



VAUCLUSE PROVENCE ATTRACTIVITÉ

PLAN D' ACTIONS

2022





Sommaire

Introduction	5
INGÉNIERIE ET TERRITOIRE.....	6
Récapitulatif budgétaire	6
Observation	7
Accompagnement OTI	7
Ingénierie Filière Vélo.....	8
Ingénierie autres filières	9
PROSPECTION ET FILIÈRES.....	11
Récapitulatif budgétaire	11
Promotion - prospection filières et multicanal	11
Prospection multicanale	15
Actions mutualisées et Attractivité des Talents	15
Accueil d'investisseurs et réseaux	16
COMMUNICATION	17
Promotion et presse	17
Récapitulatif budgétaire	17
Actions marketing BtoB et BtoC	19
Events, communication corporate	24
Outils.....	25
Web et e-marketing.....	28
Récapitulatif budgétaire	28
Sites et SIT	28
Outils et contenus.....	29





La crise sanitaire a bouleversé nos pratiques, nos manières de vivre et de travailler et nous a contraints à faire preuve de résilience et d'adaptabilité au fil des mois. Dans un contexte incertain qui perdure, Vaucluse Provence Attractivité poursuivra ses actions multisectorielles en lien avec la structuration des filières et l'attractivité des territoires, visant à attirer et ancrer différentes cibles : visiteurs, investisseurs et talents.

En 2022, l'agence mettra l'accent sur trois enjeux qui guideront les actions déployées tout au long de cette année, capitalisant sur l'expérience acquise depuis 2020, avec la mise en place des premières restrictions.

Cap sur le tourisme et l'économie durables...

Certaines tendances, déjà sous-jacentes, se sont accélérées face aux enjeux économiques, environnementaux et sociétaux. Elles orientent nos missions d'attractivité vers un tourisme plus responsable, avec une meilleure répartition des flux dans le temps et dans l'espace. C'est la raison pour laquelle l'Agence a souhaité se lancer dans une démarche collective visant à construire une stratégie éco/slowtouristique, en lien avec les orientations du Schéma Départemental de Développement Touristique du Vaucluse.

La prospection d'entreprises sera également réorientée vers des projets plus vertueux, favorisant par exemple les circuits courts, une alimentation saine, des process de fabrication ou d'offres de services respectueux de l'environnement. Il s'agira d'attirer des projets à valeur ajoutée et à impact pour les territoires.

Plus de digital...

Plus que jamais, le digital tiendra également une grande place dans les choix opérés. Les réseaux sociaux et outils web sont devenus de véritables leviers d'attractivité et de notoriété des destinations. Ils s'avèrent désormais incontournables.

Dans un environnement toujours mouvant, le digital permet une certaine agilité et un ciblage précis pour une plus grande efficacité des campagnes de prospection.

L'Agence s'attachera également à valoriser des outils digitaux conçus pour enrichir l'expérience de visite, tels que la web application Explore Vaucluse initiée par le Conseil départemental ou le Vaucluse Provence Pass.

Jouer collectif...

Ces actions seront déployées dans une recherche de mutualisation et de synergies avec l'ensemble des partenaires. Dans un univers très concurrentiel, l'Agence est animée par une volonté forte visant à fédérer les énergies et les budgets, privilégier l'intelligence collective, coconstruire des actions structurantes au service des territoires et des entreprises.

De nombreuses actions de promotion seront ainsi mutualisées, des temps forts d'échanges et des événements ponctueront cette année et de nombreux projets seront développés avec les partenaires de l'Agence.

Un plan d'action à déployer ensemble pour promouvoir le département, et démontrer qu'il y fait bon vivre, séjourner, entreprendre ou investir.



Ingénierie et territoire

Prévisionnel 2022	
OBSERVATION	47 750 €
ANIMATION OTI	4 650 €
INGÉNIERIE FILIÈRES (Vélo, Rando, Slow, Culture, T&H, VVF)	97 700 €
TOTAL	150 100 €

En 2022, l'Agence conduira ses missions d'ingénierie telles que définies par le Schéma Départemental de Développement Touristique de Vaucluse.

Seront poursuivis les travaux concernant les dispositifs d'observation, le développement des filières sport de nature, culture et tourisme & handicap, l'accompagnement des offices de tourisme, ainsi que la mise en œuvre du plan d'actions Plan de Transition Touristique pour le Vaucluse (éco/slowtourisme).

OBSERVATION

Pour ce volet, les actions sont liées à des commandes externes de dispositifs d'observation, d'études et les divers abonnements VPA.

Le suivi continu et l'analyse de la fréquentation touristique (grâce à l'outil Flux Vision Tourisme, des enquêtes Insee et MKG) dans l'hôtellerie, les campings et les sites de visite se poursuivront tout au long de l'année, complétés par un baromètre de conjoncture estivale, ainsi que l'exploitation de données sur l'emploi, sur la fréquentation vélo... Les bilans annuels et saisonniers à l'échelle départementale et infra seront diffusés notamment auprès des EPCI, OTI et têtes de réseaux partenaires.

Parmi les nouveautés 2022, l'Agence réactualisera ses données sur le poids, les évolutions de l'investissement touristique dans le Vaucluse (partenariat Atout France), développera une observation du foncier et immobilier touristique, suivra l'enquête clientèles régionales avec des premiers résultats analysés, rédigera et diffusera de nouvelles fiches-marchés concernant les profils des clientèles touristiques.

Prévisionnel 2022	
DONNÉES ÉCO – FRÉQUENTATION TOURISTIQUE	40 550€
OUTILS	1 000 €
CENTRE DE RESSOURCES	6 200 €
TOTAL	47 750 €



ACCOMPAGNEMENT OTI

Les actions sont liées à l'accompagnement des OTI dans leurs démarches de Classement et de Qualité mais aussi et surtout à des temps d'animation collective comme le pilotage de journées techniques (coordinateurs des accueils, oenotourisme, qualité, conseillers en séjour). Plusieurs éducteurs seront programmés pour partager une meilleure connaissance de l'offre touristique locale. L'agence coordonne également les animations des partenaires lors des événements BtoC : Salon de l'Agriculture, Terroirs en Fête.

À noter l'organisation d'une journée de rencontres-échanges « la Bourse aux dépliants » entre OTI, sites de visite et prestataires qui aura lieu fin mars à Orange. L'animation du groupe de travail départemental Taxe de séjour sera orientée sur l'analyse et l'optimisation des recettes et retombées sur le territoire. Une collaboration renforcée avec la FROT PACA permettra aussi de mieux adapter le plan régional de formation aux besoins, évolutions compétences-métiers des OT de Vaucluse.

Enfin, des temps d'échanges réguliers seront poursuivis avec les directeurs d'office pour une meilleure complémentarité des plans d'action respectifs et le développement de projets collaboratifs.

Prévisionnel 2022	
ACCOMPAGNEMENT OTI	4 650 €
TOTAL	4 650 €



INGÉNIERIE FILIÈRE VÉLO

Ce volet Filière Vélo distingue deux types de missions :

- À l'échelle départementale

L'Agence poursuit la coordination et l'animation du collectif La Provence à Vélo (Conseil départemental, les PNR Luberon et Mont-Ventoux, Vélo Loisir Provence, les OT de l'Isle sur la Sorgue, Grand Avignon...) autour de la qualification Accueil Vélo, de la connaissance des itinéraires, de la structuration des socio-pros, du développement des services, des outils/actions de communication dédiés vélo, VTT, Gravel.

En 2022, de nouvelles thématiques seront développées en lien avec le développement du transport de bagages lié à l'itinérance, l'intermodalité douce (dont le partenariat avec la SNCF), la signalétique vélotouristique sur les véloroutes, la rationalisation des boucles sur les secteurs Vallée du Rhône/Ventoux.

- À l'échelle de la Via Rhona Sud

VPA est confirmée comme structure animatrice des partenaires du tronçon Vaucluse-Méditerranée pour lequel l'Agence coordonnera les projets d'aménagements cyclables, les projets autour du fluvestre (fluvial + vélo), l'animation des professionnels, la promotion-coordination... en partenariat avec les Régions Sud, Occitanie, les agences Provence Tourisme, Gard Tourisme, Hérault Tourisme.

- À l'échelle de la Région Sud

Les actions 2022 seront à affiner selon les évolutions de la stratégie régionale Vélo et les orientations pour le 2^{ème} contrat de filière vélotourisme, VTT. Elles pourront notamment porter sur l'animation des évaluateurs, des professionnels Accueil Vélo, l'analyse des données quanti/quali de fréquentation des grands itinéraires régionaux, la mise en œuvre d'actions dédiées VTT, itinérance, le déploiement d'une stratégie Ambassadeurs territoriaux, le renforcement de la promotion-communication aux échelles régionales (CRT), nationales (France Vélo Tourisme)...

Prévisionnel 2022	
STRUCTURATION ANIMATION VÉLO VAUCLUSE	13 500 €
CONTRAT RÉGIONAL FILIÈRE VÉLO	21 300 €
TOTAL	34 800 €



INGÉNIERIE AUTRES FILIÈRES

RANDONNÉES, TOURISME CULTUREL, TOURISME & HANDICAP,
AMÉLIORATION DU CADRE DE VIE, SLOW TOURISME

Prévisionnel 2022	
ETUDE SLOWTOURISME	50 000 €
RANDONNEE, TRAIL, AUTRES SPORTS DE NATURE	5 000 €
TOURISME & HANDICAP	900 €
AUTRES	7 000 €
TOTAL	62 900 €

FILIÈRE RANDONNÉES EN VAUCLUSE

Le plan d'actions triennal collectif a été lancé en 2021. En 2022, l'Agence poursuivra la coordination, la mise en œuvre des actions et en développera de nouvelles, axées sur l'émergence, la structuration d'hébergements pour groupes (gîtes, résidences, zones de bivouac...), le déploiement des boucles sur la plaine rhodanienne, le développement d'itinéraires permanents Trail et leur mise en tourisme, un travail autour des pratiques (péri) urbaine, l'organisation d'éductours sur l'itinérance, ainsi que la mise en promotion sur des supports print et digitaux.

FILIÈRE SLOW TOURISME

Après la finalisation de l'étude « Vers un plan de transition touristique » au printemps 2022, l'Agence coordonnera le lancement de la nouvelle stratégie et du plan d'actions collectivement retenus, en lien avec le Schéma Départemental de Développement Touristique et en partenariat avec l'ensemble des acteurs associés à la feuille de route coconstruite.

En parallèle, VPA restera impliquée et mobilisera ses partenaires dans la future étude « Connaissance, gestion des flux touristiques », initiée en 2022 par le Conseil départemental.



FILIÈRE TOURISME CULTUREL EN VAUCLUSE

Outre la sensibilisation, l'accompagnement, les audits des sites de visite pour l'obtention de la marque Qualité Tourisme, l'Agence renforcera son accompagnement auprès de porteurs de projets locaux publics/privés, en lien avec le Schéma Départemental Patrimoine/Culture et le Schéma Départemental de Développement Touristique.

En 2022, le déploiement du Vaucluse Provence Pass se poursuivra auprès de nouveaux sites de visite, notamment sur les secteurs sous-représentés Ventoux, Sud Luberon et par de nouvelles collaborations avec les transporteurs (Orizo, SNCF).

L'Agence sera également mobilisée sur le développement de Explore Vaucluse, la web application lancée par le Conseil départemental dans le cadre du Wifi territorial, notamment en poursuivant son rôle de sensibilisation et de proposition de sites bénéficiaires.

FILIÈRE TOURISME & HANDICAP EN VAUCLUSE

Il est à rappeler que l'Agence est le seul organisme vauclusien habilité à octroyer la marque nationale reconnue d'utilité publique Tourisme & Handicap, sous l'autorité du Secrétariat d'État au Tourisme. Grâce à la montée en compétence de la nouvelle chargée de mission Ingénierie, l'Agence renforcera la mission de détection, d'accompagnement et d'audits des organismes et professionnels du tourisme pour l'obtention/renouvellement de la marque en mobilisant les partenaires (Conseil départemental, représentants associations, handicapés, relais territoriaux).

ACCOMPAGNEMENT DE PROJETS TOURISTIQUES STRUCTURANTS AVEC LES TERRITOIRES ET PORTEURS DE PROJET

L'Agence continuera à mobiliser ses expertises ingénierie autour des projets touristiques structurants publics et privés, tels que : Château de Cambis à Velleron, Château de Thézan à St-Didier, hébergements flottants à Piolenc, projets de campings et hébergements insolites dans les secteurs Ventoux et Luberon...

VPA poursuivra son implication au sein du collectif et de la plateforme départementale Vaucluse Ingénierie.

ANIMATION CONCOURS DÉPARTEMENTAL VILLES ET VILLAGES FLEURIS

L'animation territoriale auprès des collectivités locales dans le cadre du Label Villes et Villages Fleuris, en partenariat avec le Département, le CAUE et des experts paysagistes sera complétée en 2022 par la réédition du guide de conseil à l'embellissement et l'amélioration du cadre de vie.



Prospection et Implantation d'entreprises

Prévisionnel 2022	
PROMOTION PROSPECTION FILIÈRES	36 900 €
PROSPECTION MULTICANAL	105 050 €
ACTIONS MUTUALISÉES	70 000 €
ACCUEILS INGÉNIERIE ET VIE DU PÔLE	27 700 €
TOTAL	239 650€

En 2022, le pôle poursuivra son action de promotion des filières économiques d'excellence, des offres foncières et immobilières et des atouts des territoires de Vaucluse afin d'attirer des entreprises, des investisseurs et des talents.

Pour cela, l'Agence mettra en œuvre un plan d'actions ambitieux, dans l'optique de prospecter et d'accompagner l'implantation de nouvelles entreprises sur l'ensemble du territoire du Vaucluse.

Le plan d'actions prévoit de nombreuses opérations et missions lors de salons professionnels, avec toujours à l'esprit le fait de devoir s'adapter au contexte sanitaire évolutif qui impacte la tenue de certaines manifestations. Ces événements, sources de nombreuses rencontres avec des investisseurs potentiels, seront sélectionnés en fonction des cibles visées pour chaque secteur, selon une stratégie élaborée à partir des caractéristiques propres au territoire.

PROMOTION ET PROSPECTION FILIÈRE

En 2022, VPA poursuit la prospection sur les filières clés du territoire : naturalité (alimentation de qualité, agritech, cosmétique et ingrédients naturels, nutraceutique), économie créative (digital et filière image, en particulier le cinéma d'animation et le jeu vidéo), tourisme (hébergement - notamment offre insolite ou filières slow, vélo, randonnée - et loisir), industrie (énergies de demain, bâtiment, environnement, aéronautique).

VPA ciblera des prospects de manière à poursuivre la structuration des filières d'avenir, en cherchant à attirer des entreprises à valeur ajoutée pour les territoires : fort impact sur l'emploi, start-up innovante dans son domaine, activité dans le domaine du renouvelable, de l'économie circulaire ou de l'environnement, renouvellement de l'offre d'hébergement ou de loisir, nouvelle brique dans la chaîne de valeur vélo...

Le Vaucluse est fortement reconnu pour son écosystème agroalimentaire. La chaîne de valeur de la naturalité, qui fait également partie des priorités du plan de relance, peut être enrichie sur les autres segments marchés : nutraceutique, biocontrôle et agritech, cosmétique naturelle, ingrédients. Les offreurs de service et de solution à ces filières ont également toute leur place pour venir enrichir les écosystèmes.

La filière de l'économie créative et de l'image a connu une importante structuration ces dernières années avec l'installation d'écoles bénéficiant d'une forte reconnaissance dans le secteur (École des nouvelles images, 2 écoles de jeux vidéo). Le vivier de compétences étant un élément clé pour attirer de nouvelles activités, cela constitue un atout important, concrétisé par l'implantation en cours de plusieurs studios d'animation ou jeux vidéo.



Une réflexion menée sur l'année 2021, tenant compte du contexte actuel de transitions multiples sur le plan écologique, économique et sociétal ainsi que des attentes croissantes des partenaires territoriaux de projets plus verts, plus inclusifs et plus respectueux des besoins des populations, nous ont conduits à un repositionnement important. La filière logistique fait dès à présent l'objet d'une dépriorisation au profit de la structuration d'une offre et d'actions de prospection de projets à impact. Ce nouveau ciblage porteur de sens fera l'objet d'une structuration dès 2022, avec la montée en puissance d'un chef de projet sur la thématique afin de renforcer l'expertise pour l'accompagnement des projets à fortes spécificités. L'objectif pour cette année 1 sera également de développer un argumentaire et de réfléchir aux outils permettant de valoriser les atouts du territoire. À terme, l'ambition est de permettre d'attirer de nouveaux projets, parfois présents dans d'autres régions, en vue de les déployer sur l'ensemble des territoires de Vaucluse.

Dans un contexte où l'élément décisif pour concrétiser un projet d'implantation d'entreprise reste l'offre foncière ou immobilière, VPA poursuivra son action d'observatoire de l'offre disponible.

Cette mission recouvre différents aspects :

- animation du réseau des agences immobilières spécialisées, aménageurs-promoteurs et investisseurs, mise à jour des offres,
- enregistrement des nouveaux biens dans l'observatoire grâce à des points réguliers avec les partenaires pour vérification des disponibilités,
- recherches immobilières et foncières à partir du cahier des charges qualifié par chaque chef de projet filière.

En 2022, VPA a particulièrement pour objectif d'enrichir la connaissance de l'offre foncière et immobilière pour la filière tourisme : recensement des agences pour identification de biens dédiés, identification des opportunités immobilières et foncières sur les territoires en partenariat avec les EPCI.

Prévisionnel 2022	
PROMOTION PROSPECTION FILIERES	36 900 €
TOTAL	36 900 €

NATURALITÉ

- SALON SIRAH MADE : salon des marques distributeurs, qui pense l'alimentation pour le plus grand nombre avec la plus haute exigence en termes de nutrition
- IN COSMETICS : exposition commerciale internationale principale de matières premières et d'ingrédients pour cosmétiques
- NUTREVENT : première convention d'affaires européenne dédiée à l'innovation en alimentation, nutrition et santé humaine et animale.
- SIAL : plateforme mondiale d'événements B2B dédiés à l'industrie agroalimentaire
- MED' AGRI : salon de l'agriculture méditerranéenne
- FIE&HIE : salon des ingrédients pour l'alimentation et la santé
- BUSINESS TOUR : journées de la naturalité



Prévisionnel 2022	
SIRAH MADE 15&16 mars 2022	500 €
IN COSMETICS avril 2022	500 €
NUTREVENT 4&5 octobre 2022	2000 €
SIAL 17&18 octobre 2022	500 €
FIE/HIE 6-9 décembre 2022	250 €
Adhésion INNOV ALLIANCE	1800 €
BUSINESS TOUR journées de la naturalité	5000 €
TOTAL	10 550 €

IMMOBILIER / EMERGENCE DEMARCHE PROJETS À IMPACT

- SITL : salon des acteurs français et européens de la logistique et du transport
- FORUM NATIONAL DE L'ESS ET DE L'INNOVATION
- Actions d'émergence de la démarche projet à impact

Prévisionnel 2022	
SITL - avril 2021	700 €
FORUM NATIONAL DE L'ESS ET DE L'INNOVATION	600 €
ACTION EMERGENCE IMPACT	250 €
TOTAL	1 550 €

BATIMENT, EFFICACITE ENERGETIQUE ET ENVIRONNEMENT

- BATIMAT : salon professionnel de la construction
- ENERGAIA : forum européen des énergies renouvelables proposant des solutions pour les villes et industriels

Prévisionnel 2022	
BATIMAT - 3 au 6 octobre 2022 - porte de Versailles	400 €
ENERGAIA - Montpellier	300 €
TOTAL	700 €

AERONAUTIQUE - INDUSTRIE

- EUROSATORY : salon international de la Défense et de la Sécurité terrestre et aéroterrestre
- GLOBAL INDUSTRIE : salon international couvrant l'ensemble de l'industrie et rassemblant son écosystème, sa chaîne de valeur et ses marchés utilisateurs
- E BACE : événement annuel de rencontre de la communauté européenne de l'aviation d'affaires
- SIANE : salon industriel majeur du Sud-Ouest permettant de rencontrer et d'échanger avec des professionnels de l'industrie 4.0 axés mécanique et aéronautique



Prévisionnel 2022	
EUROSATORY 13 - 17 juin 2022 - Paris	400 €
GLOBAL INDUSTRIE - 17 au 20 mai 2022 - Paris	400 €
E BACE - 23 au 25 mai Genève - Palexpo	500 €
SIANE - 18 au 20 octobre 2022 - Toulouse	400 €
TOTAL	1 700 €

TOURISME

- SETT : salon des Equipements et Techniques du Tourisme (Hôtellerie de plein air et insolite)
- Salon de la franchise : salon international pour entreprendre en franchise
- Prodays Vélo : salon professionnel des concepteurs-marques-distributeurs de cycles, VAE, VTT, équipements et accessoires
- IFTM Top résa : un des plus grands salons professionnels du tourisme et des voyages

Prévisionnel 2022	
SETT MONTPELLIER - Novembre 2022	100 €
SALON DE LA FRANCHISE - Octobre 2022 - Marseille	500 €
PRODAYS VELO - 04 Juillet 2022 - Paris	500 €
IFTM Top resa - 21-22 Septembre 2022 - Paris	1 500 €
TOTAL	2 600 €

ÉCONOMIE CRÉATIVE

- MIFA : festival international du film d'animation d'Annecy et son marché
- MEGAMIGS : sommet international du jeu de Montréal (MIGS), un des plus grands salons mondiaux du jeu vidéo
- LAVAL VIRTUAL : salon sur l'innovation et nouvelles technologies orienté sur les réalités virtuelle et augmentée
- CARTOON FORUM : évènement dédié aux films et séries d'animation au niveau international
- EDUCTOUR FILIÈRE IMAGE : visite d'un groupe de studios de cinéma d'animation

Prévisionnel 2022	
MIFA ANNECY - JUIN 2022	2 200 €
MISSION CANADA MIGS 2022 + ROADSHOW (50 RDV)	14 000 €
LAVAL VIRTUAL - AVRIL 2022	1 200 €
EVENEMENT ICP 2022	400 €
CARTOON FORUM 2022	2000 €
EDUCTOUR FILIERE IMAGE	Budget Pôle com
TOTAL	19 800 €



PROSPECTION MULTICANALE

Ces actions ont pour objectif de permettre à l'agence de capter, en complément de la prospection filière, de nouveaux projets d'implantation par différents canaux complémentaires :

- Actions de webmarketing pour détecter de nouveaux projets d'investisseurs en recherche de site d'implantation via les plateformes : immo-hub, tourisme-hub, business-park, innov-hub (partenariat avec Géolink).
- Actions de prises de rendez-vous sur salon pour optimiser la participation à une sélection de 5/6 salons professionnels chaque année en s'appuyant sur une prestation de prospection et prise de rendez-vous en vue d'identifier des investisseurs ayant des projets concrets.
- Poursuite de l'action pilote via les réseaux sociaux initiée en 2021 sur les filières image et naturalité afin de développer et d'animer une communauté captive d'investisseurs potentiels grâce à une approche directe en s'appuyant sur les outils digitaux.
- Alliance Canada : partenariat régional pour la prospection et détection de projets d'implantation d'investisseurs en lien avec le bureau Business France Montréal
- VIVATECH : Viva technology, le rendez-vous mondial des grands groupes et des startups

Prévisionnel 2022	
MISSION DE PROSPECTION / WEBMARKETING	54 000 €
MISSIONS DE PROSPECTION / Prise de rdv salon	33 600 €
ACTION prospection réseaux sociaux / filières	12 950 €
ALLIANCE CANADA	3500 €
VIVATECH	1000 €
TOTAL	105 050 €

ACTIONS MUTUALISÉES ET ATTRACTIVITÉ DES TALENTS

ACTIONS MUTUALISÉES

Le Pôle Prospection - Implantation d'entreprises conduira des actions permettant de favoriser la dynamique réseaux avec les partenaires territoriaux :

- coordination du stand au SIMI et participation commune au salon Go entrepreneurs avec les EPCI et partenaires associés.
- organisation des rendez-vous de l'attractivité 3 fois par an de manière alternée sur un nouveau territoire avec des éclairages d'intervenants sur des grandes thématiques liées au développement des territoires, des pitches d'entreprises ... Les participants sont les développeurs économiques des EPCI, le Conseil départemental, les réseaux consulaires, la Région.
- formation collective avec les développeurs économiques des EPCI, généralement opérée avec le CNER, sur un thème choisi en concertation.



ATTRACTIVITÉ DES TALENTS

En complément de l'approche centrée sur la prospection par filière économique, VPA poursuivra la démarche d'attractivité des talents initiée fin 2019, s'adressant à une cible d'entrepreneurs, de repreneurs mais aussi de futurs salariés. L'objectif est de capitaliser sur l'argumentaire et les outils développés (guide *S'installer dans le Vaucluse en Provence*, plaquette talents, table ronde...) et la dynamique enclenchée avec les partenaires publics et privés pour mettre en œuvre de nouvelles actions. Des campagnes d'attractivité seront conduites mettant en avant les atouts du Vaucluse (territoire connecté, à taille humaine, éco-systèmes d'excellence) pour séduire de nouveaux talents.

Prévisionnel 2022	
SALON DES ENTREPRENEURS MARSEILLE	15 000 €
SIMI décembre 2022	50 000 €
RENDEZ-VOUS DE L'ATTRACTIVITE 2022	3 500 €
FORMATION DEVELOPPEURS ECONOMIQUES	1 000 €
SALON DU TRAVAIL ET DE LA MOBILITÉ	500 €
TOTAL	70 000 €

ACCUEILS INVESTISSEURS ET RÉSEAUX

Le travail au sein des différents réseaux ainsi que la présence sur le terrain dans le cadre des réunions partenariales font partie des actions incontournables du pôle pour être au plus près des territoires et des filières économiques.

En 2022, l'Agence développera de nouvelles actions à destination des dirigeants d'entreprises. Elle structurera une démarche réseau impliquant les entreprises et acteurs du territoire dans l'objectif d'accompagner le développement du Vaucluse, de le faire rayonner et de mettre en valeur l'excellence vauclusienne dans toutes ses dimensions.

Accueillir les investisseurs et leur permettre de venir visiter les sites d'implantation, ou encore rencontrer les futurs partenaires, sont des étapes clés qui permettent de conduire aux décisions d'investissement.

Certains projets nécessitent un appui complémentaire juridique. Un partenariat avec le cabinet Fidal a été mis en place afin de soutenir l'accompagnement de 2 projets par an.

Prévisionnel 2022	
RECEPTION INVESTISSEURS	16 000 €
DIVERS (Abo CNER, French tech, LIA partners, évènements locaux, adhesion partenaires, etc.)	8 000 €
APPUI EN INGENIERIE DE PROJET	2 200 €
DEPLACEMENTS EQUIPE	1 500 €
TOTAL	27 700 €



Communication Promotion et presse

Prévisionnel 202	
ACTIONS MARKETING BTOB BTOC	531 900 €
EVENTS, COMMUNICATION CORPORATE	52 500 €
OUTILS DE COMMUNICATION	123 650 €
TOTAL	708 050 €

Sur la base des projets mis en œuvre respectivement par le pôle Ingénierie & Territoire et le pôle Prospection & Filières, le pôle Communication prend le relais pour diffuser le plus largement possible des informations à des cibles variées avec une approche multicanale. Il est constitué de trois entités : Communication, Promotion & Presse, Web & E-marketing. Chaque action fait l'objet d'une étude pour bénéficier de la communication la plus efficiente possible.

Ainsi les cibles sont très diverses puisqu'il s'agit de s'adresser aussi bien aux visiteurs francophones, anglophones, germanophones, hispanophones et néerlandophones qu'aux chefs d'entreprise, startupper, talents en recherche d'un nouveau lieu de vie ou encore aux partenaires institutionnels, publics ou privés.

C'est la raison pour laquelle il est important de corréliser les moyens financiers aux ressources humaines et techniques de l'agence, le tout en correspondance avec les objectifs visés.

QUELS SONT NOS OBJECTIFS DE COMMUNICATION ET NOS MOYENS POUR 2022 ?

Trois objectifs motivent nos actions de communication :

- Positionner le Vaucluse comme une destination d'excellence et durable en termes de tourisme et d'économie
- Faire venir des visiteurs de manière stratégique et maîtrisée dans le temps et dans l'espace en recherchant un allongement des ailes de saison
- Attirer de futurs investisseurs et les accompagner sur des projets à valeur ajoutée

Au niveau des moyens, il s'agit de :

- Poursuivre la promotion de filières clefs :
 - > Pour le tourisme, le Vélo et la Rando se présentent comme nos axes de prédilection, sur fond d'approche slow en cours de définition suite à l'étude menée sur la transition écotouristique. La Culture, le Patrimoine, la Gastronomie et les produits du terroir restent des axes déterminants pour promouvoir le département.
 - > Pour l'Invest, outre les filières prioritaires qui s'appuient sur l'identité du territoire que sont l'Agroalimentaire, la Naturalité et le Développement touristique, la filière Eco-créative apparaît comme un axe fort de développement eu égard aux potentialités du Numérique et de l'Image, en expansion, avec de nouveaux métiers en constante création. Aéronautique et Energie, Immobilier et Logistique complètent le panel de filières promues en France et à l'international.
- Entretien et développer des dispositifs de partenariats pour élaborer des projets coconstruits à meilleure visibilité et plus grand impact médiatique
- Produire des outils de communication pensés en fonction des cibles et diffusés de manière avisée



QUELLES ACTIONS POUR QUELLES CIBLES ?

A. COMMUNICATION TOURISTIQUE

Point sur les marchés (Source : Observatoire de Vaucluse Provence Attractivité)

MARCHÉS PRIORITAIRES	
Premier marché	France
Marché n°1	Allemagne
Marché n°2	Belgique
Marché n°3	Pays-Bas

MARCHÉS SECONDAIRES	
Marché n°4	Grande-Bretagne
Marché n°5	Espagne
Marché n°6	Etats-Unis

MARCHÉS D'INTÉRÊT	
Marché n°7	Suisse
Marché n°8	Scandinavie
Marché n°9	Italie
Marché n°10	Chine

En observant les motivations de ces voyageurs via leur comportement numérique, plusieurs items nous éclairent sur leurs centres d'intérêt et orientent notre manière de communiquer. « Villages, Avignon, Ventoux, Luberon, Provence » tout comme « Lavande, Vin, Nature, Ressourcement, Durable » se placent au premier rang des requêtes.

Par ailleurs, les recherches sur l'expression « Randonnée Vaucluse » ont très fortement augmenté par rapport à 2020 (+177%). Selon le site Ubersuggest, analyseur de mots-clés au niveau national, « Luberon », « Vaucluse » et « Mont Ventoux » se situent dans le top 20 des termes de recherche associés au mot « Randonnée ». La destination est donc bien identifiée comme un territoire propice à cette activité.

Côté Vélo et toujours selon Ubersuggest, la pratique du VTT prend de l'ampleur avec une présence en 25^{ème} position des recherches associant « Parcours VTT » à « Vaucluse » et en 32^{ème} position pour « Luberon ». Plusieurs recherches liées à la pratique du vélo en Vaucluse ont connu une belle progression en 2021 : « Via Rhôna » (+64 %), « Ascension du Mont Ventoux » (+56 %) et « Via Venaissia » (+33 %).

Autant d'éléments qui concourent aux choix opérés en matière de communication sur les filières prioritaires, Patrimoine, Vélo, Rando en s'adressant aux cibles suivantes : grand public, journalistes et tour-opérateurs. Dans le contexte actuel, il reste nécessaire d'user d'agilité pour prendre en compte les impératifs de voyage et contraintes de déplacement liés à la crise sanitaire et auxquels s'ajoutent les conséquences du Brexit sur le marché britannique.

B. COMMUNICATION INVEST

Prospecter, attirer et accompagner les entreprises passent par la création d'outils de communication appropriés. En plus des investisseurs auxquels elle s'adresse, VPA a développé une stratégie de communication en direction des talents qu'il convient de poursuivre. Il s'agit ici de s'adresser à des cadres, non cadres, entrepreneurs, développeurs de projet, indépendants, professionnels de santé, ingénieurs, techniciens... qui auraient des velléités de changer de cadre de vie. La période a mis en exergue de nouvelles attentes des travailleurs pour concilier leurs vies professionnelle et personnelle.



C. COMMUNICATION CORPORATE

En raison du nombre important de partenaires de l'Agence, il est primordial de partager les actions menées ensemble. Outre les outils de communication désormais bien identifiés que sont le magazine VPA'ctions et la newsletter bimensuelle, VPA a créé cette année, dans le cadre de ses rencontres thématiques et réseaux, de nouveaux RDV comme les « Vaucluse Cycle Meet » et « Le Vaucluse a du talent ! » qui, forts de leur succès, sont amenés à être reconduits.

ACTIONS MARKETING BTOB ET BTOC

1. CAMPAGNES MULTICANALES

La construction de campagnes multicanales repose sur la combinaison de différents supports de diffusion. Associer le digital, incontournable et sans cesse en expansion, avec des insertions presse, des spots radio et des ciblage sur les réseaux sociaux concourt à une identification plus massive du message et à la réussite d'une campagne. Ainsi le plan de communication est pensé de manière globale pour garder une présence tout au long de l'année sur les principaux marchés.

Prévisionnel 2022	
CAMPAGNES MULTICANALES	59 400 €
CAMPAGNES DIGITALES	79 300 €
CAMPAGNES RS	20 000 €
CAMPAGNE CRT	30 000 €
TOTAL	188 700 €

A. UNE CAMPAGNE DE PROMOTION TOURISTIQUE

pour cibler les clientèles des pays suivants :

France avec une présence renforcée pour les séjours de printemps et d'arrière-saison. Ici seront ciblés les couples mais aussi les familles pour les périodes de vacances scolaires. La clientèle de proximité (Ile de France, Rhône-Alpes, Hauts de France, Occitanie, PACA) sera plus souvent ciblée.

Allemagne et notamment la Bavière avec un ciblage familles, épicuriens, affinitaires culture et arts de vivre.

Belgique wallonne et flamande avec un ciblage couples / familles / séniors / sportifs / affinitaires culture et épicuriens.

Pays-Bas avec un ciblage couples / familles / sportifs et affinitaires campings et camping-cars.

Suisse romande et alémanique avec un ciblage couples / épicuriens et affinitaires culture.

Mais aussi **Scandinavie, Royaume-Uni, Espagne** et l'**Italie** en fonction des opportunités.

Sous une charte graphique commune, ces marchés seront ciblés tout au long de l'année avec des messages s'adaptant à la saisonnalité et mettant en valeur les principales filières promues par l'Agence :

- Les activités de plein air dans leur ensemble : Rando / Vélo / VTT / Escalade (nouvelle filière)
- La Gastronomie et l'œnotourisme
- La Culture via le Patrimoine et l'événementiel



En parallèle de ces campagnes made in Vaucluse, il s'agira aussi de capitaliser sur les opérations de promotion initiées par le CRT Région Sud et suivies par douze partenaires régionaux sous le label **#OnaTousBesoinDuSud**.

B. UNE CAMPAGNE POUR L'ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

L'objectif de cette campagne est de promouvoir les atouts du Vaucluse pour attirer les talents et investisseurs afin de les accompagner dans leur implantation. L'Agence ciblera plus particulièrement les actifs vivant dans les grandes métropoles (Paris, Lyon, Montpellier...)

C. UNE CAMPAGNE DE PROMOTION DES OUTILS NUMÉRIQUES

Suite à l'installation des bornes wifi sur l'ensemble du département et au développement de la web application Explore Vaucluse, une campagne de communication ciblée permettra la découverte de ce nouvel outil par les visiteurs du territoire.

Afin de rendre visible le Vaucluse Provence Pass, déployé avec les partenaires, au printemps et à l'été, une campagne de promotion sera programmée sur des temps stratégiques.

D. DES CAMPAGNES DÉDIÉES AUX FILIÈRES APN (ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE)

Comme indiqué sur les campagnes de promotion de l'offre touristique, des actions seront menées pour appuyer la communication des offres Vélo et Randonnée pédestre sur des supports dédiés. En effet, il s'agira de s'adresser aux amateurs éclairés directement sur les sites internet qu'ils fréquentent pour organiser leurs séjours. L'enjeu est de montrer le Vaucluse comme une aire de jeux idéale pour les activités de plein air.

2. SALONS GRAND PUBLIC

VPA sera présent en 2022 sur des salons généralistes et spécialisés. Ainsi les offres patrimoniale et culturelle seront valorisées parallèlement aux filières Vélo et Rando. La participation à ces salons se conçoit avec les partenaires : offices de tourisme, le réseau de « La Provence à Vélo » et les acteurs de la randonnée, fédérés derrière la marque « Vaucluse Provence Rando ».

Parallèlement, le CRT Région Sud travaille à l'organisation d'un Europe Tour dédié à la promotion de la Provence dans une ou deux villes, en Allemagne et/ou en Belgique. Le choix du ou des lieux reste à confirmer (Francfort et/ou Anvers. Cette opération grand public prendra vraisemblablement la forme d'un parcours sensoriel. Son financement se fera via le Contrat Destination Provence.

Prévisionnel 2022	
SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE	8500 €
TERROIRS EN FETE	1000 €
SALON DES VACANCES DE BRUXELLES	7500 €
SALON DU RANDONNEUR (vélo et rando)	10 000 €
SALON ROC D'AZUR (VTT et Gravel)	20 000 €
EUROPE TOUR CRT	1000 €
TOTAL	48 000 €



3. ACCUEILS PRESSE

En 2022, plusieurs rendez-vous avec la presse, en collaboration avec les offices de tourisme, permettront de maintenir l'intérêt des médias pour notre territoire.

- Poursuite du travail avec les agences de presse (Belgique, Allemagne)
- Approche des journalistes français et britanniques en direct
- Actions presse en lien avec Atout France et le CRT Région Sud dont certaines en partenariat avec les Offices de Tourisme du département (marchés Italie, Espagne et Grande-Bretagne)
- Travail spécifique sur les filières Vélo, Rando, Œnotourisme et approche de la filière Invest. Dans ce cadre, organisation de deux voyages de presse l'un dédié à la rando, l'autre à l'œnotourisme.
- Mise à jour du site dédié à la presse : <https://presse.provenceguide.com/>
- Envoi régulier de news presse
- Publication d'articles presse bilingues français-anglais sur le blog du site presse
- Refonte graphique des dossiers de presse généraux et thématiques dans plusieurs langues via la création d'un back-office dédié

NOUVEAUTE : Afin d'optimiser les coûts et les déplacements, il a été convenu avec les offices de tourisme vauclusiens qu'Avignon Tourisme participerait cette année au Média Tour Espagne et Luberon Cœur de Provence au Média Tour Italie, deux rendez-vous organisés par Atout France. VPA sera présente à l'IMM de Londres. L'idée est d'opérer un roulement chaque année entre les trois institutions qui représenteront l'ensemble de l'offre en Vaucluse.

Prévisionnel 2022	
ACCUEILS PRESSE	45 000 €
ANTENNE PRESSE BELGIQUE	10 000 €
ANTENNE PRESSE ALLEMAGNE	11 250 €
MARCHE FRANCE	1800 €
MARCHE BRITANNIQUE	4000 €
GOODIES	10 000 €
ABONNEMENT DATAPRESSE	5 500 €
VEILLE ARGUS DE LA PRESSE	7 800 €
DIVERS	650 €
DOSSIER DE PRESSE	22 000 €
TOTAL	118 000 €



4. INTERMÉDIATION

Le travail envers l'intermédiation se poursuit via la participation à des missions et l'organisation d'éducteurs à destination des tour-opérateurs (TO).

En 2022 :

- Une mission aux USA sera destinée à travailler sur ce marché très mature qui a manifesté son intérêt pour la destination dès qu'elle était à nouveau accessible et ce malgré le contexte sanitaire.
- Destination Vignobles se déroulera à Aix-en-Provence et mettra à l'honneur la Provence (rassemblement de 180 TO internationaux et 150 institutionnels ou professionnels français autour de l'œnotourisme). Il y aura 5 pré-tours dont 2 en Vaucluse.
- Les Rendez-Vous en France rassembleront 750 TO à Nantes et un éducteur passera en Vaucluse.
- Le Provence Travel Meet, organisé par le CRT Région Sud à l'automne réunira entre 100 et 120 TO européens aussi généralistes que thématiques (vélo, rando...). Dix pré-tours réunissant chacun une dizaine de participants seront organisés.
- Plusieurs éducteurs seront organisés en direct ou avec nos partenaires privilégiés (CRT Région Sud, réseaux Vélo, OT) dans les filières prioritaires (Vélo, Rando)
- Mise à jour du site dédié à l'intermédiation : <https://pro.provenceguide.com/>
- Envoi régulier de news aux TO et agences
- NOUVEAUTE : un éducteur organisé en partenariat avec la Région Sud sera consacré au cinéma d'animation et réunira des producteurs, réalisateurs et dirigeants de studio à Avignon, Arles et Marseille.

Prévisionnel 2022	
MISSION USA - AMERIQUES	9000 €
DESTINATION VIGNOBLES	2000 €
EDUCTOUR DESTINATIONS VIGNOBLES	5000 €
RENDEZ-VOUS FRANCE	3500 €
EDUCTOUR RENDEZ-VOUS FRANCE	2300 €
PROVENCE TRAVEL MEET	1000 €
EDUCTOURS PROVENCE TRAVEL MEET	15 000 €
EDUCTOURS	5400 €
EDUCTOUR VELO	7800 €
EDUCTOUR INVEST	5000 €
TOTAL	56 000 €



5. CONTRAT DESTINATION PROVENCE

Outil stratégique de marketing territorial, le Contrat de Destination Provence a mobilisé en plus de six ans 31 partenaires financeurs, publics et privés, dont VPA fait partie depuis la première heure. Ensemble, ils ont bâti une stratégie pour faire rayonner la Provence à l'international, déclinée via plusieurs volets de travail : marque, marketing, observation évaluation, accueil, marketing content, communication institutionnelle administration. Le Contrat de Destination Provence a été renouvelé pour une 3^{ème} phase d'une durée de 3 ans. La V3 s'appuie toujours sur les principes de mutualisation et de co-pilotage qui permet de fédérer moyens humains et financiers.

Si les six dernières années, la priorité a été de développer la notoriété de la Provence sur les marchés lointains (continent nord-américain, Chine, Japon et Europe), la crise sanitaire a poussé à se recentrer davantage sur les marchés de proximité : France et Europe. La thématique reste l'art de vivre provençal qui se décline à travers la gastronomie, les événements festifs, le patrimoine...

VPA co-pilote 2 volets de travail (Marque et Marketing Content) et contribue à deux autres (Accueil et Marketing). La V3 verra le lancement de grands chantiers : le développement d'une licence de marque pour des produits estampillés Provence, la création d'un Club des Ambassadeurs, un événement BtoC en Allemagne, un travail spécifique sur les réseaux sociaux chinois, etc.

Prévisionnel 2022	
CONTRAT DESTINATION PROVENCE	33 000 €
TOTAL	33 000 €

6. RESEAUX SOCIAUX

Avec ses 10 comptes (3 pages Facebook, 2 comptes twitter, 1 compte LinkedIn, 1 compte Instagram, 3 chaînes Youtube), VPA poursuivra sa mission de promotion économique et touristique afin de maintenir son positionnement dans le top 5 des destinations départementales françaises. Grâce à l'appui stratégique d'une agence spécialisée, ce positionnement s'entretiendra par le biais de campagnes publicitaires ciblées auprès des clientèles. L'accueil de l'influenceur Teddy Verneuil, dont les nombreuses photos et autres contenus opèrent des succès sur les réseaux sociaux, permettra de poursuivre la notoriété de la destination Vaucluse.

NOUVEAUTE : La sponsorisation de posts sur LinkedIn à côté de la sponsorisation déjà effective sur Facebook et Instagram rendra plus visibles les posts dédiés à la filière économique.

À noter : nos communautés représentent un total de 353 596 personnes (origine France et International) incitées à séjourner (pour le volet tourisme) ou s'installer (pour le volet Invest) en Vaucluse.

Prévisionnel 2022	
AGENCE SOCIAL MEDIA	27 300 €
ABONNEMENT AGORAPULSE ET ICONOSQUARE	2000 €
SPONSORISATION FB ET MEET	6000 €
SPONSORISATION LINKEDIN	5000 €
ACCUEILS INFLUENCEURS	9 700 €
TOTAL	50 000 €



7. TOURISME D’AFFAIRES ET DE SAVOIR-FAIRE

La filière MICE ou Tourisme d’affaires, particulièrement touchée par la crise, rencontre un regain d’intérêt. Concomitamment, les modes de travail et de rencontre évoluent. Il convient donc de cibler les événements pertinents pour promouvoir la destination en local et au niveau national. Ces rendez-vous sont l’occasion de rencontrer des agences événementielles et des entreprises qui recherchent de nouveaux lieux pour l’organisation de leurs événements.

À l’invitation du CRT Région Sud, VPA rejoindra un réseau régional d’entreprises qui proposent des visites de leur site de production. Ce réseau sera coordonné par l’association Entreprise et Découverte qui détient une expertise en matière de tourisme de savoir-faire. La promotion de ce type de visites prend tout son sens pour une agence d’attractivité comme VPA dont les missions recouvrent le tourisme et le développement économique.

Prévisionnel 2022	
COTISATION PROVENCE COTE D’AZUR EVENTS (PCE)	500 €
ACTIONS PCE – MEET AND COM	4000 €
ACTIONS SEMINAIRES BUSINESS EVENTS (SBE)	3500 €
TOURISME D’ENTREPRISES	3000 €
TOTAL	11 000 €

EVENTS, COMMUNICATION CORPORATE

8. CO-ORGANISATION EVENTS

VPA contribuera à l’organisation de plusieurs événements :

- VPA organisera la seconde édition des Vaucluse Cycle Meet. Ce rendez-vous BtoB permet aux professionnels de la filière Vélo d’échanger sur les tendances et d’affiner leur offre touristique.
- VPA réunira à nouveau les chefs d’entreprises et acteurs économiques à l’occasion d’une soirée originale pour célébrer les talents vauclusiens.
- Les journées « Jeunesse Emploi Tourisme » feront connaître aux collégiens du Vaucluse les métiers de la restauration et l’hôtellerie (partenariat UMIH84, Ecole Hôtelière d’Avignon et le Conseil départemental de Vaucluse).
- VPA participera à l’opération « Cultive ta boîte » organisée par le Réseau Entreprendre qui rassemblera au Palais des Papes près de 700 chefs d’entreprise sur le thème du courage.
- Comme chaque année, VPA s’affichera partenaire des RDV impulsés par le CRT Région Sud, rencontres dédiées aux professionnels du tourisme sur une thématique donnée.



Prévisionnel 2022	
RENCONTRE NETWORK	18 500 €
SOIREE ENTREPRISES & TALENTS	5000 €
JOURNEES JEUNESSE EMPLOI TOURISME	9 000 €
CULTIVE TA BOITE	3000 €
2 RDV CRT/VPA	2000 €
TOTAL	37 500 €

9. COMMUNICATION CORPORATE

VPA poursuivra l'édition de son magazine VPA'ctions à raison de 2 numéros sur l'année. Les 5 ans de l'Agence seront l'occasion d'éditer un hors-série anniversaire.

Prévisionnel 2022	
COMMUNICATION CORPORATE	15 000 €
TOTAL	15 000 €

OUTILS

10. PHOTOS-PHOTO THEQUE-VIDEOS

Pour séduire touristes et investisseurs, il est indispensable de renouveler les contenus photos et vidéos. Ces contenus sont utilisés sur les nombreux supports de l'Agence (sites web, réseaux sociaux, news et éditions papier).

Outre les commandes faites à des photographes extérieurs, l'Agence signe des campagnes photos et vidéos en interne. Cette production enrichit la photothèque, accessible aux partenaires et médias.

Cette année, la photothèque fera l'objet d'un tri en profondeur et d'une réflexion sur l'indexation des médias, afin d'en faciliter son usage.

Prévisionnel 2022	
PHOTOS	24 650 €
PHOTOS INFLUENCEURS	5000 €
PHOTO THEQUE	5500 €
TOTAL	30 150 €



12. PUBLICATIONS

Chaque année, VPA édite des documents valorisant l'offre du territoire.

En 2022 :

- Création d'un flyer Explore Vaucluse distribué auprès des professionnels du tourisme et lors des salons grand public
- Réédition des cartes vélo et VTT en partenariat avec le collectif de La Provence à vélo. Intégration de la nouvelle charte graphique liée à la refonte du logo.
- Edition d'une carte rando dans le cadre du plan d'action de la filière Rando réunissant 70 acteurs autour de la marque « Vaucluse Provence Rando ».
- Réédition des cartes touristiques Vaucluse en partenariat avec les offices de tourisme vauclusiens.
- Création d'un outil de communication autour des saveurs et produits du terroir en partenariat avec la Chambre d'agriculture de Vaucluse et Inter Rhône.
- Côté Invest, publication de deux nouvelles plaquettes Filière : aéronautique, foncier et Immobilier d'entreprise.

Prévisionnel 2022	
IMPRESSIONS	48 500 €
TOTAL	48 500 €

13. TRADUCTIONS

L'Agence externalise la traduction dans différentes langues (anglais, allemand, italien, espagnol, néerlandais...).

Prévisionnel 2022	
TRADUCTIONS COMMUNICATION	10 000 €
TRADUCTIONS WEB	12 000 €
TRADUCTIONS APIDAE	8000 €
TOTAL	30 000 €



14. DIVERS

L'adhésion de VPA à des organismes partenaires permet de participer à des événements et accéder aux dernières données touristiques.

Prévisionnel 2022	
ADHÉSION TOURISME ET TERRITOIRES	7300 €
ADHÉSION ATOUT FRANCE	3 840 €
ADHÉSION CRT SUD	100 €
VALORISATION PRODUITS AGRICOLES	800 €
COTISATION AJP (Association des journalistes Tourisme)	160 €
DIVERS	2800 €
TOTAL	15 000 €



Communication Web et e-marketing

Prévisionnel 2022	
SIT + HÉBERGEMENTS + NOMS DOMAINES	21 600 €
MAINTENANCE ET DEV / REFONTE WEB	11 900 €
WEB / E-MARKETING	85 000€
STRATÉGIE NUMÉRIQUE DU TERRITOIRE	30 000 €
GESTION DE LA RELATION CLIENT	18 500 €
VIDÉOS	22 500 €
TOTAL	189 500 €

1. SITES ET SYSTEME D'INFORMATION TOURISTIQUE

Afin de rendre le Vaucluse attractif pour les visiteurs et investisseurs, l'Agence développe, maintient et anime plusieurs outils :

- Sur le volet de l'attractivité touristique, Vaucluse Provence Attractivité est le référent départemental du réseau APIDAE. L'offre touristique est au cœur de ce réseau : il s'agit pour l'Agence de garantir la qualité des informations touristiques diffusées via une base de données partagée avec les offices de tourisme. Ainsi, outre un travail de veille, de saisie et de traduction sur cette base de données en lien avec les partenaires, Vaucluse Provence Attractivité participe aux choix stratégiques et techniques du réseau APIDAE. L'Agence a en charge l'animation départementale autour de ce réseau. Il s'agit de formations, ateliers et clubs utilisateurs programmés tout au long de l'année en fonction des besoins des usagers.
- VPA anime des sites Internet pour la diffusion multilingue de l'offre touristique et des atouts économiques du département pour lesquels une infrastructure d'hébergement, le maintien de noms de domaines dédiés et la réalisation de développements techniques sont nécessaires.

Il est à noter que de nombreux développements sont réalisés en interne, ce qui permet d'engager un budget minimum sur ce volet.

Prévisionnel 2022	
SYSTEME D'INFORMATION TOURISTIQUE	14 600 €
HEBERGEMENT DES SITES	4 700 €
NOMS DE DOMAINE	2 300 €
TOTAL	21 600 €
DEVELOPPEMENT WEB	9400 €
DIVERS WEB	2 500 €
TOTAL	11 900€



2. VISIBILITE DES OFFRES

En plus de la maintenance technique et l'animation autour des outils de diffusion, il s'agit de rendre visibles l'offre touristique et l'offre d'accompagnement des investisseurs. Ainsi, l'Agence agit sur l'optimisation des sites web pour augmenter leur présence sur les principaux moteurs de recherche.

Prévisionnel 2022	
REFERENCEMENT NATUREL	14 000 €
REFERENCEMENT PAYANT - achat mots clés	61 200 €
REFERENCEMENT PAYANT - accompagnement agence	9 800 €
TOTAL	85 000 €

3. PROJETS NUMERIQUES AVEC LES TERRITOIRES

Outre la communication via les sites Internet, l'Agence a à cœur de rendre l'expérience de séjour la plus fluide possible. Cela passe par le maintien et déploiement d'outils mutualisés avec les partenaires du territoire.

1. OUTILS NUMÉRIQUES DE DÉCOUVERTE DU TERRITOIRE

Web application destinée aux visiteurs séjournant dans le Vaucluse, Explore Vaucluse enrichit l'expérience de visite. Sur 172 sites patrimoniaux et naturels, l'installation de bornes wifi offrira une connexion de très haut débit. Les contenus déployés sur la web application donneront non seulement des informations pratiques et concrètes mais serviront aussi de vitrine pour promouvoir des lieux plus inédits. Cet outil déployé par le Service Attractivité et Territoire du Département de Vaucluse développe des solutions concrètes pour améliorer la gestion des flux sur le territoire et garantir une qualité plus grande des séjours touristiques tant pour les visiteurs que pour les locaux.

Le Vaucluse Provence Pass a pour but de proposer aux visiteurs un carte facilitant leur séjour via le prépaiement des entrées dans les principaux sites de visite du Vaucluse. Cet outil a vocation à soutenir l'offre culturelle et à générer de la mobilité dans tout le département.

Le plan de déploiement de ces outils est envisagé sous les angles suivants * :

- Campagnes digitales,
- Réalisation de spots radio, diffusés sur les radios vauclusiennes lors des vacances de printemps et en début d'été,
- Publicités Facebook ciblées sur des personnes en séjour dans le département lors des vacances de printemps et d'été,
- Insertion pub dans le programme du festival Off.

* voir budget campagnes multicanales



2. ATELIERS « CHUCHOTEURS »

Initiés en 2021 et reconduits en 2022, ces ateliers, répondant à une approche plus humaine et locale de la communication touristique, ont une double finalité :

- Animer les acteurs du territoire autour d'une filière,
- Collecter des contenus de type « secrets » ou « bons plans » venant d'acteurs locaux pour une publication sur les supports web et print de l'Agence.

3. ATELIERS D'ÉCRITURE ET SEO

Pour accroître la visibilité de l'ensemble des contenus web des différents partenaires (offices de tourisme et Vaucluse Provence Attractivité), des ateliers d'écriture seront poursuivis et renforcés par un atelier dédié à l'optimisation de ces contenus.

Par ailleurs, la mise en commun d'un outil de suivi de positionnement des sites web avec les partenaires permettra de suivre l'impact des actions.

4. AGRÉGATION D'AVIS ET E-RÉPUTATION

Le déploiement de l'outil d'agrégation des avis clients, Fairguest, sera maintenu en 2022 afin de permettre aux territoires de prendre connaissance de leur e-réputation et de mener une politique de sensibilisation auprès de leurs socio-professionnels.

En outre, l'Agence réalise ponctuellement des études d'e-réputation basées sur les requêtes observées sur les moteurs de recherche et les réseaux sociaux. Ces études permettent d'avoir une vision des points d'attractivité des territoires en se basant sur les mots clefs associés aux destinations.

Prévisionnel 2022	
PROJETS NUMERIQUES AVEC LES OT	15 000 €
AGREGATION D'AVIS	15 000 €
TOTAL	30 000 €



4. GESTION DE LA RELATION CLIENT

Outil indispensable au suivi et à la fidélisation de prospects, visiteurs et investisseurs, la gestion de la relation client permet de rester en contact avec nos partenaires.

Sur le volet Invest, l'outil permet le suivi des projets qui sont définis en fonction de leur typologie, de leur territoire et de la phase d'implantation. Il a pour but de faciliter les échanges avec les partenaires du développement local.

Par ailleurs, les visiteurs ont la possibilité de recevoir l'actualité touristique du département via une newsletter qui est adressée mensuellement aux inscrits francophones, et 3 à 4 fois par an pour les contacts anglophones, germanophones, hispanophones et néerlandophones. L'Agence met en place des campagnes de collecte (achat de leads) pour faire connaître au plus grand nombre l'existence de ces newsletters et susciter des abonnements à la newsletter du Vaucluse.

Prévisionnel 2022	
ACHAT LEADS	4 000 €
ABONNEMENT OUTIL GRC	4 200 €
ABONNEMENT EUDONET	10 300 €
TOTAL	18 500 €

5. VIDEOS

En complément des photos et pour animer les publications, les vidéos sont à renouveler chaque année et illustrent les différentes démarches de l'agence aussi bien en matière de promotion touristique que des projets d'accompagnement Invest.

VIDEOS	20 000 €
VIDEOS INFLUENCEURS	2500 €
TOTAL	22 500€



VAUCLUSE • PROVENCE ATTRACTIVITÉ

AGENCE DU DÉVELOPPEMENT,
DU TOURISME ET DES TERRITOIRES

12 rue Collège de la Croix • 84000 Avignon
+33 (0)4 90 80 47 00 • info@vaucluseprovence.com
vaucluseprovence-attractivite.com

