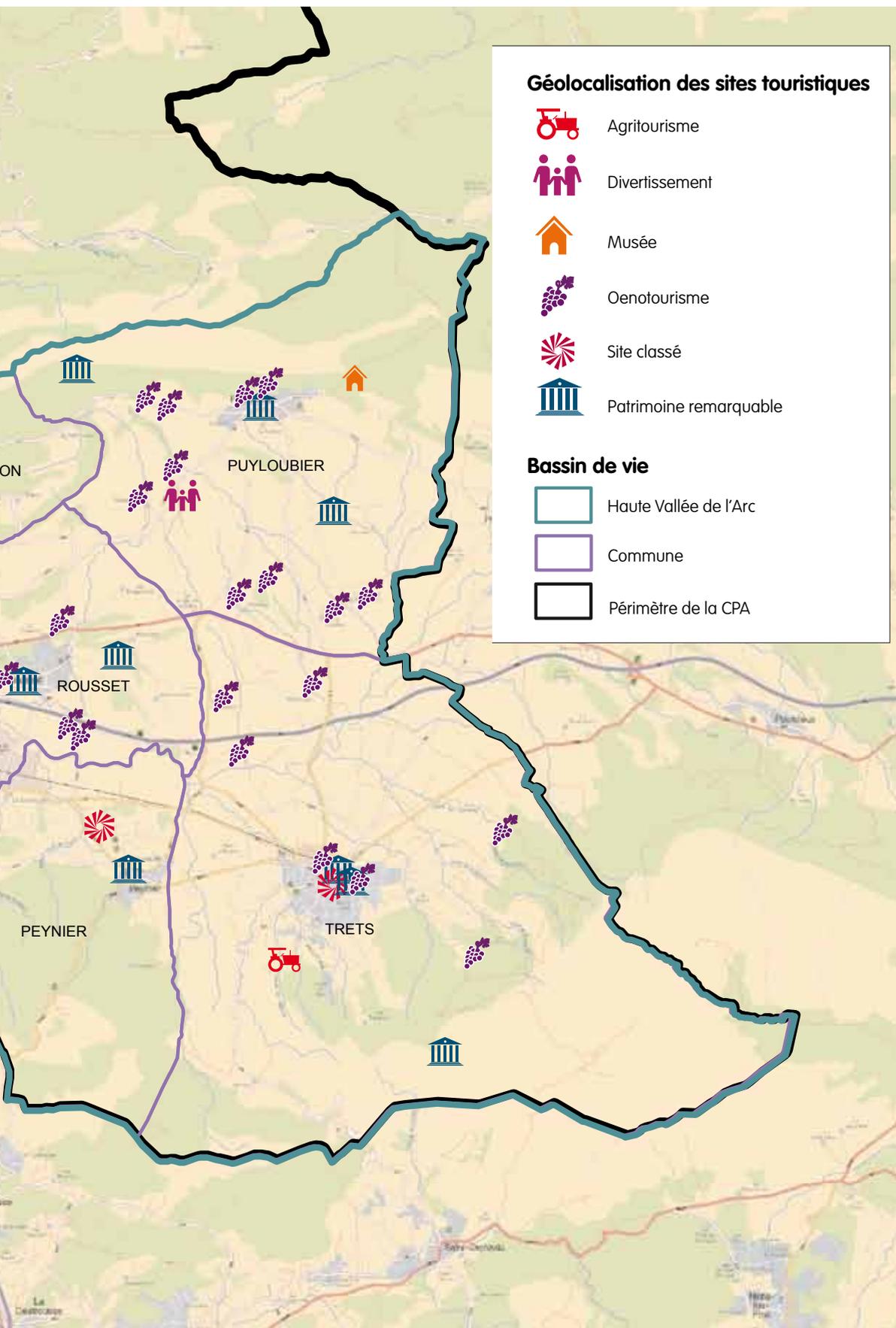
- Vieux village de Vitrolles : chapelle romane et tour de défense du X-XI^e s
- Chapelle Romane Notre Dame de Vie
- La maison de la reine Jeanne, dite le Château, XVI^e
- Eglise Saint Gérard, XVIII^e
- Porte Notre Dame, XVII^e
- Tour sarrazine du rocher, XIIe
- Villa Gallo Romaine du Griffon
- Plateau de Vitrolles
- Domaine de Fontblanche
- Le relais du Griffon
- Plage des marettes – Salins du lion
- Parc Christine Gounelle (dans le village)
- La source de l'infernet
- Menhir de Pierre-Plantée
- Pierre votive ligure écrite en caractères grecs
- Statue de la vierge, dominant l'ensemble du site sur le rocher
- Statue géante du Christ, au cimetière

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Ferme découverte les jardins d'Alizée (mini golf végétal)
- Plateau de Vitrolles (circuits pédestres)
- 4 circuits pédestre : n° 1 (14 km, 3 h 30), n° 2 (7 km, 1 h 45), n° 3 (5 km, 1 h 15), circuit ornithologique (4 km, 1 h)
- Nombreuses randonnées
- Club équestre

Haute Vallée de L'Arc







▶ BEAURECUEIL

MAIRIE	
• Adresse	125 avenue Louis Sylvestre
• Tel	04 42 66 92 90
• Mail	beaurecueil-mairie@wanadoo.fr
• Elu(e) en charge du tourisme	Mme FERRALI
NOMBRE D'HABITANTS	634 (2009)
SUPERFICIE	9.9 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtel	1	20
Camping privé	1	255
TOTAL	2	275

■ Restauration :

- 2 restaurants

■ Entreprise de loisir :

- 2 clubs d'équitation

▶ Evènementiel et marché

- Fête du village – (1^{er} dimanche de juin)

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Grand site® Sainte Victoire
- Parc départemental de Roques Hautes (650 ha)
- Nombreux sentiers de randonnées
- Carrière de marbre, réserve géologique
- Circuits VTT

► CHÂTEAUNEUF LE-ROUGE



MAIRIE	
• Adresse	Place de la Mairie
• Tel	04 42 58 62 01
• Mail	laculture@chateauneuflerouge.fr
• Elu(e) en charge du tourisme	Mme Béatrice MONTEIL
NOMBRE D'HABITANTS	2 152 (2009)
SUPERFICIE	13.2 km ² (2007)

► Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtels	1	58
TOTAL	1	58

■ Restauration :

- 2 Restaurants
- 1 brasserie

► Évènementiel et marché

- Festival de la gastronomie (1^{er} dimanche de juillet)
- Concerts des soirées d'été (2^e Week-End de juillet)
- Marché (vendredi après-midi)
- Brocante (en mai)
- Fête votive (mi-juin)
- Marché de Noël (2^e week-end de décembre)

► Agritourisme / Production agricole

- Château de la Galinière

► Culture et patrimoine

- Arteum, musée d'art contemporain
- Château

► Sport de pleine nature / Sites naturels

- Grand Site® Ste-Victoire



▶ FUVEAU

OFFICE DE TOURISME	
<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Contact 	Cours Victor LEYDET 04 42 50 49 77 Officedetourisme-fuveau@wanadoo.fr Mme Monique CHAINE (Présidente) et Agnès BABULE
MAIRIE	
<ul style="list-style-type: none"> • Adresse • Tel • Mail • Elu(e) en charge du tourisme 	26 Bld Emile LOUBET 04 42 65 65 02 Mme Gaëlle BARTHELEMY-LASSAGNE
NOMBRE D'HABITANTS	9072 (2009)
SUPERFICIE	30.0 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtels	2	180
Chambres d'hôtes	7	48
Meublés	5	29
Résidences hôtelières	2	414
TOTAL	16	671

■ Restauration :

- 7 Restaurants / 3 Snacks

■ Artisans – Commerces :

- Confitures artisanales
- 7 artisans et artistes

■ Entreprise de loisirs :

- Ferme pédagogique et parc animalier « le nouveau monde »

▶ Évènementiel et marché

- Salon International du livre (septembre)
- Foire de la chèvre et du miel (Mai)
- Festival « des étoiles pleins la malle » (juin)
- Grande sardinade et marché nocturne (juin)
- Course pédestre « La Fuvelaine » (1^{ère} quinzaine de janvier)
- Théâtre « La pastorale Maurel » (janvier)
- Floréart : Exposition d'Art et Marché floral (mai)

- Fête de la musique (juin)
- Feux de la St Jean (juin)
- Fête votive municipale (juillet)
- Foire St-Michel (septembre)
- Vide grenier (mai et septembre)
- Fête de la moisson (septembre)
- Journées Européennes du patrio- moine (septembre)
- « Vapeur et chevaux-vapeur » (1^{ère} quinzaine octobre)
- Festival du théâtre provençal (novembre)
- Marché de Noël (décembre)
- Marché hebdomadaire (lundis et jeudis matins)
- Spectacles historiques (juillet)

▶ Agritourisme / Production agricole

- Apiculteurs

▶ Culture et patrimoine

- Musée des papillons
- Musée provençal des transports
- Eglise Saint Michel
- Chapelle Saint Roch
- Vieux village
- Espace St-Michel (Chapelle et pigeonier)

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Parcours santé, circuit VTT
- Golf 18 trous international
- 2 clubs hippiques

► MEYREUIL



MAIRIE	
• Adresse	Allée des Platanes
• Tel	04 42 65 90 65
• Mail	info@ville-meyreuil.fr
• Elu(e) en charge du tourisme	Brigitte LEROY
NOMBRE D'HABITANTS	5 188 (2009)
SUPERFICIE	20.1 km ² (2007)

► Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Camping	1	55 emplacements
Hôtels	3	544
Gîtes + Chambres d'hôtes	7	Non communiquée
TOTAL	11	

■ Restauration :

- 7 restaurants

■ Entreprise innovante :

- ARTEPARC – Europarc Sainte-Victoire »
- Centrale thermique – ZAC du carreau de la mine
- Pépinière d'entreprises innovantes « Michel Caucik »

► Evènementiel et marché

- Marché (mardi)
- Saint-Marc (avril)
- Saint-Antoine (juin)
- Sainte-Lucie (décembre)
- Souper Calendal (décembre)
- Forum des Associations (septembre)

► Agritourisme / Production agricole

Domaine viticole :

- Château Simone (1800) Appellation AOC Palette

► Culture et patrimoine

- Pont des 3 Sautets
- Bastide de Valbrillant
- Château de la Saurine (XVIII^e)
- Chapelle St-Marc la Morée (XV^e)
- Chapelle Saint-Antoine de Padoue
- Eglise St-Marc (1689)
- Crèche provençale animée «Jean-Pierre Garnès»



▶ PEYNIER

MAIRIE	
• Adresse	9 cours Albéric Laurent
• Tel	04 42 53 05 48
• Mail	mairie@ville-peynier.fr
• Elu(e) en charge du tourisme	André MAUNIER
NOMBRE D'HABITANTS	3 205 (2009)
SUPERFICIE	24.8 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Camping	1	159
Chambres d'hôtes	5	51
TOTAL	6	210

■ Restauration :

3 restaurants

▶ Evènementiel et marché

- Petit marché hebdomadaire (vendredis matins)
- Les nuits musicales de la Sainte Victoire (fin juin)
- Fête votive (1^{er} week-end août)
- Aioli des Michels (septembre)
- Brocante (septembre)
- Feu d'artifice (1^{er} janvier)
- Feu de la St-Jean (juin)

▶ Culture et patrimoine

- Vestiges gallo-romains
- Château de Peynier (école privée)
- Eglise Saint Julien
- Chapelle Saint Pierre (1098)

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- 1 sentier de découverte botanique
- Parcours santé à la Garenne
- City stade (Garenne)

► PUYLOUBIER



SYNDICAT D'INITIATIVE	
Adresse	Square Jean Casanova
Tel	04 42 66 36 87
Mail	S.I.PUYLOUBIER@hotmail.fr
Contact	Gérard LETH
MAIRIE	
Adresse	Square Casanova
Tel	04 42 66 34 45
Mail	Mairie-de-puylobier@wanadoo.fr
Elu(e) en charge du tourisme	JF LECLERC
NOMBRE D'HABITANTS	1 867 (2009)
SUPERFICIE	40.9 (2007)

► Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtel	1	8
Camping	1	105
Chambres d'hôtes	10	Non communiquée
Meublés	1	Non communiquée
TOTAL	12	

■ Restauration :

- 3 restaurants
- 1 bar restaurant

■ Innovation énergie :

- Centre photovoltaïque

► Evènementiel et marché

- Pèlerinage de Saint Ser (lundi de Pentecôte)
- Salon des peintres (1^{er} week end de septembre)
- Petit festival l'été (début juillet mi août)
- Brocante et vide grenier (3^{ème} dimanche de juin)
- Marché de Noël (dernier dimanche de novembre)

► Agritourisme / Production agricole

- Domaines viticoles
- Domaine Ste-Lucie
- Les Vignerons du Mont Ste-Victoire
- Domaine de St Ser
- Domaine de Mauvan
- Domaine Houchart
- Château Gassier
- Domaine Richeaume
- Château La Grande bauquière

► Culture et patrimoine

- Chapelle Saint Ser
- Chapelle Saint Pancrace (1045)
- Chapelle Saint Roch (XIII^e)
- Eglise Saint Pons
- Ermitage de Saint Ser
- Musée de l'Uniforme Légionnaire
- Grand Site® Ste-Victoire
- Eglise Ste Marie

► Sport de pleine nature / Sites naturels

- Grand Site® Ste-Victoire
- Parapente
- Randonnées
- Chemin des Vignerons



▶ ROUSSET

MAIRIE	
• Adresse	Place Paul BORDE
• Tel	04 42 29 00 10
• Mail	mairie@rousset-fr.com
• Elu(e) en charge du tourisme	M. Norbert Bernard
NOMBRE D'HABITANTS	4 505 (2012)
SUPERFICIE	19.5 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtels	3	Non communiquée
Chambres d'hôte	3	Non communiquée
TOTAL	6	-

■ Restauration :

- 7 Restaurants

■ Artisanats – Commerces :

- Fabrication et vente de poteries
- Vente de vin, huile d'olive et miel

■ Entreprise innovante :

- Pôle microélectronique

▶ Evènementiel et marché

- Provence Terre de Cinéma – Festival organisé par l'Association « les fils delta » entre le mois de mars et avril
- 6^{ème} édition du festival de courts métrage « Court bouillon » au mois d'octobre
- Marché provençal tous les 2 ans dans le cadre des rencontres des cultures du monde (avril)
- Festival national du jeu (toujours le 3^{ème} week-end de novembre)
- Marché de Noël (décembre)
- Week-End des saveurs (décembre)
- Vide grenier – brocante (1^{er} dimanche d'octobre)

- Association des Vignerons de la Ste-Victoire organise chaque année un rallye découverte des vins de la Sainte-Victoire (octobre)

▶ Agritourisme / Production agricole

- Terres de mistral (huile d'olive, miel)
- Domaines viticoles
- Terre de Mistral
- Cave de Rousset

▶ Culture et patrimoine

- Eglise érigé en 1861 par Mme Chalendon
- Chapelle Saint Privat
- Nombreux oratoires

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Grand Site® Ste-Victoire
- Randonnées pédestres

▶ SAINT ANTONIN SUR BAYON



MAIRIE Adresse Tel Mail Elu(e) en charge du tourisme	Chemin départemental 17 04 42 66 91 51 mairiestantonin@wanadoo.fr M. Duperrey
NOMBRE D'HABITANTS	142 (2009)
SUPERFICIE	17.6 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Meublés	1	16
TOTAL	1	16

■ Restauration :

- Maison Ste-Victoire

▶ Agritourisme / Production agricole

- Domaines viticoles : Domaine des masques
- Apiculteurs

▶ Culture et patrimoine

- Maison de la Sainte Victoire
- Oppidum de Bayon

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- Grand Site® Ste-Victoire



▶ TRETTS

OFFICE DE TOURISME	
• Adresse	Bld Etienne Boyer – Le Château
• Tel	04 42 61 23 78
• Mail	tourisme@ville-de-trets.fr
• Contact	Béatrice AUREGLIA
MAIRIE	
• Adresse	Place du 14 juillet
• Tel	04 42 37 55 00
• Mail	
• Elu(e) en charge du tourisme	M. Georges PANSIER
NOMBRE D'HABITANTS	10 396 (2009)
SUPERFICIE	70.3 km ² (2007)

▶ Les acteurs

■ Hébergements :

	Nombre	Capacité d'accueil
Hôtels	1	45
Chambres d'hôtes	5	25
Gîte	7	70
Résidence de tourisme	80	200
TOTAL	16	340

■ Restauration : 18 restaurants

■ Artisanats – Commerces :

Savonnerie, Santonniers, Tourneur sur bois, Biscuiterie, Mieillerie

▶ Evènementiel et marché

- Les Médiévales (août)
- Rallye des vins Sainte Victoire
- Journée des écrivains + foire (mars)
- Corrida (janvier)
- Pèlerinage (mai)
- Festival de théâtre amateur
- Fête de la nature
- Performart (juin)
- Fête de la musique (juin)
- Fête de la St-Jean (juin)
- Brocante vide grenier
- St Eloi (juillet)
- Nuit de Trets
- Foire gastronomique
- Festival bande dessinée
- Concours de peinture ville
- Marché de Noël (décembre)
- Journée du Patrimoine (Septembre)
- Festival de la chanson française (octobre)

▶ Agritourisme / Production agricole

- Fromage de chèvre
- Vin, miel, herbes de Provence, coopérative aromatique
- Pastorale du Regagnas : ferme découverte élevage caprin
- Fromage de vache, yaourt
- Ferme bio – (ferme de Noé)
- Maraîcher ail (octobre -novembre)
- Producteur d'agneau
- Vibliothèque des Vignerons St^e Victoire
- Domaines viticoles :
 - Domaine de l'Anticaille
 - Château Ferry Lacombe
 - Cellier Lou Bassaquet
 - Château Coussin
 - Mas de Cadenet
- Château Grand Boise

▶ Culture et patrimoine

- Village médiéval de Trets
- Château des remparts
- Hermitage St Jean du Puy – refuge (pas ouvert l'été) + table d'orientation
- Galerie d'art contemporain de hang'Art
- Cinéma

▶ Sport de pleine nature / Sites naturels

- 3 écuries, terrain bi-cross, randonnée, Paint Ball, Karting, terrain de basket, piste de course, terrain tennis
- Chemin des vigneron
- Terrain bicross BMX
- Piscine ouverte
- Piste cyclable (qui va jusqu'à Gardanne)
- Jardin des remparts
- Jardin d'enfants



Plus d'infos:

Communauté du Pays d'Aix

Direction des interventions Economiques

Mission Tourisme

mverret@agglo-paysdaix.fr

04 42 91 60 83