

DELIB N° 26/31
du 23/04/2026

Rapport 2025 - Office de tourisme La Roque d'Anthéron

Rapport d'Activité 2025

Office Municipal de tourisme de La Roque d'Anthéron

Directrice : Bénédicte JOBBÉ DUVAL



Mars 2026

Table des matières

Introduction	3
Chapitre 1 – Une stratégie touristique au service du territoire	3
a. Augmenter la qualité de l'offre	4
a.1. L'accueil.....	4
a.2. L'offre boutique.....	5
a.3. Le flux enregistré.....	6
a.4. Des lieux d'accueil saisonnalisés et optimisés	7
b. Informer.....	8
b.1. Le partage d'information au niveau communal.....	8
b.2. La mise à disposition d'informations à l'office de tourisme.....	9
b.3. Les supports d'information en ligne.....	9
c. Promouvoir et coordonner les acteurs locaux.....	10
c.1. Promotion à l'échelle communale	10
c.2. Promotion à l'échelle intercommunale	11
Chapitre 2 – Les engagements spécifiques	12
a. Convention d'objectifs avec la commune	13
<i>Taxe de séjour</i>	13
b. Convention d'objectifs avec la Métropole Aix-Marseille-Provence.....	14
Chapitre 3 - Construction d'une stratégie touristique	15
a. Les tendances de consommation touristique à La roque d'Anthéron.....	15
a.1. Le goût pour une offre de qualité.....	15
a.2. L'attrait du vélo.....	15
a.3. La découverte guidée.....	16
a.4. L'emplacement de l'accueil au fil de l'année.....	16
b. Une reconnaissance territoriale à rechercher.....	16
b.1 Dénomination « commune touristique » et classement catégorie 2.....	16
b.2. Une offre de jeu de piste géolocalisée pour le territoire.....	17
Conclusion	18

Introduction

L'été 2025 est à l'échelle de la France une année encourageante au niveau du tourisme international, avec un effet rebond à la suite des J.O. de Paris en 2024.

Cependant il est à noter que les dépenses touristiques des foyers français ont subi une contraction, en particulier au mois de juillet.

Christian MANTEI, Président de l'agence de développement touristique de la France, Atout France, indique dans un communiqué du 4 septembre 2025 : « Les arbitrages budgétaires réalisés par de nombreux vacanciers n'ont pas freiné leur envie de voyager, mais les ont conduits à repenser leurs pratiques : choix de destinations différentes, séjours plus concentrés, dépenses davantage orientées vers l'expérience. Cette capacité d'adaptation confirme la résilience de notre tourisme et ouvre des perspectives positives pour les saisons à venir. »

À La Roque d'Anthéron, alors que les hébergements touristiques font le plein en juillet et août, spécialement autour du Festival international de Piano et du Festival des quatuors du Lubéron ou encore du Jardin Comique, les commerçants et restaurateurs ont pu effectivement noter globalement une contraction des dépenses de restaurant ou de produits « plaisir » (cadeaux, épicerie fine, etc), la priorité des voyageurs étant de vivre des expériences marquantes. Les festivals mais aussi l'abbaye de Silvacane et le tout nouveau parc « Dinopedia » qui a pris la suite de Grimmland début août sont des locomotives pour l'attractivité de notre commune. Le Parcours de jeu « Trésor d'histoire de ville en ville » est aussi une valeur montante, avec une demande en hausse auprès d'un public intergénérationnel.

L'office de tourisme a poursuivi tout au long de l'été sa mission de valorisation de notre village en étant ouvert tous les jours en proposant l'exposition « Une saison à La Roque d'Anthéron » ainsi qu'une visite commentée du village et du parc du château de Florans.

L'office de tourisme est récompensé de ses efforts pour professionnaliser son accueil avec le renouvellement cet été de son classement catégorie II par la Préfecture des Bouches-du-Rhône. La Roque d'Anthéron est ainsi, et pour cinq ans, reconnue comme « commune touristique ». Cette reconnaissance lui assure un rayonnement et une autonomie quant à la collecte de la taxe de séjour.

L'année 2025 a été marquée par l'absence prolongée de la directrice courant mars et avril puis entre le 9 mai et le 9 juillet (arrêt maladie). Sa reprise à mi-temps thérapeutique le 10 juillet a permis de soulager le reste de l'équipe qui a été très sollicité sur la période précédente. Les activités récurrentes (Vélo-matin, marche populaire, chasses au trésor, visite au haras, balade nocturne...) proposées en 2023 et 2024 n'ont pas pu être portées en 2025. Seule une visite commentée du village a été proposée début août par la directrice, ainsi que la manifestation Trésor d'histoire, le 18 octobre.

En revanche l'exposition « Une saison à La Roque d'Anthéron » a eu cette année beaucoup de succès, avec 12 ventes d'œuvres de l'artiste accueillie, Cécile Guieu.

Plus tôt dans la saison, entre le 19 avril et le 10 mai, l'exposition des aquarelles de Corinne Brebion a été également un succès.

Entre le 1^{er} juin et le 31 août **2160** personnes ont été accueillies à l'office de tourisme (**2024** : 2681 ; **2023** : 3156).

Chapitre 1 – Une stratégie touristique au service du territoire

L'office de tourisme a quatre missions de service public : **Accueillir** le visiteur par tous les moyens possibles (accueil physique, accueil téléphonique, par mail, par courrier postal et par messagerie de réseaux sociaux), **l'informer** afin de lui permettre de se repérer aisément sur le territoire qu'il aborde et enfin **promouvoir** le territoire, c'est-à-dire développer des outils qui mettent en valeur le tissu professionnel local pour lui faire passer le meilleur séjour possible. La 4^e mission est celle de **coordination des acteurs** locaux du tourisme.¹

La stratégie de l'office de tourisme de La Roque d'Anthéron est de se donner des objectifs et des moyens pour un développement harmonieux et cohérent du tourisme local.

Ces objectifs sont multiples :

- Assurer un accueil physique tout au long de l'année (3 plages horaires différentes selon les saisons)
- Augmenter la qualité et la quantité de l'offre boutique et animations touristiques
- Développer la visibilité et la particularité de l'offre des loisirs de pleine nature (randonnée et vélo)
- Mutualiser avec les offices de tourisme et villes du territoire un réseau de jeu de piste géolocalisé, autour du patrimoine historique et naturel : Trésor d'histoire de ville en ville.

a. Augmenter la qualité de l'offre

a.1. L'accueil

Accueillir c'est d'abord adapter ses horaires d'ouverture en fonction de la demande mais aussi des ressources humaines disponibles.

Depuis le 1^{er}/07/2023, l'équipe de l'OT était augmentée d'un jeune en contrat d'apprentissage. Flora Laurens est restée 15 mois puis Paul Borrelly a été embauché dans le même cadre pour 13 mois, jusqu'au 31 août 2025. Cette embauche a été un levier important pour augmenter la qualité et la capacité d'accueil de l'office de tourisme durant la saison estivale. En 2025 cette embauche a permis d'offrir une visibilité aux commerces de bouches avec notamment la création de vidéos postées sur les réseaux sociaux.

Grâce à cette embauche, l'ouverture de l'office de tourisme est facilitée et fluidifiée. Paul Borrelly étant étudiant en Master 2 Communication il a travaillé en particulier sur un calendrier de publications et stories sur Facebook et sur la création de « reels » pour Facebook et Instagram, contribuant à l'accueil numérique, devenu primordial pour nos visiteurs.

Les contraintes d'ouverture pour un office de tourisme appartenant à une commune classée « Commune touristique » en 2025 sont :

- ouverture 180 jours par an – 1080 heures
- minimum 3 heures d'affilée par jour
- en lien avec la fréquentation touristique locale

¹ <https://www.entreprises.gouv.fr/fr/tourisme/developpement-et-competitivite-du-secteur/offices-de-tourisme>

Les horaires d'ouverture ont été maintenus comme précédemment en 2025 :

Juillet et août : Ouverture 7 jours /7 et 7 heures par jour du 1^{er} juillet au 31 août.

Soit 62 jours – 434 heures d'ouverture

Mai, Juin et septembre :

Mardi & mercredi : 3 heures

Jeudi au dimanche : 6 h 30

Soit pour une semaine : 7 jours - 32 heures d'ouverture

Pour 13 semaines : 91 jours - 416 heures d'ouverture

D'octobre à avril (avec une semaine de fermeture de l'accueil fin décembre)

Mercredi : 3 h

Jeudi au samedi : 6 h 30

Soit pour une semaine : 4 jours d'ouverture – 22 h 30 d'ouverture

Pour 28 semaines : 113 jours - 637 heures d'ouverture

Deux semaines de fermeture : Une semaine du 3 au 7 novembre 2025 (déménagement Csc) et une semaine de fermeture du 25 décembre 2025 au 1^{er} janvier 2026.

Soit un total de jours d'ouverture entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre : **266 jours et 1487 heures d'ouverture.**

Ce qui correspond à un temps d'ouverture supérieure de 86 jours, 407 heures à la norme demandée aux offices de tourisme de communes classées.

a.2. L'offre boutique

En raison de l'absence prolongé de la directrice au printemps 2025, la saison touristique n'a pas pu être préparée autant que nécessaire. Les cartes postales émanant de l'exposition de Cécile Guieu n'ont malheureusement pas pu être produites. Les excursions touristiques n'ont pas été programmées, sauf une visite commentée au début du mois d'août.

En revanche, la boutique a intégré la référence « adhésion au Parcours de jeu Trésor d'histoire de ville en ville », pour un montant de 350 €. 8 communes participantes se sont acquittées de cette somme, ce qui a produit une recette de 2800 € pour 2025.

Voici le récapitulatif des autres ventes boutiques en 2025 :

Des facteurs exogènes (baisse du pouvoir d'achat, instabilités internationales et nationales...) s'ajoutent aux facteurs internes à la structure : la directrice n'était pas présente dans l'office de tourisme en mai et juin (arrêt maladie) les excursions habituellement programmées n'ont pas pu avoir lieu, ce qui a fait mécaniquement baisser l'attractivité de l'office de tourisme. En outre, la reprise à temps partiel au 10 juillet n'a pas permis d'accueillir le public à la hauteur des années précédentes, bien que la présence de l'apprenti ait pallié partiellement cette carence.

Il est à souligner néanmoins que l'exposition « Une saison à La Roque d'Anthéron » proposée par l'artiste Cécile Guieu a été une valeur sûre et a permis d'offrir un regain de visibilité à l'office de tourisme durant la saison estivale.

a.4. Des lieux d'accueil saisonnalisés et optimisés

Accueillir un visiteur, en particulier lorsqu'il a choisi notre destination pour passer ses vacances, c'est lui offrir un lieu chaleureux, accueillant.

L'office de tourisme est installé dans le bâtiment municipal initialement prévu pour accueillir un musée (en activité de 2007 à 2014). Situé sur le cours Foch, cœur du village en particulier en moyenne et haute saison, le bâtiment présente d'indéniables qualités esthétiques, avec une façade au Nord entièrement vitrée et 4 puits-de-jour qui éclairent la salle d'exposition de l'étage.

D'une surface d'environ 300 m² répartis sur 2 niveaux, ce bâtiment, qui appartient à la commune de La Roque d'Anthéron, se révèle difficile à chauffer durant les mois d'hiver car le générateur de chaleur (climatiseur) est bruyant pour le voisinage, ce qui oblige à l'éteindre pour la nuit. En outre, la hausse du prix de l'énergie durant l'hiver 2022-2023 ont fait opter durablement pour une délocalisation de l'OT durant la saison hivernale, au centre Marcel Pagnol (CSC).

Après deux saisons passées dans l'open space de la mezzanine du CSC, des travaux d'aménagement d'un bureau vitré pour la directrice et un poste de plus (apprenti, stagiaire, travail de bureau de la conseillère en séjour, etc.) ont été menés fin 2024 afin d'apporter confort de travail et confidentialité à l'équipe de l'OT. Le nouveau bureau est fonctionnel depuis le 16 janvier 2025.

Du mois d'avril au mois d'octobre, l'office de tourisme principal (cours Foch) garde une relative fraîcheur, surtout dans sa partie basse, ce qui permet de limiter le recours à la climatisation. Celle-ci n'a été déclenchée qu'en période de canicule (fin juillet jusqu'à mi-août, de façon discontinue), et programmée pour climatiser les espaces à 26°C, en journée uniquement. L'office de tourisme a d'ailleurs proposé pendant tout l'été des diffusions télévisées de concerts du Festival International de Piano dans la salle de conférence du RDC climatisée à 26°C, offrant ainsi un espace de repos et de bien-être aux visiteurs et aux roccassiers, contribuant ainsi au « plan canicule » communal. Cette opération, appelée « Fraîcheur et Piano » a rencontré son succès habituel avec une centaine de personnes qui se sont succédé tout au long de l'été dans cette salle.

En outre, l'office de tourisme a été l'objet de travaux en novembre 2024 (après le départ de l'équipe au CSC) :

-intégration de la fibre pour augmenter le débit et la qualité du signal Internet.

Le retour en avril 2025 dans le bâtiment du cours Foch a été confortable du point de vue de la connexion au réseau internet.

A retenir : L'accueil de l'OT augmente de façon qualitative : des solutions sont pérennisées pour un engagement responsable de nos consommations d'énergie en privilégiant un accueil adapté et chaleureux tout au long de l'année, avec une amplitude d'ouverture adaptée à la fréquentation et à la taille de l'équipe d'accueil.

b. Informer

b.1. Le partage d'information au niveau communal

Afin d'être à même de délivrer une information de qualité à nos visiteurs et suggérer des possibilités de combinaisons à valeur touristique, l'office de tourisme se doit d'être en permanence informé des manifestations à valeur culturelle, sportive ou touristique, qu'ils émanent des services municipaux, des associations ou encore des acteurs du tourisme local du secteur privé (Dinopédia Parc, artisans, commerçants, restaurateurs, etc).

L'agenda des manifestations, édité par le service de communication municipal est systématiquement contrôlé et validé par l'équipe de l'office de tourisme afin de recouper les informations et les compléter au besoin. Cela permet un partage d'information optimal en cas de changement de dernière minute. Sachant que l'office de tourisme est régulièrement amené à enregistrer les réservations pour les manifestations culturelles communales, ce bon niveau d'information avec les services municipaux est à maintenir.

b.2. La mise à disposition d'informations à l'office de tourisme

Le partage d'information avec les visiteurs prend aujourd'hui plusieurs formes. Tout d'abord, l'information est accessible sur place, pendant les horaires d'ouverture de l'office de tourisme. 150 documents sont en libre-service et une trentaine de plus sont délivrés sur demande (cartes de la commune, carte des alentours d'Aix-en-Provence, documents plus précis en fonction de la demande).

L'information est également accessible dans les vitrines de l'office de tourisme, en façade : cartes, horaires de bus, agenda des manifestations.

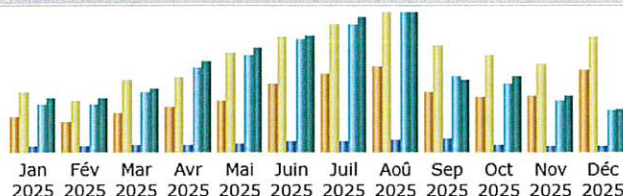
b.3 Les supports d'information en ligne

Une palette d'outils est développée en ligne pour mettre à la portée de tous l'information touristique sur la commune.

- La page Google my Business
En effet, lorsque l'internaute souhaite obtenir une information, sa première recherche passe souvent par le moteur de recherche Google. Une page Google my Business a été créée en 2021 et aujourd'hui régulièrement animée. Cette page est essentielle à maintenir à jour car elle draine un flux d'internautes vers le site web de l'office de tourisme. Les éléments comparatifs sont difficiles à obtenir sur une longue période de temps. On peut cependant observer une forte hausse des consultations en ligne sur la période août-décembre 2024 par rapport à la même période en 2023 : +5 % en août, +16% en septembre et octobre, +10% en novembre et +39% en décembre.

- Au cœur du dispositif en ligne, le site internet www.laroquedantheron-tourisme.fr, relayé par les réseaux sociaux Facebook et Instagram et la page Google my Business, est la principale porte d'accès à notre service au public.
Du 1^{er} janvier au 31 décembre 2021 : le site enregistre 67 000 visiteurs uniques (VU),
Du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025 : 79 326 visiteurs uniques

Historique mensuel



Mois	Visiteurs différents	Visites	Pages	Hits	Bande passante
Jan 2025	4 086	6 809	17 992	166 376	6.39 Go
Fév 2025	3 539	6 000	17 583	167 388	6.39 Go
Mar 2025	4 514	8 248	21 690	206 171	7.74 Go
Avr 2025	5 207	8 599	26 438	293 112	10.86 Go
Mai 2025	6 008	11 468	28 991	340 466	12.53 Go
Juin 2025	7 918	13 284	37 031	396 108	13.99 Go
Juil 2025	8 988	14 662	37 399	448 224	16.19 Go
Aoû 2025	9 819	16 061	41 234	487 580	16.69 Go
Sep 2025	6 922	12 325	48 089	265 562	8.70 Go
Oct 2025	6 388	11 241	25 262	238 577	9.17 Go
Nov 2025	6 463	10 209	21 577	181 930	6.79 Go
Déc 2025	9 474	13 356	21 317	143 488	5.05 Go
Total	79 326	132 262	344 603	3 334 982	120.49 Go

^Tableau de bord de la fréquentation du site www.laroquedantheron-tourisme.fr du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025.

Cet outil permet d'identifier nos axes de progression en matière de communication et confirme le potentiel d'attractivité de notre commune.

- Les réseaux sociaux sont en développement également.
La page facebook *La Roque d'Anthéron Tourisme* enregistre 1300 « followers » au 31 décembre 2024, **1.5 k followers au 31/12/2025**, soit + 200 followers en 1 an.
La Page instagram *Laroquedantheron_village*, créée fin 2020 mais surtout développée depuis janvier 2022 avec l'arrivée de la nouvelle directrice, a conquis 1106 au 31/12/2024 et **1350 au 31/12/2025**, soit + 246 followers en 1 an.

Sur Facebook, du 1^{er} janvier au 31 décembre :

-Publications : 48 entre le 1^{er} janvier 2025 et le 31 décembre 2025 – A noter : un concours « calendrier de l'avent » au mois de décembre assuré par notre stagiaire Cherina Dimli qui a été très suivi et doté de nombreux lots de nos commerces locaux.

Sur Instagram, du 1^{er} janvier au 31 décembre :

-Publications : le nombre de publication est stable, en légère hausse :

En 2024 : 102 publications en 12 mois (total de la page : 342 au 31/12/2024).

En 2025 : 68 publications en 12 mois (total de la page : 409 au 31/12/2024).

À SAVOIR : La présence sur Instagram en 2025 a été favorisée par les « réels » postés par notre apprenti en 2025. Une vingtaine de vidéos ont été montées par ses soins pour valoriser nos restaurateurs locaux et commerces de bouche.

Les réseaux sociaux ont besoin de contenus photos et texte adaptés et répondant à une charte car les internautes aiment reconnaître au premier coup d'œil les contenus familiers. C'est pour cela qu'il convient d'utiliser au maximum la même présentation, le même ton et réaliser le même type de publications. Une évolution à prendre en compte : depuis 2022, les algorithmes des réseaux sociaux privilégient de plus en plus les vidéos et notamment les « reels » d'instagram, courtes vidéos à caractère incitatif inspirées de la plateforme TikTok.

L'embauche d'un alternant en communication a permis de développer sensiblement le recours aux reels, environ une publication sur 10 est un réel en 2024 sur nos réseaux. Il faudra amplifier cette dynamique avec une mutualisation du matériel à conventionner avec le service de la communication municipale ou l'abbaye de Silvacane par exemple.

c. Promouvoir et coordonner les acteurs

c.1 Promotion à l'échelle communale

Une formation d'initiation à l'utilisation de l'IA en matière de création de contenu et communication visuelle a été proposée par notre partenaire Rémy Brity (17 janvier). Elle a bénéficié à 23 agents, partenaires et professionnels de la commune. L'office d'Aix-en-Provence a été représenté également.

La rencontre avec le nouveau président de l'association Laplace le 27 février 2025 a ouvert une nouvelle ère de collaboration avec l'association des professionnels du village.

Les éditions

L'office de tourisme a édité plusieurs supports en 2025 :

- la refonte du guide « La Roque Moments »
- La publication des 7 Parcours Découvertes, encartés dans leur pochette et leur mise en vente au prix de 5 €
- La carte des commerçants, équipée d'un QR code permettant d'avoir les mises à jour en ligne
- Le flyer « Trésor d'histoire de ville en ville » diffusé à l'accueil.

Les nouveautés à l'accueil

- Les cartes postales Guigo (septembre 2025)

-Réaménagement de l'espace documentaire et mise en place d'un lettrage mural pour présenter l'espace d'exposition du RDC

Les événements portés par l'OT :

-Exposition aquarelles de Corinne Brebion -avril-juin 2025

-Exposition « Une saison à La Roque d'Anthéron » de Cécile Guieu - juin-septembre 2025

-Du 20 juillet au 31 août : proposition de diffusion de concerts du festival de piano dans la salle du Festival à 26°C. Environ 100 personnes

-Alain Ginoux « Histoire des Vaudois à La Roque d'Anthéron » conférence à l'auditorium de la MEDEM le 10 octobre. Conférence suivie par 70 personnes.

- Trésor d'histoire 850 ans de l'abbaye de Silvacane le 18 octobre 2025 - 400 personnes

c.2. Promotion à l'échelle intercommunale

La subvention métropolitaine accordée depuis 2023 à l'office de tourisme pour mener à bien le développement du maillage intercommunal d'un grand jeu de piste géolocalisé baptisé « Trésor d'histoire de ville en ville » n'a pas été reconduite en 2025.

En 2025 nous avons fait le choix de maintenir ce jeu et même de poursuivre son agrandissement en créant le jeu de piste de Lamanon, pour le site troglodytique de Calès.

-Dimanche 18 octobre : Déroulement de 10h à 17h de la journée d'animation « Trésor d'histoire » à l'abbaye de Silvacane.

L'événement était comme d'habitude ancré autour d'une chasse au trésor événementielle, à réaliser au sein de l'abbaye et de ses nombreuses pièces. Un trésor final était délivré par une princesse.

L'abbaye a accueilli pour l'occasion : un marché d'artisans à l'esthétique médiévale, une troupe costumée en prélats de l'époque médiévale qui a réalisé déambulations et saynètes (La Cour Pontificale d'Avignon), une taverne/buvette, l'OT a mis en place un stand photo/costumes et un concours de Cosplay.

Le bilan de la journée : 400 visiteurs, pour un budget OT (troupe) de 1600 €.

3 agents de l'abbaye étaient sur place + 2 agents OT et 2 jeunes bénévoles.

Les repas des agents et bénévoles ont été offerts par la taverne « La rêverie ».

Les costumes des agents et du stand photo ont été gracieusement prêtés par l'association de la Foire du Roy René.

Chapitre 2 – Les engagements spécifiques

a. Convention d'objectifs entre la mairie et l'office de tourisme

Une convention d'objectifs, révisée et signée en début d'année civile, régit les engagements que prend l'EPIC office de tourisme vis-à-vis de la commune de La Roque d'Anthéron. En voici la liste :

1- Promotion du territoire et plus particulièrement de la commune par la communication.

En 2025, l'OT poursuit son engagement à maintenir une stratégie de communication qui dynamise l'image de La Roque d'Anthéron en visant les retombées économiques pour le village. Limiter le recours au papier pour des raisons économiques et environnementales et donner une visibilité accrue à notre village sur les supports en ligne répond à l'évolution des moyens d'accueil de l'office de tourisme (voir Chapitre 1, partie b. Informer). **Objectif atteint.**

2- Participation à la promotion de l'Abbaye de Silvacane.

En 2025 l'office de tourisme a déployé et mis en avant au niveau de la banque d'accueil le kakémono « Abbaye de Silvacane ». Les dépliants de l'abbaye sont maintenus à l'accueil de l'office de tourisme et les détails des visites guidées ainsi que les livret-jeux vendus à la billetterie de l'abbaye ont été systématiquement valorisés auprès des visiteurs en demande de découvertes dans le territoire. Les dépliants « Abbaye de Silvacane » et « programmation culturelle de l'abbaye » ont été mis à disposition des offices de tourisme du département. Sur les réseaux sociaux les événements de l'abbaye ont été partagés en story le plus régulièrement possible. De nombreuses publications (FB + Instagram) proposant des parcours touristiques à La Roque d'Anthéron incluent l'abbaye de Silvacane, tout au long de l'année.

L'événement Trésor d'histoire 2025 a été ancré à l'abbaye de Silvacane pour lui offrir des retombées. **Objectif atteint.**

3- Participation au fonctionnement de la galerie attenante à l'Office de tourisme

En 2025 l'accueil et l'orientation du public vers les expositions de la PAC ont été assurés par les agents de l'office de tourisme. **Objectif atteint.**

4- Maintenance technique des parcours de randonnées sur la commune

En 2025 une veille sur les parcours de randonnées a été maintenue. Les pochettes « parcours découverte » ont été mis en vente. **Objectif atteint.**

5- Gestion de la réservation des salles de réunions de la Maison des associations

En 2025 les salles de la maison des associations ont été fortement sollicitées. La gestion des clés et des réservations a été maintenue. **Objectif atteint.**

6- Mise à jour de l'information sur le réseau d'affichage lumineux de la commune

En 2025 les panneaux lumineux obsolètes sont remplacés par un panneau unique devant la mairie. Son alimentation est prévue par le service communication en mairie. L'équipe de l'office de tourisme n'intervient plus qu'en soutien si nécessaire. En outre l'OT diffuse les

informations par tous les autres moyens, notamment l'application « La Roque d'Anthéron l'appli ». **Objectif atteint.**

Taxe de séjour 2025

Il est bon de préciser ici que la commune perçoit la taxe de séjour, au moyen de la Régie « Droit de Place et TS », dont la régisseuse est la conseillère en séjour (Monique Rossetto). Cette taxe est de droit affectée chaque année au budget de l'EPIC office de tourisme.

La taxe municipale de séjour 2025 collectée par l'office de tourisme de La Roque d'Anthéron s'établit à 44 938 € (48 695 € en 2024, 37 178 € pour 2023).

En additionnant les différentes taxes additionnelles : la taxe départementale (1/11^e soit 4 493 €) et de la taxe régionale (15 278 €) le montant total de la TS collectée à LA Roque d'Anthéron en 2025 s'élève à 84 122 €*.²

Les facteurs favorisant la collecte de la taxe de séjour et le nombre de séjours avec hébergements en 2025 sont multiples :

Le premier facteur est l'augmentation du nombre immatriculations sur Declaloc.fr (plateforme d'enregistrement des hébergeurs occasionnels) liée à l'impératif sur la plupart des plateformes de locations, d'avoir un numéro d'enregistrement depuis 2023 (et donc l'obligation de collecter la TS).

Autres facteurs :

Meilleure collecte de la TS auprès des personnes hébergées au camping « Domaine des Iscles ». Stabilité du nombre de festivaliers sur le festival de Piano 2025, dynamisme de l'offre culturelle de la collectivité, augmentation de la capacité d'accueil et de communication de l'office de tourisme, attractivité et dynamisme de l'offre commerciale et de restauration dans la commune, nouvelle attractivité avec la Voie verte cyclable.

b. Engagements historiques vis-à-vis du territoire métropolitain

En 2025 la convention d'objectifs qui liait l'OT et la Métropole AMP n'a pas été reconduite. Cependant les engagements de l'Office de tourisme de La Roque d'Anthéron vis-à-vis du territoire ont été poursuivis avec la même assiduité que les années précédentes. En voici la liste :

1- Poursuite de la promotion des manifestations labellisées FFSP

Membre de la FFSP, réseau d'itinéraires randonnées et organisateurs de marches populaires, l'OT de La Roque a relayé aussi souvent que nécessaire les événements de type marches et randonnées organisées par les OTSI du territoire.

2- Contribution à la mise en tourisme du GR de Pays « Sentiers de l'eau en Provence »

La directrice a poursuivi en 2025 son engagement pour contribuer (relecture, rédaction, photos) au sein de l'équipe de pilotage du Topo Guide GR de Pays « L'eau en Provence ». Le Topo-rando est édité et va paraître à l'automne 2026.

² Ce montant n'inclut pas la part de TS collectée au 2^e semestre 2025 par Booking qui a été perçue au cours du 1^{er} trimestre 2026.

3- Développement du Géocaching à l'échelle métropolitaine

La subvention métropolitaine accordée depuis 2023 à l'office de tourisme pour mener à bien le développement du maillage intercommunal d'un grand jeu de piste géolocalisé baptisé « Trésor d'histoire de ville en ville » n'a pas été reconduite en 2025. Cependant l'office de tourisme a choisi de maintenir ce jeu et même de poursuivre son agrandissement en créant le jeu de piste de Lamanon, pour le site troglodytique de Calès.

Il a fallu accompagner le changement pour les 8 communes partenaires en faisant le choix de basculer de Baludik vers la plateforme Wivisites au début de l'année 2025.



Toutes les communes ont suivi cette transition excepté la ville de Gardanne qui garde l'application Baludik mais poursuit tout de même son adhésion à « Trésor d'histoire de ville en ville ».

Trésor d'histoire de Ville en ville est un jeu de piste à découvrir dans tout le territoire de la Métropole Aix-Marseille-Provence. Réolvez les énigmes en chemin et collectionnez les badges collecteurs dispersés dans les villes et villages de Provence. Ce jeu est développé par l'office de tourisme de La Roque d'Anthéron avec le soutien de la Métropole Aix-Marseille-Provence.

>Flyer créé en 2025 par l'OT de La Roque mis à disposition des communes participantes pour valoriser la traduction des parcours dans les langues les plus parlées par nos visiteurs.

Nous y avons fait figurer les 4 badges créés et édités par l'office de tourisme de La Roque d'Anthéron en 2024 pour récompenser les joueurs à la fin d'un parcours dans l'une des 9 villes participantes actuellement.

- En 2025 un nouveau parcours a été créé : Mystères à Lamanon – site de Calès.

Événement phare de la communication sur ce parcours :

Dimanche 18 octobre : A l'abbaye de Silvacane, journée médiévale « Trésor d'histoire » autour d'une chasse au trésor « Trésor d'histoire de ville en ville » disponible uniquement ce jour-là et d'un ensemble d'animations et de spectacles sur le thème des 850 ans de l'abbaye. Marché d'artisans inspirés de l'époque médiévale, saynètes de reconstitution historiques, stands pour se costumer, concours de Cosplay, taverne médiévale. L'évènement a amené 400 visiteurs, faisant ainsi la promotion de notre jeu intercommunal auprès de ce large public.

Chapitre 3 – Construction d'une stratégie touristique à La Roque d'Anthéron

a. Les tendances de consommation touristiques à La Roque d'Anthéron et leur traduction en termes d'évolution de l'offre

a.1. Le goût pour une offre de grande qualité

Le Festival de Piano et le Parc du château de Florans sont gérées indépendamment. Le Parc du château appartient désormais à un fonds d'investissement qui a pour ambition d'ouvrir le parc à de nouvelles manifestations tout au long de l'année, tout en garantissant l'utilisation du lieu pour le Festival de Piano. Il s'agit d'une opportunité pour le village et son économie.

Cela nous pousse à ne pas renoncer à une offre riche et qualitative car la clientèle touristique de La Roque d'Anthéron est une clientèle qui, au moins en partie, est à la recherche de belles expériences inédites.

Depuis 2023 les visites guidées animées par une guide conférencière ont été plébiscitées, spécialement pendant la période du Festival de piano, durant laquelle l'office de tourisme peut prolonger la visite dans le Parc du château de Florans, environnement paysagé remarquable et haut lieu de culture du village. Cet accord trouvé avec la Présidence du festival en 2023 a donné du prestige à la proposition de visite guidée, qui devenait, à ce titre, tout à fait inédite.

En 2024 cette offre a été complétée par de nouvelles propositions : Visite découverte au haras des chevaux Lipizzans, promenades accompagnées en nature, promenades nocturnes, suscitant un fort intérêt des visiteurs. L'inédit, l'insolite et le souvenir unique, forgé à la rencontre d'un territoire ou d'un savoir-faire est une plus-value que l'office de tourisme doit pouvoir apporter.

En 2025 il n'a pas été possible de développer cette offre du fait de l'absence prolongée de la directrice.

a.2. L'attrait du vélo

Une tendance de fond cet été également a été la demande vélo. On sait que chaque année le vélo gagne des parts de marchés dans la demande de loisirs de pleine nature. Nombreux sont les visiteurs qui sont d'abord des cyclistes. Ils ont les usages propres à leur moyen de locomotion : ils sont sur un itinéraire qui a un intérêt en soi et ne rejoignent les centre-villages qu'en cas de besoin (recherche d'un bien ou service précis).

En 2025 l'office de tourisme de La Roque d'Anthéron a la marque Accueil vélo (décernée en 2024). C'est un succès après une démarche de longue haleine. En outre la ville obtiendra en 2025 la 1ere Fleur auprès du Comité départemental « Ville est Villages fleuris » suite à notre démarche pour revenir dans la compétition en 2024.

Un événement vélo a été proposé le 14 avril 2024, « Vélo-Matin » , avec un joli succès : 40 licences FFSP vendues et 10 vélos loués par l'office de tourisme, à un prix réduit pour favoriser cette pratique. Le concept est simple : un départ à l'office de tourisme à 9h une fois la licence FFSP en poche (vendue 3€ par adulte), avec petit déjeuner offert, une possibilité de location de vélo sur place, un départ à vélo pour rejoindre la Voie verte de Durance, un retour en fin de matinée autour d'un apéritif convivial. et une démonstration de dressage au haras Lipizzans, puis autour d'un apéritif offert par l'office de tourisme sur place. Plus d'une cinquantaine de participants nous ont rejoint pour ce final. L'événement vélo sera reconduit en 2026.

La convention signée avec Bees en 2023 offre la possibilité à l'office de tourisme de bénéficier de la flotte de VAE gracieusement, pour le « Vélo-matin », jusqu'en 2025 inclus.

a.3. La découverte guidée

Les visites guidées ont été, comme pressenti en 2023, particulièrement appréciées.

En 2024 nous avons inauguré des Randonnées accompagnées, en Durance puis en colline, puis 2 balades nocturnes en bord de Durance. Ces dernières ont eu un beau succès et seront reconduites en 2026. En revanche les balades en pleine nature en journée ont un eu un succès plus mitigé.

Les visites découvertes au haras seront reconduites et amplifiées en 2026.

a.4. L'emplacement de l'accueil au fil de l'année

Un aspect non négligeable de la stratégie de l'office est évidemment son emplacement géographique dans la commune. Situé sur le cours Foch, le siège de l'OT est particulièrement adapté à la belle saison, lorsque les visiteurs souhaitent flâner aux terrasses du Cours Foch ou aux abords du Parc du château de Florans. En hiver en revanche, ce Cours est relativement désert, hormis le jeudi matin, jour de marché. Le local de l'office de tourisme au 13 cours Foch étant difficile et coûteux à chauffer, il a été décidé de maintenir la migration, chaque hiver, afin de diminuer les dépenses de fluides et de capter le flux d'usagers de cet équipement municipal à une période où le flux touristique est en net repli. En outre, la documentation touristique mise à disposition dans ces nouveaux locaux est davantage demandée, ce qui est un bon marqueur de la pertinence de cet emplacement.

Afin de communiquer au mieux sur ce nouvel emplacement, le « Petit déjeuner de Noël de l'Office de tourisme » a été proposé aux professionnels du tourisme en 2025, élus et responsables des services municipaux. Au retour Cours Foch au printemps, l'évènement « Vélo-matin » permet de marquer le retour de l'accueil à l'office de tourisme Cours Foch.

b. Une reconnaissance institutionnelle à rechercher

b.1. Dénomination « commune touristique » et classement catégorie 2

Fruit d'un travail d'équipe, le dossier de demande de renouvellement de la dénomination « Commune touristique » a été transmis à la préfecture au mois d'août 2025 ainsi que le dossier de demande de renouvellement du classement en Catégorie 2 de l'office de tourisme. Les arrêtés préfectoraux portant renouvellement de ces statuts ont été signés le 16 septembre 2025. En septembre 2030 ils arriveront à échéance. Il faudra envisager d'envoyer les dossiers de demande de renouvellement au 1^{er} trimestre 2030.

b.2. Une offre de jeu de piste géolocalisée pour le territoire

Une expérience de découverte touristique qui soit à la fois intéressante sur un parcours unique mais qui puisse aussi fonctionner en « chaîne », avec les communes et OTSI qui seraient intéressées. C'est cette idée, engagée fin 2022 par notre OT, qui a été poursuivie jusqu' en 2025, avec succès, malgré l'interruption momentanée de la subvention métropolitaine en 2025. Nous nous employons à retrouver un financement intentionnel courant 2026.

Un travail important de recherche et de création narrative a été mené afin de donner corps à une expérience touristique en tant que telle, en lien avec les socio-professionnels locaux.

Chaque office de tourisme est formé pour être à même de conduire son public à participer à cette grande « chasse au trésor » et un « gain » sous forme de badge (voir page 16), est à présent proposé à ceux qui remportent les épreuves. L'accès au jeu est gratuit. L'idée maitresse est d'offrir une motivation à marcher pour les populations de visiteurs et que les retombées soient positives pour le tissu économique local.

Conclusion

Cette quatrième année d'exercice pour la nouvelle direction de l'office de tourisme ancre de belles dynamiques dans la durée et offre une lisibilité autour d'une stratégie communale mais aussi de territoire, partagée et en dialogue avec son environnement.

L'offre touristique à La Roque d'Anthéron a pour pilier la découverte du patrimoine culturel, au rang desquels le Festival International de Piano et l'abbaye de Silvacane sont des figures de proue. L'expérience en milieux naturels aménagés et enfin l'exploration de la gastronomie sous toutes ses formes, apportent le contexte merveilleux qui permet de proposer une destination idéale pour les courts séjours ou les vacances, en toutes saisons et pour tous les publics, des jeunes actifs urbains aux familles en passant par les seniors.

Enfin, la connexion avec les enjeux du territoire métropolitain et l'animation d'un grand parcours de jeu de piste historique géolocalisé Trésor d'histoire de ville en ville est un levier puissant pour ancrer une collaboration positive, porteuse de sens, responsable et économe, entre les villes et villages de la Métropole Aix-Marseille Provence. Au cœur de cette stratégie touristique en train de se construire à La Roque d'Anthéron, l'objectif souverain est : offrir un territoire lisible et attractif pour tous les visiteurs, quel que soit leurs attentes, afin d'encourager les séjours et une consommation responsable et durable du tourisme à La Roque d'Anthéron et dans le territoire auquel elle appartient.

Les enjeux pour 2026, en plus de la poursuite des objectifs présentés dans le présent rapport, seront d'intensifier la dynamisation de l'attractivité de la destination La Roque d'Anthéron, grâce à l'embauche de nouvelles compétences et l'accroissement du rayonnement de nos actions et de notre communication au-delà de l'échelle régionale.