VAUCLUSE PROVENCE ATTRACTIVITÉ

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2021

Département de VAUCLUSE

RÉGION SUD PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

Rythmée par la levée ou la reprise des mesures sanitaires, 2021 restera comme l'année de la résilience, nécessitant adaptation et création. Un contexte que VPA a choisi de transcender en saisissant les opportunités.

2021 a été l'année où les synergies collectives ont offert une puissance de rebond dans les différentes filières identitaires du territoire. Convaincue des vertus du faire-ensemble, l'Agence a poursuivi la mise en œuvre de nombreux projets et opérations en partenariat avec les acteurs publics et privés à l'image de la démarche de transition touristique avec le Conseil départemental de Vaucluse, du plan d'actions Randonnée, de la campagne de relance régionale touristique #OnATousBesoinDuSud, du renouvellement du contrat de Destination Provence ou encore de ses participations mutualisées à certains salons professionnels avec les territoires et partenaires.

En 2021, l'Agence a mis à profit les enseignements de l'année précédente en développant son agilité dans la durée. Les actions de prospection et de promotion de la destination, y compris sur les marchés lointains, ont été assurées en distanciel avec fluidité lorsque le contexte l'exigeait. Elles ont par ailleurs été soutenues par des campagnes webmarketing et social media, élargies au volet Invest afin de gagner en visibilité. Pour répondre aux tendances actuelles et aux enjeux environnementaux, l'Agence a travaillé sur des opérations dédiées au tourisme de proximité et focalisées sur les ailes de saison. En conséquence de l'annulation de certains événements et par un jeu de vases communicants, des redéploiements de moyens ont été opérés vers des dispositifs et des événements porteurs pour la destination.

Dans ce contexte mouvant, deux nouveaux rendez-vous marqueurs du Vaucluse initiés par VPA ont vu le jour en 2021. "Le Vaucluse Cycle Meet", une rencontre BtoB de la filière Vélo en Vaucluse, a pris place en paralèlle du salon Avignon Vélo Passion. Par ailleurs, " Le Vaucluse a du talent " a été organisé pour réunir les entrepreneurs phares du territoire et partenaires locaux. Inédit, ce temps fort amené à se pérenniser participe à la démarche d'attractivité des talents initiée en 2020 par l'Agence – tout comme l'édition d'un guide sur le sujet réalisé dans l'année

Parution Vaucluse Provence Attractivité 2022
Directeur de la publication : Pierre Gonzalvez
Directrice de la rédaction : Cathy Fermanian
Création graphique : Anaïs Clair
Photos de couv et der de couv : Teddy Verneuil - Thomas O'Brien - Maxime Coquard.

INGÉNIERIE & TERRITOIRES 01

Observer 4
Structurer les filières 6
Développer l'ingénierie au service des territoires 9
Accompagner les EPCI-OTI 10

PROSPECTION & FILIÈRES 02

Prospection 14
Immobilier d'entreprises 18
Entreprises implantées en 2021 19
Stratégie attractivité des talents 24
Collaboration renforcée avec les EPCI 25
Partenariats 27

COMMUNICATION 03

Projets 29
Events 31
Campagnes 33
Identité de marques 35
Éditions 37
Réseaux sociaux 38
Photos / vidéos 40
Presse et promotion 41
Web et e-marketing 48

À PROPOS DE VPA

Conseil d'administration 56
Équipe 58

01

INGÉNIERIE & TERRITOIRES

Au cours de l'année 2021, le Pôle Ingénierie a poursuivi sa feuille de route tout en déployant de nouvelles actions dans le but de qualifier, structurer, développer les filières touristiques stratégiques pour le Vaucluse : Vélo, Culture, Tourisme & Handicap.

L'exploitation plus fine de dispositifs d'observation a permis de suivre en quasi temps réel la fréquentation et les impacts liés à la crise. Dans ce contexte qui a nécessité adaptabilité et agilité, plusieurs webinaires, rencontres ont été initiés auprès des offices de tourisme, professionnels et partenaires, notamment sur les questions de la commercialisation des sports de nature, d'un événement BtoB auprès des acteurs de la filière vélo, de la qualité, de l'œnotourisme.

De nouveaux projets ont été activés dont la mise en œuvre du plan d'actions Randonnée, ou encore la démarche "Plan de transition touristique pour le Vaucluse", à travers le lancement de l'étude Eco-Slow tourisme.

Nos missions :

- Observer
- Structurer les filières
- Qualifier l'offre touristique
- Accompagner les EPCI-OTI

OBSERVER

LES DIFFÉRENTS DISPOSITIFS D'OBSERVATION

En complément des outils exploités, l'Agence s'est dotée de nouveaux dispositifs pour affiner le suivi de la fréquentation, notamment face aux évolutions du contexte sanitaire international.

TABLEAUX DE BORD DE L'OFFRE TOURISTIQUE LOCALE ET DÉPARTEMENTALE

- Actualisation d'un outil cartographique des hébergements et des capacités d'accueil à l'échelle du Vaucluse et de chaque EPCI

BILANS ET SUIVI DE LA FRÉQUENTATION

- Production des bilans 2021 de fréquentation départementaux et territoriaux, + saison estivale 2021, vacances de Toussaint et de Noel 2021, livrés à chaque EPCI/OTI
- Suivi de la fréquentation dans l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air
- Exploitation du dispositif AirDNA d'observation de l'offre et de la fréquentation des hébergements locatifs + observation prévisionnelle hebdomadaire des taux d'occupation dans ce type d'hébergement
- Enquêtes de fréquentation des sites de visite, événements et offices de tourisme

BAROMÈTRES DE CONJONCTURE

Lancement d'un baromètre de conjoncture mensuel en deux vagues : printemps (ponts de mai et juin) puis été (juillet, août) en Vaucluse en partenariat avec les OTI.

BILAN DE FRÉQUENTATION VÉLO EN VAUCLUSE

à partir des données éco-compteurs relevées

OBSERVATION DES PRÉSENCES SUR LE TERRITOIRE – FLUX VISION TOURISME

Analyse de la fréquentation à l'échelle du département et de chaque EPCI et des Smart destinations Ventoux et Luberon. Nouvelles données livrées en continu

ENQUÊTE RÉGIONALE DES CLIENTÈLES TOURISTIQUES

Participation aux comités de pilotage et aux travaux régionaux : données de redressement, ajustement au contexte sanitaire (report automne 2021)

OBSERVATION ÉCONOMIQUE & TOURISTIQUE

Participation de VPA au Club de l'Observation Partenariale en lien avec le CD84 et l'AURAV. Lancement d'une enquête EPCI/communes sur les missions/besoins en ingénierie de projets (conception + analyse des résultats)

ANIMATION, ÉCHANGES TERRITORIAUX

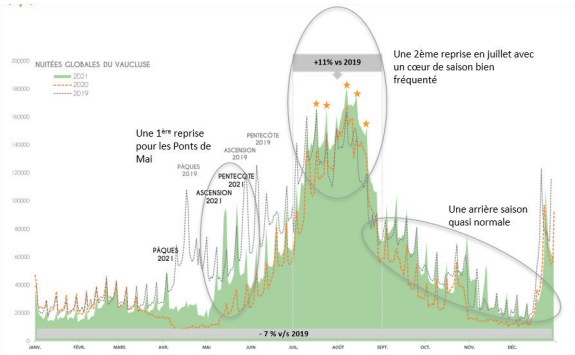
Animation d'un groupe de travail " Observation" associant les OTI. Echanges réguliers sur les données, études, événements et bilans

ACCOMPAGNEMENT DES OTI DANS LE CADRE DU PROJET PILOT

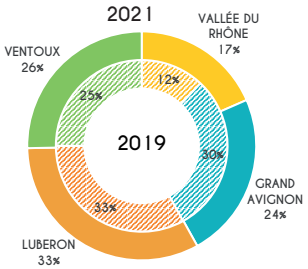
Plateforme nationale de comparaison entre structures similaires développée par ADN Tourisme

CHIFFRES CLÉS 2021 VS 2019

- 20,6 millions de nuitées touristiques (-7%)
- +11% de clientèles françaises, -32% d'étrangers
- 31,4 millions de visites-journées dont 82% françaises



Répartition des nuitées par bassin touristique :



©T. Verneuil

STRUCTURER LES FILIÈRES

FILIÈRE RANDONNÉE PÉDESTRE

Après une année 2020 consacrée à la définition collective de la stratégie, VPA et ses partenaires ont activé la mise en œuvre de la feuille de route "VAUCLUSE RANDO" autour de ses axes prioritaires : connaissance de l'offre et des clientèles, structuration des itinéraires, qualification des professionnels, promotion-communication, synergie des acteurs.

- Mise en place d'un programme de 4 webinaires à l'attention des OTI, d'hébergeurs, d'accompagnateurs, de transporteurs…:

- 1 webinaire sur l'offre randonnée en Vaucluse : la connaître et comprendre les enjeux de l'encadrement et l'accompagnement de la randonnée pédestre (15 participants)

- 2 webinaires sur la connaissance des clientèles randonnée (mai-juin) 30 participants

- Organisation d'un webinaire en partenariat avec la fédération de la randonnée pédestre de Vaucluse pour faire connaître le label " Compagnons de Route "

- Coordination de la collecte des informations relatives aux randonnées choisies par les OTI et la FFRP84 qui remonteront sur les pages " rando " du site web

- Préparation d'une convention avec la FFRP84, pour assurer la diffusion des informations (traces de la FFRP)

- Formation des référents OTI rando, suivi de la saisie des itinéraires sur Géotreck et APIDAE (50 parcours environ)

- Coordination des Ateliers " Chuchoteurs " (fin novembre)

- Appui à la FFRP84 sur le tournage du GR de Pays Tour du Massif du Ventoux, pour sa candidature à l'élection du GRP 2021 préféré des français (2ème place)

ECO-SLOW TOURISME

Pour asseoir une stratégie et définir une feuille de route collective slowtourisme/écotourisme, Vaucluse Provence Attractivité et ses partenaires ont donné, le 18 juin, le top départ d'une mission d'accompagnement confiée à des consultants.

Cette démarche s'inscrit dans le cadre du schéma départemental de développement touristique visant à positionner le Vaucluse comme une destination de tourisme durable et d'excellence ; elle s'inscrit également dans la démarche régionale (Schéma régional du développement touristique et contrat de filière régionale écotourisme).

ENJEUX

- Rebondir après la crise que nous traversons
- Répondre aux défis environnementaux, économiques et sociaux d'un développement touristique plus durable
- Favoriser un tourisme à l'année, plus qualitatif
- Mener une réflexion collective, construire une vision partagée, mettre en œuvre des actions, proposer des outils

UNE MISSION EN 3 ÉTAPES

- Élaborer un état des lieux
- Poser un diagnostic prospectif et des axes de développement
- Construire un plan d'actions de la transition (à 5 ans)

- Printemps : sélection des consultants de l'étude Plan de transition touristique pour le Vaucluse cofinancée par le Conseil départemental de Vaucluse et la Banque des Territoires

- 18 juin : lancement de l'étude (1er comité de pilotage)

- Eté : lancement du diagnostic dont une enquête acteurs-résidents (1200 réponses), des rencontres individuelles et collectives des acteurs par thématique

- 10 novembre : atelier EPCI/OTI – état des lieux de l'offre éco-slow par territoire

- 24 novembre : comité de pilotage - validation de la phase 1 diagnostic + pistes " stratégie "

FILIÈRE VÉLOTOURISME & VTT

L'Agence poursuit ses missions de structuration de la filière Vélo/VTT au niveau régional et dans le Vaucluse, à travers le développement de nouvelles offres telles que le Gravel, l'animation des territoires et des professionnels, notamment lors du premier événement BtoB dédié, l'émergence de services aux usagers.

SCHÉMA DÉPARTEMENTAL VÉLO EN VAUCLUSE

- Participation aux comités techniques et comités de pilotage du schéma départemental
- Définition du rôle de VPA dans la coordination CD84/ EPCI (itinéraires) et dans la promotion-communication de la filière vélo/VTT

CO-PILOTAGE PAR VPA AUX CÔTÉS DU CONSEIL RÉGIONAL DU CONTRAT DE FILIÈRE RÉGIONALE VÉLO/VTT

- Coordination des partenaires en lien avec le Conseil Régional, le CRT Sud, les agences départementales de la région et l'association Vélo Loisir en Provence
- Mise en œuvre du plan d'actions 2021 :

- Qualification et structuration de l'offre : déploiement du Label Accueil Vélo, sensibilisation des territoires et des professionnels, éductours régionaux, dispositif de financement régional aux équipements cyclistes des hébergements (7 dossiers pour 180 000 € de subventions), étude intermodale déplacements touristes : car+vélo (ViaRhôna + V65 – 2 feuilles de route)
- velo.provence-alpes-cotedazur.com - 87 500 pages vues sur 69 pages vélo
- Création d'un compte instagram : lesudavelo
- Synergie, coordination, professionnalisation : 419 acteurs mobilisés autour des 7 événements (formations, webinaires, rendus d'étude, …)
- Collection "fiches techniques vélo région Sud"
- Lancement de l'étude "soft" de fréquentation des itinéraires régionaux

- 803 prestataires labellisés Accueil Vélo en juin 2021, soit multiplié pratiquement par 3 en 3 ans. 1ère place occupée par le Vaucluse avec la moitié des labellisés de la Région Sud

LA PROVENCE À VÉLO

- Animation & coordination du réseau départemental La Provence à vélo : Conseil départemental de Vaucluse, Parc Naturel Régional du Mont Ventoux, Vélo Loisir Provence, Office de tourisme intercommunal Pays des Sorgues & Monts de Vaucluse, Office de tourisme du Grand Avignon et plus de 450 professionnels labellisés
- Acquisition et exploitation des outils de suivi de la fréquentation Vélo/VTT Strava metro, analyse d'une enquête "Accueil vélo" régionale et extraction des données pour le Vaucluse. Exploitation des données éco-compteurs du CD84, des données web et avizi pour la création d'un outil de suivi et de bilan de fréquentation Vélo Vaucluse
- Coordination et mise en œuvre d'une carte GRAVEL VAUCLUSE avec VTOPO et les partenaires
- Préparation d'un cahier des charges et lancement d'une étude de faisabilité du service sur l'itinérance et le développement du transport de bagage
- Accompagnement des EPCI (Grand Avignon, Sorgues du Comtat, Aygues-Ouvèze Provence et Pays Réuni d'Orange) sur la méthode de définition des boucles cyclotouristiques et leur plan de jalonnement en lien avec le CD84
- Coordination des groupes de travail sur les gabarits print, les panneaux RIS, l'animation des professionnels, le pastillage des boucles...)
- Participation aux Groupes de travail régionaux sur l'intermodalité et le VTT
- Participation au groupe de travail avec le service transports, gares et connexions et la direction Sud Est de Gares SNCF, pour la communication "vélo" en gares et l'accès aux services
- Organisation de 2 webinaires "se qualifier Accueil vélo" le 21 janvier et 09 février 2021, réunissant 131 professionnels
- Qualification d'une dizaine de professionnels Accueil vélo (Haut Vaucluse) et relances sur les renouvellements de 65 partenaires
- Préparation d'un programme d'animations "Provence à vélo". Les éductours Gravel et sur la VIARHÔNA Orange-Avignon) seront reprogrammés au printemps 2022
- Organisation et mise en œuvre d'une conférence sur l'offre vélo en Vaucluse et organisation des 1ères rencontres professionnelles du vélo en Vaucluse "Vaucluse Cycle Meet" (speed-dating BtoB) - 120 participants à la conférence et 87 participants aux RDV. Une Première au niveau national
- Refonte du logo La Provence à Vélo et création de nouveaux outils (cf. p 36)
- Actions de promotion (cf. à partir de la p 41)

STRUCTURER LES FILIÈRES

EV17 VIARHÔNA

- Animation territoriale ViaRhôna Sud : VPA a été retenue comme pilote par la Région Sud pour le suivi de l'avancée des tracés, la qualification de l'offre, la valorisation des itinéraires et des professionnels labellisés (30 % ETP)
- Organisation d'un éductour sur la VIARHÔNA de Bourg-Saint-Andéol à Orange (15 participants)
- Participation aux comités techniques, services et itinéraires ViaRhôna
- Coordination du groupe de travail sur le site web et la carte Via Rhôna, refonte de la carte dédiée
- Préparation des boucles et points d'interêt à valoriser sur le site web

ŒNOTOURISME

LABEL VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

- En tant que référent tourisme, VPA continue à accompagner les destinations labellisées "Autour du Ventoux" et "Autour des Dentelles" dans l'animation, la sensibilisation des professionnels du tourisme, la définition, le déploiement des plans d'actions et leur valorisation
- Accompagnement de la Destination Luberon dans ses actions oenotouristiques (Sunsets vignerons) et la préparation de sa candidature au Label 2021

SITES DE VISITE

MARQUE QUALITÉ TOURISME

- Accompagnement de nouveaux sites et d'offices de tourisme dans leurs démarches préalables
- Audit du musée Filaventure + validation en Comité régional (01/10)

TOURISME ET HANDICAP

- Accompagnement à la marque pour les OTI
- Travail sur la mise à jour de panneaux signalétiques internes aux OTI, adaptés au cahier des charges de la marque
- Audits de 2 meublés de tourisme et d'un itinéraire de randonnée validés en commission territoriale

VAUCLUSE PROVENCE PASS

Au cours de l'année 2021, l'Agence a déployé auprès de nouveaux sites l'outil coconstruit avec les territoires et développé dans le cadre d'une stratégie de territoires connectés.

Les nouveaux partenaires et la hausse de la fréquentation touristique affinitaire ont permis d'augmenter la visibilité et le nombre de Pass vendus.

OBJECTIFS

- Augmenter le temps de présence du visiteur sur le territoire
- Encourager la mobilité des visiteurs à l'intérieur du département
- Augmenter le nombre de visiteurs
- Mieux connaître les visiteurs
- Une offre lisible et simple : carte prépayée
- Avantages financiers

COMMUNICATION

- Campagnes e-marketing
- Flyers et présentoirs
- Liste des prestations liées au Vaucluse Provence Pass

©T. O'Brien

INGÉNIERIE AU SERVICE DES TERRITOIRES

ÉTAT DES VENTES

POINTS DE VENTE	2 jours	3 jours	5 jours	Total
Avignon Tourisme - Boutique OT	17	58	33	108
Boutique en ligne	82	129	70	389
Chartreuse - CIRCA, Villeneuve lez Avignon	2			2
Mines de Bruoux		4		4
Villeneuve lez Avignon OT	7	9		18
Cavaillon OT		4		4
Gordes OT		4		4
Musée Boutique Filaventure L'Isle sur la Sorgue		4		6
Préventes au Palais des Papes et Pont d'Avignon	30	20	1	41
Jardin de l'Abbaye Saint André			2	2
Total	138	232	106	476

476 Vaucluse Provence Pass vendus qui ont généré 2361 entrées du 1er janvier au 31 décembre 2021 + 48 % par rapport à 2020 grâce notamment à des campagnes e-marketing qui ont campagnes e-marketing qui ont intensifié les ventes en ligne.

77 % des ventes ont été générées par la boutique en ligne

ACCOMPAGNER LES PROJETS TOURISTIQUES SRUCTURANTS

À la demande des territoires, VPA met à profit ses compétences Ingénierie au service de projets touristiques structurants tels que :

- Participation aux travaux initiés par le Conseil départemental dans le cadre du SDDT :
  - Participation au webinaire Vaucluse en Tendances
  - Contribution à la plateforme d'ingénierie territoriale
  - Diagnostic, stratégie sur les potentialités du site des archives départementales au Palais des Papes
  - Coconstruction du cahier des charges de la future étude sur les flux touristiques

- Implication de l'Agence dans les comités techniques et de pilotage territoriaux :
  - Destinations infra-touristiques Luberon et Ventoux
  - Projets Opération Grand Site (Fontaine-de-Vaucluse, Massif des Ocres)
  - Espaces valléens, chartes Parcs, ateliers tourisme PNR Luberon et PNR du Mont-Ventoux
  - Stratégie touristique territoriale de la Communauté de communes Aygues Ouvèze en Provence

- Participation/accompagnement de différents projets
  - Repositionnement du Château de l'Environnement à Buoux
  - Village de l'Osier à Cadenet
  - Etude sur le positionnement et le devenir du château de Cambis à Velleron
  - Création d'un gîte d'étape sur la commune de Buisson
  - Création de la Maison des Vins et du Terroir à Camaret-sur-Aygues ouverte en juin
  - Projet de création d'un golf + hôtel + vinothérapie à Valréas
  - Mise en tourisme du château de Thézan à Saint-Didier

À l'échelle nationale, VPA est membre du Club Ingénierie d'ADN Tourisme et participe activement au groupe de travail "Recherche d'Investisseurs" : co-organisation de deux webinaires en 2021 à l'attention des agences départementales, dont des pitchs de nouveaux investisseurs en hébergements insolites.

ACCOMPAGNER LES OTI

Le partenariat avec les Offices de tourisme s'est renforcé par un travail collectif autour d'une Charte collaborative VPA/OTI, de plans d'actions davantage mutualisés et de rencontres thématiques pour optimiser les compétences-métiers.

CHARTE COLLABORATIVE VPA/OTI

Afin d'optimiser la collaboration de l'agence avec les OTI, déboucher sur une organisation et une répartition des rôles davantage structurée, des rencontres et échanges ont eu lieu tout au long de l'année et qui ont abouti à la création d'une charte, la rédaction de fiches missions et risques ainsi que la préparation concertée du plan d'action 2022.

PRÉSENCE TEMPS FORTS

Participation de VPA aux comités de direction ou conseils d'exploitation et aux journées ou rencontres organisées par les OTI

ORGANISATION DE JOURNÉES TECHNIQUES

Webinaire qualité (en collaboration avec Provence Tourisme et la Fédération Régionale des OT), oenotourisme, conseillers en séjour, taxe de séjour, coordinateurs des accueils

ANIMATION DE DÉMARCHE QUALITÉ

Réalisation d'audits mystères par VPA (printemps-été 2021), restitution individuelle des audits auprès de chaque OTI, organisation d'une journée annuelle technique dédiée à la qualité, accompagnement qualité individuel et intervention locale, audits blancs en amont de l'obtention de la marque Qualité Tourisme (Isle sur la Sorgue Tourisme)

ACCOMPAGNEMENT AU CLASSEMENT DES OFFICES DE TOURISME

Dossier de l'OT Vaison Ventoux déposé auprès des services de l'Etat

TAXE DE SÉJOUR

Animation d'un groupe de travail sur la taxe de séjour : rencontres techniques régulières, mise à jour du guide dédié personnalisable par les EPCI à destination des élus, organisation de 2 webinaires sur le sujet à l'attention des référents taxe de séjour

COORDINATION DU PLANNING FRANCE BLEU VAUCLUSE

Interview quotidienne d'un Office de Tourisme en direct - de janvier à décembre

PRÉSENCE SALONS

Coordination des professionnels et présence sur les opérations de promotion locales et nationales : Terroirs en Fête juin 2021

CRÉATION DE LA CARTE VAUCLUSE PRIVILÈGE PRO

À destination des Offices de tourisme pour améliorer leur connaissance du territoire et la valorisation des sites de visite par un accès gratuit pour les conseillers en séjour

PARTICIPATION AUX CONGRÈS, CONSEILS D'ADMINISTRATION ET COMMISSIONS RÉGIONALES (FROT) ET NATIONALES (ADN TOURISME)

afin de représenter le réseau vauclusien, faire remonter les besoins - présentation du plan régional de formation de la FROT - en Vaucluse à l'automne

RELAIS JURIDIQUE

en lien avec les têtes de réseaux nationales

©M.Coquard

02

PROSPECTION & FILIÈRES

L'année 2021 a été marquée par un bilan positif du point de vue des résultats d'implantation d'entreprises en Vaucluse avec 21 projets et la création de 349 emplois à 3 ans.

Malgré le contexte sanitaire, la prospection de nouveaux projets a pu se poursuivre en présentiel et digital lors de salons professionnels complétée par des opérations webmaketing d'approche directe via les réseaux sociaux. De nombreuses actions mutualisées avec nos partenaires ont pu se réaliser, comme le stand porté par VPA à l'occasion du SIMI.

2021 a aussi été marquée par le déploiement de la stratégie d'attractivité des talents avec la sortie d'un guide et l'évènement " Le Vaucluse a du talent ".

- Chiffres 2021
- Prospection
- Entreprises implantées et accompagnées en 2021
- Immobilier d'entreprises
- Attractivité des talents
- Collaboration renforcée avec les EPCI
- Partenariats avec la Région Sud/Rising Sud, Avignon Université, la French Tech Grande Provence

FOCUS CHIFFRES 2021

PROSPECTION

340
PROJETS DÉTECTÉS

62
VISITES DÉCLENCHÉES

97
ACCOMPAGNEMENTS RÉALISÉS

IMPLANTATION

21
ENTREPRISES IMPLANTÉES

349
EMPLOIS CRÉÉS À 3 ANS

TRAVAILLER ENSEMBLE

3
RENDEZ-VOUS DE L'ATTRACTIVITÉ

1
GUIDE POUR RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DES TALENTS

1
FORMATION CNER/VPA

2
STANDS COLLECTIFS LORS DE SALONS PROFESSIONNELS

PROSPECTION

ACTIONS

JANVIER

WEBINAIRE PROSPECTION TALENTS - Canada

FÉVRIER

ISPO SALON SPORTS OUTDOOR - 100 % digital
Salon dédié aux sports et loisirs

MARS

- RDV DE L'ATTRACTIVITE - 100 % digital
Rencontres organisées par VPA pour les territoires de Vaucluse

- ACTION PILOTE PROSPECTION DIGITALE FILIERE IMAGE
mars à juin

JUIN

- MIFA ANNECY - Annecy
Salon international de l'animation

- BIO N'DAYS - 100 % digital
Evénement B2B des acteurs des produits biologiques

JUILLET

- LAVAL VIRTUAL - Laval
Salon de l'innovation et des nouvelles technologies

- RDV DE L'ATTRACTIVITE - Apt
Rencontres organisées par VPA pour les territoires de Vaucluse

SEPTEMBRE

- SIRAH - Lyon
Evènement mondial de référence du Food service

- MIPIM - Cannes
Salon International de l'immobilier

- SITL - Paris
Salon de l'Innovation du Transport & de la Logistique

- ENVIRO PRO - Bordeaux
Salon des solutions environnementales

- GLOBAL INDUSTRIES - Lyon
Salon international de l'industrie en France.

- IHIF - Berlin
Forum international dédié à l'Investissement hôtelier.

- HACKATON - 100 % digital
VPA partenaire de cet évènement dédié à l'innovation digitale appliquée à la logistique

- FRAMES FESTIVAL - Avignon
Salon de la web vidéo

©T.O Brien

OCTOBRE

- GO ENTREPRENEURS - Marseille

Rendez-vous incontournable de la création d'entreprises – Stand mutualisé avec 6 territoires vauclusiens

- POLLUTEC - Lyon

Salon international des équipements, des technologies et des services de l'environnement

- NATEXPO - Paris

Salon international des produits biologiques

- ROC D'AZUR - Fréjus

Le plus important salon VTT en France, équipements, accessoires

- CNER FORMATION

Formation CNER/VPA " bâtir une stratégie efficace pour les entreprises industrielles de mon territoire "
5 EPCI participants

NOVEMBRE

- SETT - Montpellier

Salon professionnel des équipements de l'hôtellerie de plein air

- RDV DE L'ATTRACTIVITE - Châteauneuf du Pape

Rencontres organisées par VPA pour les territoires de Vaucluse

- SITEVI - Montpellier

Salon de référence mondiale pour les matériels, équipements et services des filières vigne

- WORLD NUCLEAR EXHIBITION - Paris

L'événement mondial de référence de la filière énergie nucléaire

DÉCEMBRE

- SIMI - Paris

Le rendez-vous de l'immobilier d'entreprise

- Accueil Groupe INCO

Rencontre organisée par VPA avec les partenaires territoriaux autour de l'innovation rurale et des projets à impact

- ACTION PILOTE PROSPECTION DIGITALE FILIERE NATURALITE Septembre à décembre

PROSPECTION

PROSPECTION DIGITALE RENFORCÉE EN 2021

En 2021, VPA a renforcé sa prospection digitale avec l'objectif de limiter l'impact des annulations d'événements sur son plan d'actions, ainsi que dans l'optique de développer des solutions nouvelles pour détecter des projets d'implantation. Outre la poursuite et le développement des actions de webmarketing au moyen de plateformes web spécialisées, des actions d'approche directe via les réseaux sociaux ont été conduites.

ACTION DE PROSPECTION VIA RESEAUX SOCIAUX

NOUVEAU

2 campagnes de prospection sur les réseaux sociaux ont été conduites en 2021. Ce canal d'approche directe permet de renouveler les méthodes de détection de projets en constituant, à partir d'un profil professionnel créé pour les besoins de la " chasse ", un réseau captif de contacts actifs dans le domaine d'activité ciblé.

- Industries culturelles et créatives

portefeuille de 224 contacts constitué sur 429 contacts approchés. Un taux d'acceptation de 52 %, ce qui correspond à un très bon retour. La mission a généré un excellent taux de transformation : 10 projets détectés et au moins 4 contacts à suivre.

- Naturalité

mission démarrée en septembre. Portefeuille de 204 contacts sur 400 approchés, soit 51 % d'acceptation. 5 projets détectés et 2 visites réalisées par l'un d'entre eux pour un projet de création d'une entreprise de biotechnologie. 10 contacts sans projets court-terme mais avec un intérêt à moyen terme.

LEAD GENERATION VIA LE WEBMARKETING

En 2021, VPA a poursuivi ses actions de webmarketing pour la détection de leads à travers les plateformes immo-hub.org en français, et invest-hub.org anglais, allemand, italien et espagnol et tourism-hub.com.

Les écosystèmes Naturalité et Image ont été mis en avant sur le site innov-hub.org pour développer une approche filière permettant de valoriser, auprès de sociétés innovantes, les offres de pépinières et structures spécialisées pour cibler et capter des projets à valeur ajoutée pour les territoires de Vaucluse.

©T.O Brien

ZOOM SUR DES ACTIONS DE PROSPECTION 2021

NATEXPO

Natexpo est le salon international des produits biologiques : transformation alimentaire, cosmétique et nutraceutique.

Le secteur bio représente l'un des segments en forte croissance du secteur agroalimentaire, avec une large part de projets orientés sur les circuits-courts et le développement durable.

En octobre 2021, VPA a participé à cet événement qui s'est déroulé en présentiel et a ainsi réalisé 5 rendez-vous avec des dirigeants d'entreprises souhaitant mieux connaître les atouts du Vaucluse.

SIRAH LYON

VPA a participé au SIRAH, le rendez-vous mondial de l'hôtellerie, de la restauration et des métiers de bouche. Ce salon incontournable pour de nombreux fournisseurs de la filière alimentaire était une opportunité pour prospecter de nouveaux investisseurs en réflexion pour la création d'un site dans le Sud-Est de la France. Plusieurs nouveaux contacts établis ont pu découvrir les atouts du Vaucluse pour accueillir leurs projets. L'occasion de percevoir les tendances du food service mais aussi les perspectives de développement des entreprises de cette filière avec l'impact de la crise sanitaire.

MIFA

Le Marché international du film d'animation

Pour tous les professionnels et enseignants de l'industrie du cinéma d'animation, c'est l'événement incontournable en termes de coproduction, achat, vente, financement et distribution de contenus sur tous supports de diffusion.

35 ans après sa création, le Mifa accueille aujourd'hui plus de 800 sociétés exposantes internationales sur une surface de plus de 7 000 m².

LAVAL VIRTUAL

La 23ème édition du premier salon VR/AR d'Europe, Laval Virtual s'est tenu dans un format hybride inédit du 7 au 9 juillet 2021. Cette édition unique a rassemblé 5 000 visiteurs, qui ont pu découvrir plus de 150 exposants, 115 conférences sur 16 thématiques autour de la réalité virtuelle et augmentée, assurées par 130 conférenciers internationaux. 30 pays étaient représentés à travers le monde, notamment grâce au Laval Virtual World, monde virtuel qui a permis de rassembler toute la communauté VR/AR internationale en un seul événement !

FRAMES FESTIVAL 2021

VPA soutient le Frames Festival depuis sa création.

Depuis 2019, VPA participe au Frames Pro sur un stand partagé avec plusieurs partenaires : le Grand Avignon, l'Ecole IMCA et la Commission du Film Luberon-Vaucluse.

Dans le cadre du renforcement de la filière image dans le Vaucluse avec le Frames et la Guilde des Vidéastes, " interprofession des acteurs de la vidéo web ", VPA travaille à la structuration et à l'ancrage sur le territoire d'un événement et d'un organisme unique en Europe.

POLLUTEC

Le salon Pollutec, créé en 1978, réunit tous les acteurs de l'environnement. C'est le rendez-vous de l'innovation environnementale pour l'industrie, les villes et les territoires.

L'événement regroupe l'ensemble des équipements, technologies et services pour la prévention, le traitement de tous les types de pollution, agit pour la préservation de l'environnement et la mise en œuvre du développement durable.

Lors de cette nouvelle édition, 6 rendez-vous qualifiés ont été menés et des contacts vont se poursuivre avec plusieurs sociétés.

ZOOM SUR DES ACTIONS DE PROSPECTION 2021

ENVIROPRO

Enviropro est une série de salon français se déroulant au cœur des régions dynamiques ayant un tissu économique dense et diversifié orienté en faveur de la transition.

Favorisant la proximité pour garantir des échanges de qualité, ENVIROPRO s'appuie sur un concept d'évènement à taille humaine afin de privilégier le nombre de contacts par exposant.

Suite au salon, les contacts ciblés ont permis à VPA d'identifier de nouvelles entreprises intéressées par le territoire et ont pu aboutir à des visites de porteurs de projets.

GLOBAL INDUSTRIE

Global Industrie s'est imposé comme l'un des tout premiers salons mondiaux consacrés à l'industrie.

Son positionnement résolument moderne, orienté à la fois vers l'industrie du futur et l'international, couvre l'ensemble de l'écosystème, de la chaîne de valeur et des marchés utilisateurs du domaine.

Lors du salon, 13 rendez-vous qualifiés ont été menés auprès de différents porteurs de projets. Le suivi des contacts initiés pourrait aboutir à l'émergence de nouveaux projets d'implantation.

ISPO

Ispo est un salon international dédié aux équipements et sports et loisirs outdoor, basé à Munich. Pour cette version 2021 100 % digitale, VPA a expérimenté cet événement, concrétisé par 3 rdv avec des équipementiers, dont 1 intérêt marqué par une entreprise allemande spécialisée dans la conception-diffusion de sportswear et équipements cyclistes féminins.

INTERNATIONAL HOSPITALITY INVESTMENT FORUM

Suite au report en septembre du plus important Forum international dédié à l'investissement hôtelier, VPA a pu maintenir sa présence et assurer une prospection qualitative.

8 rdv ont ainsi pu être menés auprès de différents investisseurs, enseignes, opérateurs internationaux. Parmi ceux-ci, l'Agence accompagne la stratégie de développement d'un groupe hôtelier français sur le volet reprise/montée en gamme, suite à son rachat d'un hôtel avignonnais.

MIPIM

Créé en 1990, le MIPIM est l'événement immobilier pour rencontrer les acteurs les plus influents de tous les secteurs de l'industrie immobilière internationale. Il rassemble l'ensemble de la chaîne de valeur et donne un accès inégalé au plus grand nombre de projets de développement et de sources de capitaux dans le monde.

Le MIPIM initialement programmé en mars s'est tenu dans une version minimale en septembre 2021 en raison de la crise sanitaire.

SITL

Créée en 1983, la Semaine de l'Innovation du Transport et de la Logistique est le rendez-vous incontournable du Transport et de la Logistique. Forte de ses huit secteurs, la SITL couvre l'ensemble des produits et des services innovants dédiés au Fret, à l'Industrie Logistique et à la Supply Chain. Les différents domaines d'expertise sont valorisés tout au long de l'année à travers différents supports et représentés chaque année pendant cette dernière.

PROSPECTION

ZOOM SUR LE PARTENARIAT ENTRE BUSINESS FRANCE, RISING SUD ET VPA

Business France est l'agence française des investissements internationaux.

- 1 420 collaborateurs dans le monde
- 75 bureaux couvrant 110 pays

OBJECTIFS :

Détection de projets internationaux d'investissement et coordination d'une revue hebdomadaire des projets par Rising Sud auprès desquels VPA positionne l'offre territoriale, grâce à des argumentaires sur-mesure, coordonne les visites de site, facilite toutes les étapes d'implantation.

- 115 projets originaires de 28 pays ont reçu une offre d'implantation du 84
- 4 entreprises accueillies pour une ou plusieurs visites
- 3 implantations : GEOSEC (Italie), Stimulation Déjà Vu (Canada) et Edilteco (Italie)
- 1 action collective régionale - Alliance canada : conduite en partenariat avec Rising Sud et Business France Canada
- 1 Webinaire pour attirer des talents canadiens avec Business France et Rising Sud ayant réuni 60 participants : focus sur les démarches d'expatriation, les atouts de la Région Sud et du Vaucluse
- 1 événement durant le Grand Prix de France de Formule 1 au Castellet "Smart and Sustainable Mobility" dont interventions/échanges sur le développement de la filière vélo à assistance électrique, participation aux webinaires, suivis de rdv avec le directeur de la zone Allemagne - Belgique - Pays-Bas pour présenter les atouts du Vaucluse en vue d'attirer des entreprises sur le territoire
- Participation à la revue de performance annuelle et aux rendez-vous pour préparer 2022 avec les zones géographiques

ACCUEILS D'INVESTISSEURS

VPA accueille tout au long de l'année des entreprises qui envisagent une implantation en Vaucluse. Pour chacun de ces accueils, l'agence organise un programme de visites mixant visites de sites fonciers et immobiliers répondant aux cahiers des charges des entreprises et rencontres de partenaires pour donner une vision à 360° des atouts du territoire.

ÉTUDE DE CAS N° 1

Fondateurs de la chaîne de restauration Côté Sushi, les deux dirigeants ont souhaité diversifier leurs actifs par la création d'un nouveau-concept hôtelier Maison Bayard. Suite à une première implantation à Montpellier, Avignon a retenu l'intérêt du groupe ETLB, par l'acquisition d'un hôtel particulier intra muros.

Etapes de l'accompagnement VPA :

- Mars 2020 : visite du site, première rencontre avec les investisseurs et partenaires locaux
- Avril 2020 : mise en relation avec les co-financeurs potentiels : deux banques locales retenues
- Décembre 2020 : identification d'AMO architectes et entreprises BTP
- Janvier 2021 : échange avec la Banque des Territoires (entrée en vivier du projet + financement étude de marché)
- Juillet 2021 : assistance technique au dossier préalable à la demande de permis de construire
- Septembre 2021 : aide au Business model et budget prévisionnel : prévisionnel d'exploitation, prix moyens
- Décembre 2021 : point financier, confirmation Banque des Territoires en co-investisseur des murs et fonds

Selon la date d'obtention du permis de construire, l'ouverture du boutique-hôtel&restaurant est programmée pour le printemps 2023 sur un positionnement 4* d'une capacité de 38 chambres pour un investissement de 6,6M€ et la création de 9 emplois à 3 ans.

Expert en distribution et logistique express

ÉTUDE DE CAS N°2

Ciblex appartient au groupe familial WALDEN, spécialiste européen de la logistique et du transport dans le domaine de la santé. Ciblex propose une solution de transport dédiée exclusivement au B2B, spécialisée dans les produits pharmaceutiques, l'optique, la haute technologie et tous les produits nécessitant un traitement spécial.

Etapes de l'accompagnement VPA :

- Juin 2020 : Aide à la décision pour le choix entre deux parcelles identifiées par Ciblex. Retour concernant les contraintes du PLU et sur le coût du foncier dédié à l'activité économique sur le secteur concerné
- Juillet 2020 : Organisation d'une réunion de présentation du projet en Mairie en présence des élus et de l'EPCI. Mise en relation avec le service financement des entreprises de la Région pour vérification de l'éligibilité de l'entreprise et du projet. Dépôt d'un dossier de demande en septembre 2020
- Octobre 2020 : signature de la promesse d'acquisition de la parcelle. Appui à l'identification des contacts à la DDT pour un accompagnement relatif au PPRI avant dépôt du permis
- Janvier 2021 : La Région Sud accorde une avance remboursable à Ciblex pour son projet vauclusien
- Octobre 2021: Permis de construire accordé mais ayant fait l'objet d'un recours en décembre. En attente des évolutions à venir sur ce dossier

OBSERVATOIRE IMMOBILIER D'ENTREPRISE

ANIMATION DU RÉSEAU DES PROFESSIONNELS DE L'IMMOBILIER D'ENTREPRISE

L'observatoire est alimenté en continu pour proposer des sites d'implantation répondant au cahier des charges des investisseurs.

Des recherches spécifiques sont lancées lorsque l'observatoire ne dispose pas du bien adapté à la demande.

Ainsi en 2021, ce sont 59 recherches spécifiques qui ont été lancées permettant en moyenne de faire 3 propositions.

En 2021, 90 nouveaux biens et 5 ha de foncier (hors nouvelles ZA) ont été identifiés :

- 22 entrepôts/usines
- 30 locaux mixtes d'activité
- 35 biens tertiaires
- 5 ha de foncier (hors projets ZA)
- 3 coworks

RENFORCER LA VISIBILITÉ DE L'OFFRE FONCIÈRE ET IMMOBILIÈRE DES TERRITOIRES SUR LE SITE WWW.INVESTINVAUCLUSEPROVENCE.COM

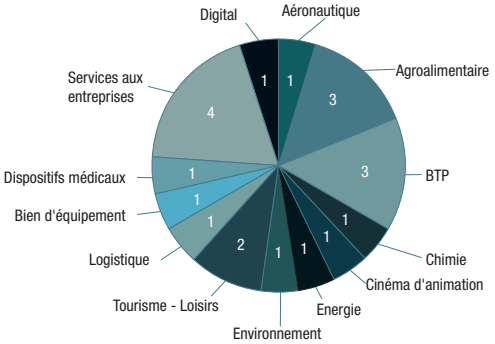
- 25 zones d'activités présentées
- 6 pépinières
- 5 tiers lieux

ENTREPRISES IMPLANTÉES EN 2021

CHIFFRES CLÉS

- 21 projets dont 4 internationaux
- 349 emplois créés à 3 ans

RÉPARTITION PAR FILIÈRES



ORGANISME	FILIÈRE	ORIGINE DU PROJET	LOCALISATION RETENUE	COMMUNE D'IMPLANTATION	EMPLOI À 3 ANS	ACTIVITÉ
ACQUA INNOVATION	Environnement	France	CA Grand Avignon	Avignon	15	Traitement de l'eau et distribution à usage domestique
CHATEAU DU BARROUX	Agroalimentaire	France	CA Ventoux-Comtat-Venaissin	Le Barroux	4	Création d'une distillerie de whisky à base de petit épeautre - Création d'une offre tourisme d'affaires
CNIM	Energie	France	Pertuis	Pertuis	20	Bureau d'études de cuves pour le nucléaire
CULTURES DE FRANCE	Agroalimentaire / Tourisme	France	CA Luberon Monts de Vaucluse	Cavaillon	13	Conserverie de fruits et légumes locaux
EDILTECO	BTP	Italie	CA Grand Avignon	Le Pontet	15	Production et commercialisation de matériaux isolants
GEOSEC	BTP	Italie	CA Grand Avignon	Le Pontet	10	Experts de stabilisation sol et maison fissurée
CHAMBRES D'HÔTES N° 7	Hôtellerie - Tourisme - loisirs	France	CC Pays Réuni d'Orange	Caderousse	2	Création de 3 chambres d'hôtes dédiées clientèles cyclistes
KBANE	BTP	France	CC Sorgues du Comtat	Monteux	10	Travaux d'installation d'équipements thermiques et climatisation
LBD	Dispositifs médicaux	France	CA Ventoux-Comtat-Venaissin	Saint Pierre de Vassols	25	Système unidoses innovants sous forme de coton tiges contenant le produit à appliquer
LA STATION ANIMATION	Cinema d'animation	France	CA Grand Avignon	Avignon	30	Studio d'animation
LIUMTECH	Aéronautique	France	CA Grand Avignon	Avignon	5	Ballon dirigeable captif permettant de prévenir les feux de forêt mais également de surveiller les installations des sites classés
MACELLIO	Agroalimentaire	France	CA Grand Avignon	Le Pontet	30	Nouveau concept de marché couvert regroupant des commerçants-artisans locaux des métiers de bouche

©T.O'Brien

ENTREPRISES IMPLANTÉES EN 2021

ORGANISME	FILIÈRE	ORIGINE DU PROJET	LOCALISATION RETENUE	COMMUNE D'IMPLANTATION	EMPLOI À 3 ANS	ACTIVITÉ
ONLINE CLEANING	Services aux entreprises	Pays-Bas	CA Grand Avignon	Jonquerettes	5	Nettoyage industriel par ondes de choc
PINCINOX	Bien d'équipements	France	CA Grand Avignon	Avignon	5	Fabrication de pinces à linge en inox
STAFFMATCH	Services aux entreprises	France	CA Grand Avignon	Avignon	10	Agence d'intérim « phygitale »
STIMULATION DÉJÀ VU	Digital	Canada	CA Ventoux-Comtat-Venaissin	Carpentras	10	Entreprise émergente créant des expériences olfactives et sensorielles mariant science cognitive et marketing
TRANSPORTS DUCROUX	Logistique	France	CA Grand Avignon	Caumont-sur-Durance	10	Transport
TUT TUT	Services aux entreprises	France	CA Grand Avignon	Avignon	50	Service de livraison collaboratif
UZAJE	Services aux entreprises	France	CA Grand Avignon	Avignon	40	Service de lavage et de logistique pour le réemploi des emballages alimentaires
YES PROVENCE	Tourisme - loisirs	France	CC Pays des Sorgues-Monts de Vaucluse	Le Thor	10	Création d'une filiale de location de voitures vintage
EXTENSIONS ACCOMPAGNÉES						
EURENCO	Chimie	France	CC Sorgues du Comtat	Sorgues	30	Transfert du siège à Sorgues
ETEX	BTP	Belgique	CA Ventoux-Comtat Venaissin	Carpentras	Non comptabilisé	Extension des capacités de production, de R&D
GCA Eurosilicone	Santé – dispositifs médicaux	Irlande	Pays d'Apt Luberon	Apt	Non comptabilisé	Appui spécifique en lien avec l'attractivité des talents

©T.O'Brien

FOCUS SUR DES PROJETS 2021

UZAJE

Spécialisée dans les solutions de réemploi des contenants et des emballages, UZAJE implante son nouveau site de lavage industriel au MIN d'Avignon, après Neuilly-sur-Marne en Ile-de-France. Opérationnelle dès le début 2022, cette entreprise de l'économie circulaire, qui rejoint le Vaucluse, apporte avec elle une brique industrielle à la question du réemploi des contenants alimentaires, dans un contexte où la règlementation rendra bientôt obligatoire la mise en place de telles solutions dans de nombreux secteurs.

Appui VPA : recherche immobilière, mise en réseau, communication

Emplois : 10 emplois à la création / 40 à 3 ans

"VPA nous a orientés vers les opportunités d'implantation et les aides financières régionales. Elle nous a aussi ouvert des contacts avec certains de nos marchés dont la filière œnologique. Cette mise en relation devrait nous permettre de développer notre activité et de passer de la création d'une dizaine d'emplois à l'ouverture, à une quarantaine avec la montée en puissance."

CHÂTEAU DU BARROUX

Projet agro-touristique de développement du potentiel touristique du Château du Barroux et de création d'une distillerie artisanale (5000 bouteilles/an) pour la production de whisky bio à base de petit épeautre.
Le démarrage de la production a eu lieu en juillet 2021.
Originaire de la région, le dirigeant était situé dans le Sud-Ouest de la France.

Appui VPA : mise en réseau, présentation des solutions d'appui technique et financier pour soutenir le projet

Emplois : 5 emplois prévus à 3 ans

STIMULATION DÉJÀ VU

Accompagnée par VPA, Business France Canada et Rising Sud depuis maintenant deux ans, la start-up canadienne Stimulation Déjà Vu choisit Carpentras pour implanter sa filiale française.

L'entreprise spécialisée dans la création d'expériences olfactives et sensorielles a installé son laboratoire des sciences dans les locaux de Mon premier bureau, la pépinière d'entreprises de la CoVe. Faire ressurgir des souvenirs, créer des émotions sont le moteur d'Audrey Bernard, fondatrice de Stimulation Déjà Vu, qui marie technologie, sciences et sensations pour reproduire, entretenir et décrire l'ambiance d'un lieu et/ou d'un événement.

De façon inédite, Stimulation Déjà Vu enrichit les offres du territoire grâce à une mise en valeur olfactive et sensorielle de la destination. Une nouvelle façon de promouvoir le territoire qui allie la science cognitive et le marketing expérientiel.

Emplois : 3 créés au démarrage / 10 à 3 ans

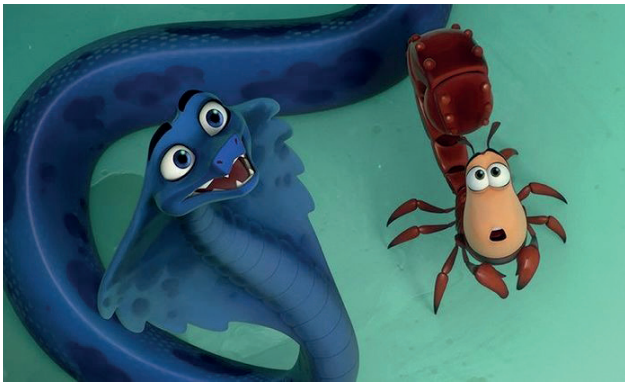
TUT TUT

Créée en 2020 par Vincent Chabbert dans le Gard, Tut Tut est une plateforme de livraison locale qui a choisi de s'installer à Avignon.

Accompagnée par Vaucluse Provence Attractivité dans sa recherche de locaux, cette start-up rencontre un succès commercial important ainsi que l'attention des investisseurs. Les raisons de cet engouement ? Les nombreuses vertus de ce concept de covoiturage de colis : pratique, écologique et simple. Via ce service de cotransportage, chacun peut, au gré de ses déplacements, devenir coursier-livreur le temps d'un trajet.

Initialement destinée aux commerces de proximité pour faciliter leur livraison et booster l'économie locale, Tut Tut projette déjà une version de son application à destination des particuliers.

Emplois : 15 créés au démarrage / 50 à 3 ans



STAFFMATCH

FOCUS SUR DES PROJETS 2021

ONLINE CLEANING TECHNOLOGIES

D'origine Néerlandaise, Online Cleaning Technologies est le leader mondial du nettoyage par ondes de choc. Leur méthode de nettoyage linéaire brevetée utilise des ondes de choc à très haute brisance pour éliminer l'encrassement ou autres dépôts, ce qui augmente immédiatement le rendement des installations industrielles (Silo, incinérateur, fonderie, centrale biomasse…) Il s'agit de leur deuxième établissement français pour développer le marché du Sud.

Appui VPA : recherche immobilière, mise en réseau pour faciliter les recrutements (Pôle Emploi, CFAI, Agences intérim spécialisées industrie)

Emplois : 3 emplois à la création / 5 à 3 ans

PINCINOX

Entreprise familiale, créée en 1968.
Parti d'une idée (créer une pince à linge éternelle), Louis Violet a multiplié les prototypes en partant d'un tambour de machine à laver qu'il a découpé pour en tirer un ruban d'acier inox dont il a amélioré petit à petit la forme pour arriver à une pince parfaite, pesant 8,26 gr pièce, dotée d'un bon pouvoir de pincement… et absolument éternelle. Chaque pince est contrôlée, ce qui permet d'offrir une garantie à vie.
Zéro retour en 50 ans !

Appui VPA : recherche immobilière, mise en réseau, recherche d'aides pour les TPE, mise en relation pour les modalités de reprise de l'entreprise

Emplois : 3 emplois à la création / 5 à 3 ans

LA STATION ANIMATION

La station Animation est une société de production spécialisée dans la création et la fabrication de films d'animation 2D et 3D pour la publicité, la télévision, le cinéma.

Appui VPA : domiciliation, recherche de locaux, mise en réseau avec l'écosystème vauclusien

Emplois : 10 emplois à la création / 30 à 3 ans

EURENCO

Le leader européen en production de matériaux énergétiques (explosifs, poudres et additifs) et leader mondial pour les additifs pour carburant, Eurenco, historiquement installée à Sorgues, y a transféré en mai 2020 son siège social, initialement basé à Massy en région Parisienne.

Cette société plus que centenaire, poursuit son plan de modernisation et prévoit d'investir près de 200 millions d'euros sur le site de Sorgues au cours des prochaines années.

Emplois : 30 créés avec le transfert du siège

YES PROVENCE

Société basée à St-Andiol spécialisée dans la location de voitures vintage avec/sans chauffeurs.
Création d'une filiale au sein de la nouvelle ZA St-Joseph de l'Isle-sur-la-Sorgue, avec bureau commercial, entrepôt et atelier.
Ce nouveau projet permet d'accompagner le développement technologique et commercial.

Appui VPA : recherche de site, financement; mise en relation avec des partenaires

Emplois : 7 au démarrage au printemps 2022, 10 prévus à 3 ans

STAFFMATCH

Créée en 2016 et basée à Saint-Ouen-Sur-Seine, la société Staffmatch est une SASU, spécialisée dans le recrutement notamment pour les missions d'intérim.

L'entreprise propose un système innovant de digitalisation de l'intérim en France avec un modèle appelé phygital.

L'entreprise couvre les secteurs de l'industrie, du transport, logistique, de l'agroalimentaire, de l'hôtellerie et du médical. La société permet aux entreprises d'effectuer les demandes de personnels directement en ligne, de la même manière, la gestion des heures et des contrats de travail peut être faite en ligne.

Appui VPA : recherche immobilière, présentation des écosystèmes et acteurs économiques clefs

Emplois : 3 emplois à la création / 10 à 3 ans

FOCUS SUR DES PROJETS 2021

ACQUA INNOVATION

Acqua Innovation est une start up qui développe des produits de désinfection naturels dans les domaines de l'eau, des surfaces, de l'air et des mains qui respectent l'Homme et l'environnement. Les produits sont naturels, respectueux de la nature par leur composition et leurs matières premières : de l'eau pure, du sel et de l'électricité.
La société développe également une eau minérale "vivante" embouteillée avec un concept de vortex créé en interne.

Appui VPA : recherche immobilière, recherche de financements (en cours).

Emplois : 5 emplois à la création / 15 à 3 ans

LIUM

LIUM TECH est une start-up vauclusienne née en janvier 2021, spécialisée dans les ballons dirigeables et captifs pour l'assistance à la Sécurité Civile, notamment pour la gestion des risques de feux de forêts et l'appui aérien lors des catastrophes naturelles.
La société s'est donné pour ambition de réduire le nombre d'incendies de forêts de grande ampleur à hauteur de 30 % à l'horizon 2040.

Appui VPA : recherche immobilière, mise en relation

Emplois : 2 à la création / 5 à 3 ans

CNIM

Fondé en 1856, le groupe CNIM est un équipementier et ensemblier industriel français de dimension internationale.
Captif du contrat ITER sur le site de Cadarache, le groupe s'est installé sur Pertuis afin de rapprocher ses activités du CEA et de bénéficier de nouvelles perspectives de développement de ses projets.

Appui VPA : recherche immobilière

Emplois : 20 emplois à la création

EDILTECO

EDILTECO est une PME italienne originaire de la région Emilie-Romagne spécialisée dans la production et la commercialisation de matériaux isolants pour le BTP (principalement enduits techniques de façade, bétons et panneaux isolants).
La société DELTISOL, qui a été reprise, était en redressement judiciaire depuis Février 2020.

Appui VPA : ingénierie financière et mise en réseau

Emplois : préservation des 40 emplois de DELTISOL et création de 15 emplois supplémentaires à 3 ans

GEOSEC

GEOSEC est un groupe d'Emilie-Romagne spécialisé dans la consolidation des sols et terrains des édifices civils. Les interventions techniques reposent sur un savoir-faire spécifique développé dans le cadre de recherches et de brevets et répondant à des besoins personnalisés.
Dans le cadre du développement de ses activités sur le quart sud-est de la France, l'entreprise a choisi la ville d'Avignon comme carrefour géostratégique pour la création de son établissement visant à couvrir le secteur sud-est de l'hexagone.

Appui VPA : recherche immobilière et accompagnement à la recherche de nouveaux collaborateurs

Emplois : 6 à la création / 10 à 3 ans

CULTURES DE FRANCE

Nouvelle conserverie qui sera basée au sein du MIN de Cavaillon, ayant pour objectif de mettre en avant et à l'honneur les agriculteurs français ainsi que leur excellence en proposant des produits authentiques, originaux, sains et naturels à base de légumes et fruits cuits.

Appui VPA : recherche immobilière, financements, mise en réseau avec des partenaires.

Emplois : 5 emplois à la création / 13 à 3 ans

STRATÉGIE ATTRACTIVITÉ DES TALENTS

Depuis la formation CNER/VPA fin 2019, l'Agence coordonne une stratégie d'attractivité en direction des talents, en collaboration étroite avec les EPCI, le département, la région Sud, Rising Sud et des partenaires associés (CCI, Apec).

- Janvier 2021 - webinaire sur l'attractivité des talents canadiens avec Business France Canada et Rising Sud - 60 participants
- Septembre 2021 - parution du guide " S'installer dans le Vaucluse en Provence " aux éditions Héliopôles afin de promouvoir l'installation de nouvelles compétences et entreprises. Le guide est commercialisé en librairie.
- Élaboration d'une plaquette VPA "Vivre et travailler dans le Vaucluse "
- Octobre 2021 - Table ronde : Quitter une métropole pour entreprendre sur un territoire à taille humaine et dynamique ! Au salon Go Entrepreneurs de Marseille
- Novembre 2021 - Evènement " le Vaucluse a du Talent "

©Julie VPA

RETOUR SUR L'ÉVÈNEMENT "LE VAUCLUSE A DU TALENT".

Le 18 novembre, plus de 150 dirigeants d'entreprises, élus vauclusiens, partenaires étaient réunis à l'opéra du Grand Avignon fraîchement réouvert pour une soirée d'exception.

Célébrer les talents du Vaucluse et ceux qui ont choisi de venir ou revenir s'y installer pour entreprendre ou poursuivre leur parcours professionnel était l'idée au cœur de cet événement qui a fait la part belle aux témoignages d'entreprises phares du territoire ou récemment implantées (GSE, GCA Eurosilicone, Stimulation Déjà Vu, Antofénol, Uzaje).

©A.Hocquel

©A.Hocquel

COLLABORATION RENFORCÉE AVEC LES EPCI

Temps d'échanges réunissant une trentaine de participants, développeurs économiques des territoires vauclusiens et partenaires (Département, Maison de la Région, réseaux consulaires, Réseau entreprendre, Université…) organisé 3 fois par an : retours d'expériences, présentation de la stratégie économique du territoire accueillant l'événement, pitchs d'entreprises, interventions de partenaires…

LES RENDEZ-VOUS DE L'ATTRACTIVITÉ

En 2021, 3 RDV ont été organisés :

- RDV de l'Attractivité dématérialisé le 19 mars 2021 avec un focus sur le Plan de relance réalisé par Monsieur le Sous Préfet à la relance, une synthèse de l'étude sur l'impact économique d'Avignon Université, la présentation de l'outil de mutualisation des ressources Factoriz

- Cap Luberon à Apt a accueilli les RDV de l'Attractivité du 9 juillet 2021. Les participants ont pu découvrir ce nouvel espace dédié aux acteurs économiques. Au programme, un focus sur les Talents avec le témoignage de 2 entreprises implantées à Apt et la présentation du projet départemental de WIFI Touristique

- Le 26 novembre 2021, 3ème RDV de l'année 2021 dédiés à l'investissement touristique, au Pavillon Bouachon à Châteauneuf-du-Pape. Interventions d'Atout France sur les tendances, de l'Aurav sur le contexte légal urbanistique (ZAN), du CD84 sur le SDDT et dispositifs d'accompagnement, complétés par les pitchs des projets d'Extendam et de Caumino

PARTICIPATIONS COLLECTIVES À DES SALONS PROFESSIONNELS

Depuis plusieurs années maintenant, VPA coordonne une participation collective à des stands lors de deux salons professionnels. Les territoires intéressés sont intégrés dans la démarche globale de préparation et sont présents sur le stand afin de valoriser l'offre d'accueil de leur territoire auprès des créateurs (Go entrepreneurs) et des investisseurs immobiliers (SIMI).

SALON GO ENTREPRENEURS DE MARSEILLE 29 OCTOBRE 2021

Dans le prolongement du Salon des entrepreneurs de Marseille Vélodrome en 2019, nouvelle participation avec un stand de 12m²
- 5000 visiteurs sur 1 journée
- Format hybride présentiel/digital

- Territoires participants : Monts de Vaucluse, Pays des Sorgues Monts de Vaucluse, Pays d'Apt Luberon, Sud Luberon COTELUB, Grand Avignon, Ventoux-Comtat Venaissin

- 2 tables rondes de 30 min pour valoriser l'offre d'accueil auprès des créateurs d'entreprise :

- Quitter une métropole pour entreprendre sur un territoire à taille humaine et dynamique
- Entreprendre dans la filière image, les clés pour réussir

SALON DE L'IMMOBILIER D'ENTREPRISE - 8, 9, 10 DÉCEMBRE 2021

Vitrine du marché français de la filière immobilière, du bureau au commerce en passant par le résidentiel, la logistique, l'hôtellerie et l'immobilier de santé, le salon SIMI est un lieu d'échanges, de débat et avant tout un grand rendez-vous d'affaires entre professionnels de l'immobilier.

Pour la 3ème année en qualité d'exposants, l'Agence, Citadis, l'Aéroport Avignon Provence et 4 intercommunalités partenaires ont participé au salon de l'Immobilier au Palais des congrès à Paris.

- L'application web présentant les zones d'activités du Vaucluse était consultable sur le stand. Cet outil interactif reste un outil pérenne d'attractivité

- Une mise en avant collective et structurée sur les réseaux sociaux a été coordonnée par l'Agence

- Grâce à un programme de rendez-vous partagés proposé aux EPCI et partenaires, 42 RDV qualifiés ont eu lieu (26 en 2019). Les suites à donner sont travaillées collectivement à partir des fiches contact complétées sur le SIMI.

COLLABORATION RENFORCÉE AVEC LES EPCI

OUTILS POUR RENFORCER LA COMMUNICATION

VPA a développé un espace de ressources mutualisé avec tous les EPCI afin de centraliser l'information.

Le drive partagé créé centralise l'information et la documentation au sein d'un même outil accessible à tout moment : rapport d'activités, plan d'action, comptes-rendus de réunions sur les actions collectives (Rendez-vous de l'attractivité, salons mutualisés…), plaquettes filières…

En outre, pour une meilleure information en temps réel concernant les nouveaux projets détectés par VPA, chaque territoire reçoit désormais un mail push avec le descriptif du bien foncier ou immobilier recherché.

DEUXIÈME FORMATION DÉCENTRALISÉE CNER/VPA

Comme en 2019 (et suite à l'annulation de la formation en 2020 pour cause de contexte sanitaire), VPA a initié la mise en place d'une formation action avec les développeurs économiques souhaitant se réunir autour d'une thématique sélectionnée en concertation.
Formation retenue : "Bâtir une stratégie efficace pour les entreprises industrielles de mon territoire" les 7&8 octobre 2021 à VPA.

5 EPCI participants, 8 personnes formées : Grand Avignon, Sorgues du Comtat, Pays des Sorgues Monts de Vaucluse, Luberon Monts de Vaucluse, Ventoux-Comtat Venaissin.

PROSPECTIVE

- Accompagnement des EPCI dans leur stratégie de développement économique et touristique, dans le développement et la promotion des parcs d'activités, dans la mise en œuvre de projets structurants

- Détection de projets endogènes et orientation vers les EPCI concernés

En 2021, à titre d'exemples , VPA a participé et/ou accompagné les projets suivants :

- Territoire du Grand Avignon :
- création d'une conciergerie d'entreprise PIAF
- réunions gouvernance technopôle d'Avignon pilotées par le Grand Avignon

- Territoire de la Communauté de communes Pays des Sorgues Monts de Vaucluse :
- projets de création de ZA sur le territoire et bilan des recherches foncières depuis 2019 pour étudier l'opportunité de création de nouvelles zones
- étude sur la reconversion d'un bâtiment à Châteauneuf-de-Gadagne orienté sur la thématique santé

- Territoire de la Communauté de communes Aygues Ouvèze en Provence :
- entretien dans le cadre de l'étude de l'Aurav sur les déterminants du développement économique de ce territoire

- Autres actions :
- contribution à l'étude de faisabilité d'un GEIQ logistique transport
- contribution à la plateforme Vaucluse ingénierie et animation d'une table ronde lors de la réunion digitalisée "le Vaucluse en tendances"
- participation et prise de parole à la restitution française finale et des tables rondes organisés dans le cadre du projet trAILs piloté par le CAUE 84 sur la thématique des friches industrielles inter alpines (Italie, Allemagne, France)

PARTENARIAT AVEC AVIGNON UNIVERSITÉ

- Mise en valeur /promotion de l'expertise des laboratoires de l'Université (LIA /GREEN...) auprès des prospects accompagnés par VPA
- Participation de l'Université aux RDV de l'Attractivité pour optimiser les relations avec les territoires de Vaucluse
- Mise en avant et association dans le cadre du webinaire talents organisé avec le Canada
- Participation aux évènements organisés par l'Université (inauguration du Laboratoire Pharm-Ecologie cardiovasculaire ; festival intelligence artificielle…)

PARTENARIAT AVEC LA FRENCH TECH GRANDE PROVENCE

- Participation aux instances de gouvernance et aux actions et événements organisés par la French Tech Grande Provence
- Partenariat dans le cadre du Hackathon no code online :

Vaucluse Provence Attractivité s'est associé à la French Tech Grande Provence en tant que partenaire de ce premier " no code Hackathon " dédié à la filière logistique - transport.

Cet évènement visait à contribuer à renforcer l'attractivité du département pour les activités logistiques à travers la mise en lumière des rendus innovants réalisés par les participants, salariés et étudiants de la filière digitale et/ou logistique, lors de ce hackathon. Les meilleurs projets développés durant 36 heures ont vocation à être poursuivis pour mise sur le marché ou usage par un acteur clé du secteur concerné par la solution.

PARTENARIAT AVEC LA RÉGION ET RISING SUD

- Participation aux rencontres Rising Sud (groupes de travail thématiques, talents, réunion des directeurs, Comité attractivité) / Convention de partenariat avec l'agence Rising Sud / Agences départementales : feuille de route commune, plan d'actions, cospe, actions communes auprès des entreprises du 84 sur ITER, co-organisation avec Rising Sud d'un webinaire sur Parcours Sud industrie auprès d'entreprises du Vaucluse, contribution à la démarche talents de Rising sud (livrets, groupes de travail et concours Cap au sud)
- Participation à la démarche Sud Foncier Eco déployée par la Région Sud, accueil de l'atelier départemental Sud Foncier éco
- Participation à la Team Sud Invest
- Contribution aux états généraux de la relance pilotés par la Région Sud
- Contribution à l'élaboration du nouveau Schéma Régional de Développement Economique, d'Innovation et d'Internationalisation (SRDEII)

©T.O'Brien

03

COMMUNICATION

Comme l'an dernier, le maître-mot de 2021 en matière de promotion et communication a bien été : flexibilité. Des actions prévues en présentiel se sont déroulées en distanciel et l'attention habituellement portée sur les marchés lointains s'est recentrée sur l'Europe. Des actions dédiées au tourisme de proximité ont été orientées sur les ailes de saison pour booster leur fréquentation au moyen de partenariats influenceurs sur les réseaux sociaux et de campagnes de communication presse et digitale.

Le collectif a une fois de plus revêtu toute son importance avec le ralliement de l'agence autour de la campagne de relance #onatousbesoindusud et son investissement dans le Contrat Destination Provence, reconduit pour 3 ans. L'annulation d'événements a également permis de nouveaux déploiements : une mobilisation de moyens de plus grande ampleur au salon Roc d'Azur, la création de rendez-vous inédits (Vaucluse Cycle Meet, soirée Le Vaucluse a du talent) et l'élargissement des campagnes au volet Invest.

Enfin, les outils ont été peaufinés, avec le bloc-marque tourisme complété d'une 4ème destination infradépartementale ainsi que la création de nouveaux logos rando et vélo - optimisant ainsi l'identification des richesses du territoire auprès des habitants comme des visiteurs.

- Projets
- Events
- Campagnes
- Identité de marques
- Éditions
- Réseaux sociaux
- Photos-vidéos
- Presse et promotion
- Web et e-marketing

©T.Verneuil

PROJETS

LA CARTE AUX TRÉSORS MADE IN VAUCLUSE

La commande d'un numéro de la Carte aux Trésors, émission emblématique animée par Cyril Féraud, a fait l'objet d'une mobilisation partenariale réunissant le Département de Vaucluse, les offices de tourisme et VPA. Le tournage a eu lieu en septembre 2021. La diffusion est prévue au printemps 2022 sur France 3.

Sous forme de carte postale, cette émission à large audience s'adresse à des prescripteurs de tourisme qui ont une appétence pour la culture, le patrimoine et la nature. Les familles sont très friandes de l'émission.

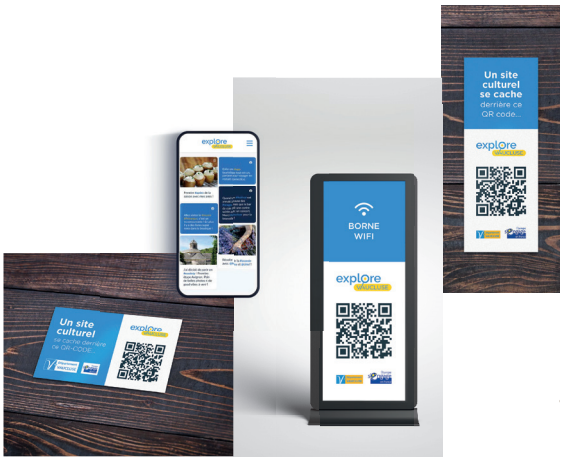
Deux candidats s'affrontent dans un jeu d'énigmes qui leur font parcourir le territoire sur un périmètre de 40km² à bord d'hélicoptères. Une attention particulière est prise par la production pour réduire l'empreinte carbone générée par ce type de transport.

APPORT TECHNIQUE À LA MISE EN ŒUVRE DU WIFI TERRITORIAL

Dans le cadre de ses missions d'attractivité du territoire, le Département de Vaucluse a lancé un projet inédit de doter 172 sites historiques, patrimoniaux et naturels de bornes wifi. Cette démarche s'intègre dans la couverture à Très Haut Débit entreprise par la collectivité. Ce travail de bornage s'accompagne du développement d'une web-application touristique.

VPA apporte son expertise dans la mise en œuvre de ce projet à trois niveaux :

- Aide logistique pour identifier et contacter les 172 sites identifiés,
- Aide technique pour la rédaction et le suivi du cahier des charges du marché, la rédaction d'un cahier des spécifications techniques pour web-application,
- Appui à l'élaboration des outils de communication, création d'un logo et stratégie de communication.



PROJETS

CRÉATIONS OLFACTIVES AVEC STIMULATION DÉJÀ VU

VPA a commandé à Stimulation Déjà vu l'élaboration d'une création olfactive pour évoquer le Vaucluse. Avec certains offices de tourisme, l'Agence est partie prenante du projet. La beauté du territoire, la référence aux éléments naturels et aux richesses patrimoniales sont autant de points d'appui pour titiller les sens et les associer à une expérience cognitive originale. Nul doute que de cette aventure découlera une approche surprenante et nouvelle pour promouvoir le département en dehors des sentiers battus.

La création de cette identité olfactive de la destination donnera lieu aussi bien à une déclinaison de goodies qu'à des cadeaux d'entreprises plus élaborés.

MEMORIES, DES VIDÉOS SOUVENIRS POUR LES VISITEURS

Memories est un outil de création instantanée et gratuit de souvenirs vidéos.

L'outil permet de :

- créer des vidéos avec des images de qualité : vues du ciel des lieux visités
- partager ces vidéos avec ses amis et sa famille ou sur les réseaux sociaux
- de garder une vidéo souvenir de la visite

Il est possible de créer des vidéos souvenir dans les lieux suivants :

- Ansouis
- Avignon
- Carpentras
- Châteauneuf-du-Pape
- Dentelles de Montmirail
- Fontaine-de-Vaucluse
- Forteresse de Mornas
- Gordes
- L'Isle sur la Sorgue
- Lourmarin
- Naturoptère
- Orange
- Pernes-les-Fontaines
- Richerenches
- Roussillon
- Sault
- Mont Serein
- Mont Ventoux
- Vaison-la-Romaine
- Venasque

Bilan :

- 775 vidéos créées par plus de 3000 personnes (en moyenne chaque vidéo souvenir est créée pour au moins 4 personnes)
- 600 " rushs " photos et vidéos libres de droits
- Taux de partage = 90 %

©G.Kessler

EVENTS

SALON ROC D'AZUR

UNE ACTION PARTENARIALE D'ENVERGURE SUR UNE FILIÈRE PRIORITAIRE

Du 7 au 10 octobre, VPA et les partenaires de La Provence à vélo ont participé à la 37ème édition du Roc d'Azur de Fréjus. Premier rendez-vous VTT au monde, l'événement de renommée internationale réunit à chaque édition plus de 100 000 visiteurs autour des stands des équipementiers et des territoires venus promouvoir leur destination.

Pour la première fois, VPA a convié sur son stand des professionnels du vélo vauclusiens de différents secteurs afin d'amplifier la coopération des entreprises vélo et tourisme entre elles et renforcer leur lien avec les têtes de réseau. Au-delà du coup de projecteur pour les entreprises exposantes, cette mise en relation privilégiée a permis d'une nouvelle manière de favoriser la rencontre et de générer des partenariats entre La Provence à vélo et les acteurs de la filière vélo en Vaucluse autour de l'enseigne "Vaucluse, Terre de passion Vélo - VTT, eBike, Gravel".

VAUCLUSE CYCLE MEET

NOUVEAU : LES RENCONTRES PROFESSIONNELLES AUTOUR DU VÉLO EN VAUCLUSE

Dans le cadre du salon Avignon Vélo Passion, qui s'est tenu fin octobre, VPA et les partenaires du réseau La Provence à vélo (Conseil départemental de Vaucluse, Parc Naturel Régional du Mont-Ventoux, Isle sur la Sorgue Tourisme, l'OTI du Grand Avignon, Avignon Tourisme et Vélo Loisir Provence) ont organisé les 1ères rencontres BtoB Vaucluse Cycle Meet à destination de l'ensemble des professionnels labellisés "Accueil Vélo" ou intéressés par la filière.

Inédite, cette opération s'est tenue le 29 octobre de 13h30 à 19h à Avignon Parc Expo et a permis aux participants de réseauter via une plateforme de prise de rendez-vous personnalisés, d'échanger sur les tendances et les évolutions de la filière vélo en France, ainsi que l'offre vélo en Vaucluse, notamment grâce à des invités de renom tels André Ghestem, Directeur général Shimano France, Christophe Morera, Directeur Race Compagny, Olivier Bruneau, guide vélo de montagne, organisateur du Raid Ventoux Extreme MTB et du Ventoux Gravel Classic...

- 100 professionnels réunis à cette occasion
- 200 rdv personnalisés organisés entre les participants

EVENTS

SOIRÉE " LE VAUCLUSE A DU TALENT ! "

Dans le cadre de sa mission de prospection, Vaucluse Provence Attractivité a organisé un temps fort dans le magnifique et tout récemment rénové Opéra du Grand Avignon pour réunir les entreprises et les réseaux économiques autour du sujet de l'attractivité des talents.

Les invités à cette soirée étaient issus des réseaux économiques de VPA : banques, financeurs, partenaires CD 84, EPCI, Région SUD, RS, CCI, APEC, BF, RSI..., entreprises accompagnées ou implantées par l'Agence et/ou mises en valeur dans le Guide "S'installer dans le Vaucluse Provence", publié à la rentrée.

Après une longue période sans rendez-vous en présentiel, cette soirée a permis de se retrouver autour de réflexions de fond et de faciliter le networking.

TERROIRS EN FÊTE

Comme chaque année au mois de juin, VPA a participé à "Terroirs en fête", le grand rendez-vous créé par le Conseil départemental en 2017 réunissant sur deux jours producteurs et grand public autour des produits made in Vaucluse.

En tant que partenaire de cet événement avec un stand dédié à l'offre touristique, VPA a coordonné la participation de nombreux partenaires sur son espace, dédié cette année à la diversité des loisirs identitaires du département en lien avec les représentants :

- des Offices de tourisme (Grand Avignon, Porte du Ventoux, L'Isle sur la Sorgue Tourisme, Ventoux Provence et Provence Côté Rhône)
- des activités de pleine nature (Fédération de la randonnée pédestre, Fédération de canoë kayak, Vélo Loisir Provence, La Provence à vélo)
- de l'œnotourisme (Vignobles et découvertes autour des Dentelles de Montmirail et du Ventoux) venus faire la promotion des différentes filières touristiques porteuses en Vaucluse.

Lors de cette édition 2021, beaucoup de demandes d'information ont émané des familles et des seniors venus chercher de nouvelles idées pour redécouvrir le département.

CAMPAGNES

CAMPAGNE DE RELANCE : #ONATOUSBESOINDUSUD

Faire ensemble ce que l'on ne peut faire seul, être la première région à communiquer après le confinement, insuffler une bouffée d'oxygène et stimuler la fréquentation de la clientèle touristique française avant et après le cœur de saison estivale ont mobilisé une nouvelle fois le CRT Sud et les 14 partenaires régionaux dont VPA et les offices du tourisme vauclusiens autour d'une campagne de grande ampleur construite sur un slogan fédérateur et décliné par destination.

Formats :

- Spots tv (France TV)
- Spots radio (Europe 1, NRJ)
- Opération spéciale Le Monde
- Bannières digitales
- Campagne Facebook
- Présence sur plateformes de vente pour faciliter la commercialisation

#OnaTousBesoinDuSud

CAMPAGNES

CAMPAGNE DOUCEUR DE VIVRE POUR L'ARRIÈRE-SAISON

OBJECTIFS

- Travailler les ailes de saison
- Partager l'art de vivre en Vaucluse Provence
- Développer une campagne multicanale (insertions magazine, pubs digitales, affichage digital)
- Promouvoir les éditions VPA et son site web

CIBLE

Marché français : CSP+ et Familles

ZONES GÉOGRAPHIQUES

Île de France, Hauts de France, Rhône-Alpes, Région Sud, Occitanie

FORMATS

- Insertions presse (Paris Match, Elle, Vivre Marseille, Vivre Lyon)
- Bannières digitales ciblées
- Affichage digital Monoprix

NOUVEAU : UNE CAMPAGNE INVEST À L'OCCASION DE LA SORTIE DU GUIDE TALENTS

La publication du Guide "S'installer en Vaucluse Provence" aux éditions Héliopôles a permis de mettre en place une campagne de diffusion dans des médias spécialisés. Cette dernière a permis de mettre en valeur l'ouvrage mais également les attraits de la destination et les missions d'accompagnement de l'agence.

CIBLE

Business, économie, innovation, invest

ZONES GÉOGRAPHIQUES

Paris, Lyon, Marseille, Montpellier

FORMATS

Insertions presse (Courrier Cadres, Capital)

IDENTITÉ DE MARQUES

RÉVISION DU BLOC-MARQUE TOURISME VAUCLUSE PROVENCE

Afin de couvrir la destination Vaucluse Provence plus largement, il a été décidé d'ajouter une quatrième destination infra aux trois autres utilisées historiquement. Ainsi la mention de Vallée du Rhône rejoint Avignon, Luberon et Mont-Ventoux.

VAUCLUSE PROVENCE
AVIGNON
LUBERON
MONT-VENTOUX
VALLÉE DU RHÔNE

VAUCLUSE PROVENCE
AVIGNON
LUBERON
MONT-VENTOUX
VALLÉE DU RHÔNE

Utilisation réseaux sociaux

VAUCLUSE PRO VENCE
AVIGNON
LUBERON
MONT-VENTOUX
VALLÉE DU RHÔNE

VAUCLUSE PRO VENCE
AVIGNON
LUBERON
MONT-VENTOUX
VALLÉE DU RHÔNE

UN LOGO RANDO POUR RASSEMBLER LES ACTEURS DE LA FILIÈRE

Fédérer les 70 acteurs de la filière randonnée s'est matérialisé par la création d'un premier outil de communication : un logo rando. Aux couleurs de la marque Vaucluse Provence et du site web provenceguide.com où sera référencée une cinquantaine de circuits, il entend véhiculer des valeurs partagées.

Au cœur de la démarche : l'humain incarné par ce petit bonhomme qui parcourt le département en recherche de mouvement, d'oxygène et de partage.

VAUCLUSE PROVENCE RANDO
BOUGER
RESPIRER
PARTAGER

VAUCLUSE PROVENCE RANDO
BOUGER
RESPIRER
PARTAGER

IDENTITÉ DE MARQUES

TOURISME

Dernier né des guides touristiques réalisés par VPA en lien avec les offices de tourisme vauclusiens, " Découvrez le Vaucluse en famille " invite, depuis cet été, tous les visiteurs, touristes et habitants, petits et grands à parcourir le département et vivre une multitude d'expériences au cœur des grands espaces, autour du patrimoine, du terroir, des activités de pleine nature ou indoor.

Traduit en 2 langues (anglais et allemand), " Découvrez le Vaucluse en famille " est disponible dans les offices de tourisme ainsi qu'en téléchargement sur le site www.provenceguide.com rubrique Documentation.

VERS LA CRÉATION D'UNE COLLECTION DE FICHES VÉLO

La refonte du logo s'est accompagnée du souhait de créer une collection de fiches vélo rassemblant des boucles par destination. S'appuyant sur la maquette de Vélo Loisir Provence qui a élaboré un concept abouti et efficace, l'organisation de ces fiches et la sélection des contenus permettront aux utilisateurs d'accéder à des outils harmonisés sur l'ensemble du département. Chaque destination infra est repérable par une couleur dédiée.

REFONTE DU LOGO DE LA PROVENCE À VÉLO

Créé il y a plus de dix ans, le logo de La Provence à vélo attendait un lifting pour dynamiser son esthétique, rencontrer les codes de communication plus actuels et surtout illustrer dans la diversité des pratiques sur le territoire. Fruit d'un travail collaboratif avec les têtes de réseaux du collectif, cette refonte a été l'occasion d'une réflexion sur la hiérarchie des informations et le repérage des infra-destinations.

PROVENCE À VÉLO VAUCLUSE
PROVENCE À VÉLO GRAND AVIGNON
PROVENCE À VÉLO VALLÉE DU RHÔNE
PROVENCE À VÉLO VENTOUX

ÉDITIONS

INVEST

PLAQUETTES FILIÈRES

Dans ses missions de valorisation des atouts du Vaucluse, VPA a remis à jour et édité en 2021 de nouvelles plaquettes filières thématiques :

- S'Installer & Vivre en Vaucluse Provence
- 10 Raisons d'Investir (en allemand)
- Energies & Ecotech en Vaucluse Provence

Ces supports sont réalisés à destination d'entrepreneurs, d'investisseurs, de repreneurs ou de start-up qui désirent s'implanter en Vaucluse.

Ils sont utilisés lors d'accueils mais aussi sur des salons professionnels dédiés au rayonnement économique du Vaucluse.

CORPORATE

E-VPA'CTIONS : LA NEWSLETTER ENVOYÉE AUX ACTEURS ÉCONOMIQUES & TOURISTIQUES VAUCLUSIENS

L'agence a inscrit dans la durée la newsletter bimensuelle initialement créée pendant la crise sanitaire pour maintenir le lien avec les partenaires et les professionnels vauclusiens. Cette dernière est adressée aux institutionnels, réseaux auxquels VPA collabore ainsi qu'aux acteurs économiques et touristiques du Vaucluse.

En 2021, 39 news (au 31/12) ont ainsi été publiées sur la base d'un fichier de plus de 2 500 contacts.

MAGAZINE VPA'CTIONS

Né en 2018, le VPA'ctions traite de l'actualité de l'agence, témoigne de ses actions et met en lumière ses approches partenariales. Edité à 2 000 exemplaires par numéro (deux par an), il est destiné aux institutionnels, acteurs économiques et professionnels du tourisme.

Ce support est réalisé en interne à 100 %, de la rédaction à la conception graphique et est également téléchargeable sur le site de Vaucluse Provence Attractivité, rubrique " Actualité ".

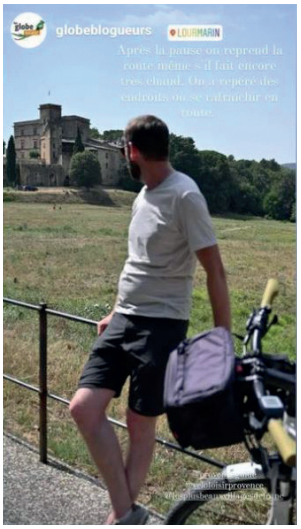
RÉSEAUX SOCIAUX

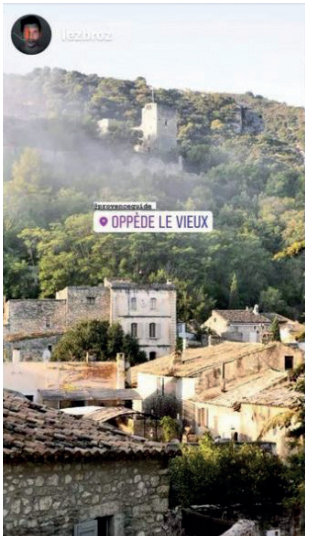
DU 01/01 AU 31/10/2021

- De fortes retombées diverses sur les réseaux sociaux de la destination Vaucluse Provence (cible francophone et internationale), avec animation quotidienne.
- Communauté tous réseaux confondus : 354 160 personnes
- Des partenariats sont noués régulièrement avec des blogueurs photographes et des instagrameurs pour la production de contenus. Outre les articles qui peuvent figurer sur leur blog, les photos réalisées font l'objet d'un contrat afin que VPA puisse les exploiter sur ses propres réseaux sociaux et ses sites internet
- En 2021, 4 accueils d'influenceurs français : My Sweet Escape (février), Les Globe Blogueurs (août), Lezbroz-Teddy Verneuil (septembre), Wait&Sea (octobre)
- Publications quotidiennes sur l'actualité de l'Agence, sa présence sur des salons, l'accueil d'influenceurs, relais des nouveautés sur les territoires…
- Le Vaucluse, 4ème au palmarès des destinations touristiques départementales les plus actives sur les réseaux sociaux et 14ème toutes destinations confondues

Réseau	Nom du compte	Vocation	Nb de publications
Facebook	Vaucluse Tourisme en Provence (FR)	Tourisme	142 - 6 stories
	Vaucluse Provence Attractivité	Invest	43 posts
	Provenceguide (EN)	Tourisme	97 posts
Instagram	Provenceguide	Tourisme	192 posts - 46 stories 2 vidéos IG TV 21 réels
Twitter	Provenceguide (FR/EN)	Presse/blogs tourisme	583 posts
	84Developpement	Economie	563 posts
LinkedIn	Vaucluse Provence Attractivité	Economie	585 posts
Youtube		Invest	11 vidéos
		Tourisme	31 vidéos

RÉSEAUX SOCIAUX : ZOOM SUR 2 ACCUEILS INFLUENCEURS





GLOBE BLOGUEURS

Du 11 au 16 août 2021

Accueil en Vaucluse pour la 1ère fois dans le cadre de la promotion de l'itinérance à vélo et du slow tourisme, sur le territoire du Luberon.

À la clé :

- 1 article de blog
- 1 vidéo
- En exclusivité pour VPA : 50 photos tous supports
- Stories et posts sur ses réseaux sociaux

LEZBROZ (TEDDY VERNEUIL ET THOMAS FEVRE)

Du 16 au 19 septembre 2021

Accueil en Vaucluse pour la 5ème fois de Teddy Verneuil et Thomas Fevre, sur le thème des paysages des Vaudois en Luberon, villes et villages, paysages, sites et monuments

À la clé :

- 1 article de blog
- 2 vidéos
- En exclusivité pour VPA : 100 photos tous supports
- Posts et stories sur ses réseaux sociaux

PHOTOS

En sus des photos réalisées par le photographe de VPA (34 reportages) et les collaborateurs, des campagnes d'achat de visuels sont effectuées tout au long de l'année auprès de photographes (Thomas O'Brien, Michel Planque, Guenhaël Kessler, Damien Rosso...) afin d'alimenter la photothèque et les supports de communication.

De nombreuses photos vélo illustrant les différentes pratiques (cyclotourisme, Gravel, VTT...) ont été commandées cette année en complément de deux accueils influenceurs orientés Activités de Plein Air. Une manière de construire la base de données avec des contenus slow.

LA PHOTOTHÈQUE EN CHIFFRES

- 45 022 photos
- 12 652 photos téléchargées en 2021

Nombre d'inscrits à la plateforme :

- 592 journalistes
- 314 tour-opérateurs et autocaristes
- 247 prestataires
- 159 partenaires

VIDÉOS

La collection de vidéos Invest a été augmentée avec la production de 3 nouveaux reportages.

- Eurosilicone pour l'Attractivité des Talents
- Plantin pour la filière agroalimentaire
- Le Nesk pour la filière tourisme

Sous forme de testimoniaux, ces vidéos illustrent la variété et la dynamique des filières économiques portées par VPA.

11 vidéos ont également été réalisées en interne.

PRESSE ET PROMOTION

CONTRAT DE DESTINATION LES ART'S DE VIVRE EN PROVENCE

Le Contrat de destination Provence s'appuie sur un collectif regional de 30 organismes de tourisme pour mutualiser des moyens et promouvoir la Provence à l'international, parmi lesquels les smart destinations Ventoux et Luberon, Avignon Tourisme, la Chambre de Métiers et VPA.

Engagés depuis 2015 pour une durée de 3 ans renouvelables, les partenaires financeurs de ce contrat de destination ont reconduit leur participation jusqu'en 2024. Une "v3" qui s'annonce riche en projets !

Le collectif communique sous la marque "Provence Enjoy the Unexpected" déployée par l'ensemble des partenaires et par le CRT aux côtés des deux autres marques territoriales, Pure Alpes et Côte d'Azur France.

L'Agence participe activement aux comités de suivi et aux différents comités techniques. Elle est à ce titre copilote des volets Marque et Marketing Content et membre des comités Accueil, Observation et Marketing.

VOLET MARQUE

En 2021, les deux agences de communication recrutées pour travailler sur le volet "Marque" ont poursuivi leur travail :

- L'agence Dragon Rouge a travaillé sur la stratégie de déploiement de la marque en local et produit un argumentaire pour le recrutement de nouveaux partenaires et ambassadeurs
- L'agence Arboresens, spécialisée dans la stratégie des marques, a confirmé par une étude le bien-fondé d'une licence de marque (à mettre en œuvre à partir de 2022).

PRESSE ET PROMOTION

CONTRAT DE DESTINATION

VOLET MARKETING

Marché chinois

Le volet marketing a choisi de travailler sur les réseaux sociaux chinois en passant un contrat avec Europass pour l'animation des comptes Provence sur Wechat et Sina Weibo. Un article sur le patrimoine culturel immatériel du fruit confit du pays d'Apt figurait parmi les top 3 de l'année. En outre, une campagne « Europe behind the scene » a permis la création de contenus par des KOL chinois résidant en Europe sur certaines thématiques (nature et activités de plein air, villes créatives, histoire et patrimoine) afin de cibler les clientèles à hauts revenus.

Campagne pan-européenne

Cette campagne initiée par Atout France sur les marchés européens a mis en avant les grands espaces naturels en France et des activités insolites. Sur les marchés allemand, belge, suisse et britannique, des campagnes avec Expedia et les compagnies aériennes (Brussels Airline, British Airways) ou ferroviaires (Deutsche Bahn), ainsi qu'avec d'autres opérateurs privés (Voyage Privé, eDreams…), ont ciblé en priorité les DINKS (double-income-no-kids) pour des séjours d'arrière-saison.

VOLET OBSERVATION

Les actions portent sur le suivi de la fréquentation de la Provence et de ses infra-destinations grâce à l'exploitation des données Flux Vision Tourisme, au suivi des retombées liées à la programmation des T.O. internationaux sur les marchés prioritaires (USA, UK, Allemagne et Chine), au suivi de la e-réputation de la destination.

VOLET ACCUEIL

Pour atteindre l'objectif de construire une expérience de séjour, les actions 2021 ont porté sur l'optimisation de la diffusion du support d'accueil (carte Provence aux entrées et au sein de la Destination), au suivi des projets d'habillage Provence des portes d'entrée (Aire de Mornas et de Lançon, Aéroports Marseille et Toulon, terminaux croisières de Marseille). Un programme d'e-learning a en outre permis de sensibiliser, former les conseillers en séjour à la marque Provence (337 parcours initiés entre 2019 et 2021).

VOLET MARKETING CONTENT

Les missions de ce volet portent sur la sélection de professionnels, offres Arts de Vivre en Provence et la programmation de contenus éditoriaux thématisés. Ces deux actions viennent enrichir le site provence-tourism.com avec 560 professionnels valorisés et la diffusion de 16 sujets autour des spots nature, des meilleurs street food, du top10 roof tops, des musées d'artisans d'art, des balades patrimoine…

TRAVAIL AVEC LES MÉDIAS

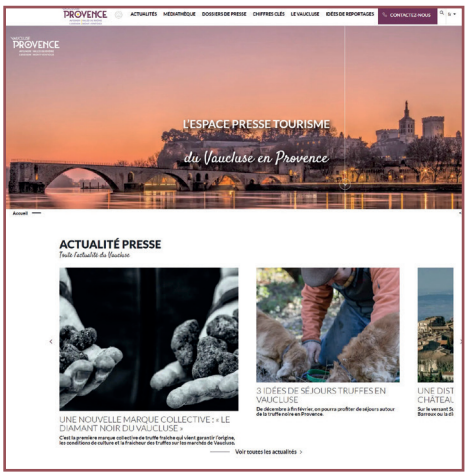
LES ACCUEILS DE PRESSE

Malgré les confinements / déconfinements, VPA a accueilli 75 médias nationaux et internationaux en 2021. Ces accueils se sont faits parfois en direct, grâce aux relations tissées depuis longtemps avec certains journalistes ou médias, mais aussi grâce à notre présence sur 4 workshops presse (Partir en France, Médiatour Italie, Médiatour Espagne, Médiatour Suisse) et au travail de nos 2 agences de presse, en Belgique et en Allemagne.

La plupart de ces accueils sont organisés et co-financés avec nos partenaires du Comité Régional de Tourisme PACA et les Offices de Tourisme du territoire.

LES OUTILS

- Un nouveau site web dédié à la presse http://presse.provenceguide.com :
  - Bilingue (Français, Anglais)
  - Nourri d'actualités pour la presse (18 articles de blog qui font l'objet de communiqués)
  - Où la presse retrouve nos dossiers de presse et ceux de nos partenaires (Offices de Tourisme, Parcs Naturels Régionaux)
- Le dossier de presse 2021 (en Français, Anglais, Allemand, Espagnol et Italien) et des dossiers thématiques (Le Vaucluse à vélo et en VTT, Un Hiver en Vaucluse, les Routes de la Lavande, Idées de Reportages) en diverses langues.
- Des communiqués de presse réguliers envoyés à notre base de données francophone et anglophone, et des newsletters presse envoyés par nos agences de presse pour les médias belges et allemands.



FOCUS : LE VOYAGE DE PRESSE TUI

Pour soutenir la nouvelle ligne aérienne Anvers-Avignon, VPA s'est adjoint les services de son agence de presse en Belgique Glenaki pour recruter 5 journalistes de la presse quotidienne belge francophone et flamande sur le vol inaugural du 18 juin.

Avec l'Office de Tourisme d'Avignon et l'aéroport Avignon-Provence, VPA a travaillé sur un programme qui couvrait la ville papale et les alentours. Les articles sont parus dans la semaine qui a suivi.

PRESSE ET PROMOTION

RENCONTRES AVEC LA PRESSE NATIONALE ET INTERNATIONALE

En 2021, à nouveau, la plupart des workshops presse ont eu lieu en digital : si le côté convivial et spontané a disparu et manque beaucoup pour l'efficacité des échanges engagés, en revanche, les rendez-vous pris en ligne se révèlent plus ciblés : plus d'interlocuteur indésirable qui s'attarde à la table de rendez-vous !

WORKSHOP PARTIR EN FRANCE

3 sessions : 18-19 janvier / 9 avril / 19 octobre 2021

Cette rencontre annuelle avec la presse (print, web, télé et radio) et les influenceurs nationaux s'est déroulée en 3 sessions, toutes en format digital. 185 journalistes étaient présents, 32 rendez-vous ciblés ont pu être pris, qui ont pour plusieurs donné lieu ensuite à des accueils de presse sur le territoire.

MÉDIATOUR ITALIE

20-21 janvier 2021

Les Italiens étant toujours friands de presse papier, mais aussi web, il était important pour l'agence d'être présent sur ce médiatour Italie, qui a revêtu ici encore un format digital, idéal pour sélectionner les médias souhaités. L'agence a ainsi pu rencontrer 26 journalistes et un accord financier avec Atout France Italie a ensuite sécurisé 3 accueils de presse (dont le magazine gastronomique Sale e Pepe et la chaine de télévision Rai 3).

MÉDIATOUR ESPAGNE

17 et 19 février 2021

Le format digital de ce workshop presse organisé par les bureaux d'Atout France a permis en 2021 d'agréger journalistes sud-américains et portugais aux traditionnels médias espagnols. Au total, 87 interlocuteurs pour 28 rendez-vous avec tous types de supports. Ce workshop a permis notamment d'accueillir durant l'année le Conde Nast Traveller Espagnol, l'un des plus grands supports voyages.

LA TOURNÉE MÉDIATIQUE EN SUISSE

Les 21 et 22 septembre, l'équipe presse de VPA a rendu visite à des rédactions à Lausanne et Zürich et rencontré 25 supports.

La clientèle suisse, qu'on sait à forte contribution, a été très présente sur le territoire depuis la crise sanitaire et il était important de continuer à la séduire avec des idées de reportages en adéquation avec leur soif de nature, de luxe et d'art de vivre.

Un journaliste du NZZ, le grand quotidien de Zürich, est venu pour un reportage " 48 h sur Avignon " moins de deux semaines après ce démarchage.

INTERMÉDIATION (TOUR-OPÉRATEURS ET AGENCES)

Encore une année bien compliquée pour l'intermédiation ! En début d'année, VPA s'est associée à une opération initiée par le CRT PACA à destination des agences de voyages françaises, l'opération Tourmag, et dans la seconde partie d'année, des éductours ou workshops en présentiel ont pu se tenir, y compris pour certains marchés lointains (USA, Canada, Mexique), encore une fois en partenariat avec le CRT PACA, les Offices de tourisme et les réseaux vélos, selon les opérations.

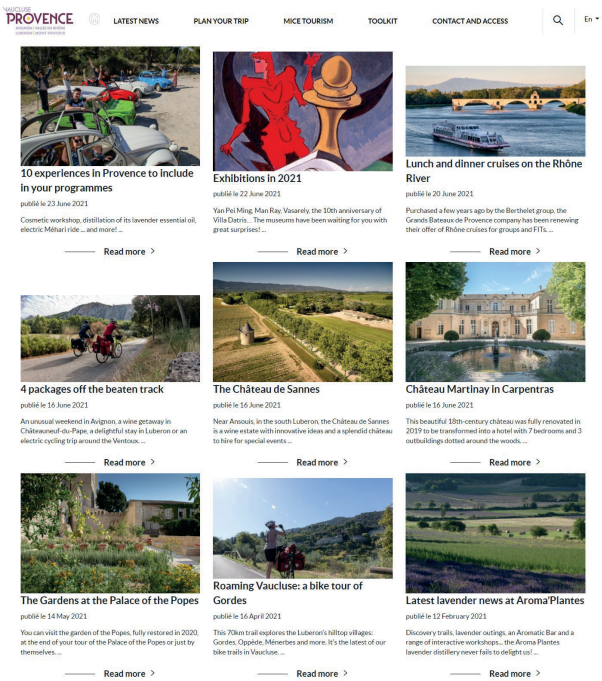
On retiendra parmi les actions majeures :

• La sortie du nouveau site pro dédié aux tour-opérateurs, en version bilingue (Français/Anglais), avec la mise en avant d'actualités spécifiques pour les organisateurs de voyages (regroupés en un communiqué de presse) et la mise en ligne d'informations pratiques pour construire un séjour (près de 4000 visiteurs uniques sur le site français, 1245 visiteurs sur le site anglais)

• La production et mise à jour de dossiers techniques à destination des tour-opérateurs, utilisés lors des workshops ou distribués lors des éductours (un dossier technique générique pour le marché nord-américain, un dossier technique vélo).

• Des éductours pour faire connaitre l'offre aux tour-opérateurs :

- Un éductour vélo pour 12 tour-opérateurs de différentes nationalités (sept.)
- Un fam-trip pour 7 tour-opérateurs américains et canadiens (sept.)
- Un éductour pour 10 tour-opérateurs mexicains, un marché en plein essor (nov.)
- Un fam-trip co-organisé avec un tour opérateur américain pour une dizaine d'agences qui revendent ses produits (déc.).



PRESSE ET PROMOTION

FOCUS : L'ÉDUCTOUR VÉLO

Organisé avec les offices de tourisme d'Avignon et du Grand Avignon, l'Isle sur la Sorgue Tourisme et Vélo Loisir Provence, l'éductour vélo 2021 de fin septembre a réuni pas moins de 12 tour - opérateurs internationaux spécialisés vélo.

Il a permis de faire évoluer le regard des tour-opérateurs sur la "cyclabilité" d'Avignon et de Villeneuve-lez-Avignon, en plus de faire découvrir de nouveaux itinéraires et professionnels qualifiés sur les Monts de Vaucluse et le Luberon.

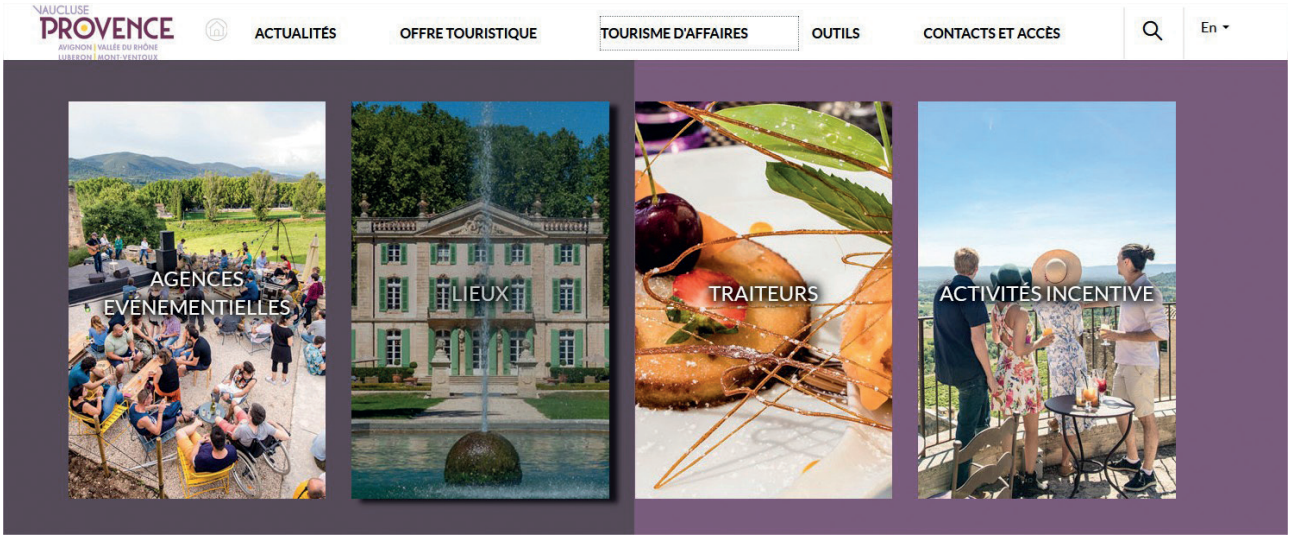
TOURISME D'AFFAIRES

OBJECTIFS :

- Fédérer l'offre départementale
- Devenir un interlocuteur pour l'organisation d'évènements professionnels en Vaucluse

RÉALISATIONS

- Site pro dédié au tourisme d'affaires : https://pro.provenceguide.com, constamment mis à jour avec l'offre existante
- Workshop virtuel PCE (Provence Côte d'Azur Events) le 15 avril 2021
- Workshop tourisme d'affaires à Paris organisé par SBE le 21 octobre 2021
- Workshop MICE Marseille des 5 et 6 juillet 2021, organisé par Meet&Com



WEB & E-MARKETING

REFONTE ÉCOSYSTÈME DIGITAL

- Dans le cadre de la refonte de ses sites web et afin de rationaliser l'écosystème, VPA a poursuivi la mise en ligne de nouveaux sites en 2021 :

- Le site Provence à vélo (F, GB, et D) pour une promotion plus large de l'activité avec l'ajout des pratiques VTT, itinérance et Gravel. Le site propose également des informations complémentaires liées à Géotrek (affichage du profil altimétrique, informations d'accès et de parking…)

- Le site Invest in Vaucluse Provence (F et GB) pour la promotion des atouts économiques du département dans l'objectif d'attirer investisseurs et talents

- Le site dédié aux voyagistes, tours opérateurs et au tourisme d'affaires (F et GB) publiant l'offre d'accueil de groupes

UN PROJET MENÉ AVEC LES PARTENAIRES

- Tourisme :
- Réflexion partagée avec les OT pour améliorer le travail autour des contenus web
- 1 atelier d'optimisation de la visibilité web en novembre

- Vélo :
- Des designs graphiques validés avec le comité de pilotage vélo et le Conseil départemental de Vaucluse
- Une saisie des contenus partagée avec le réseau La Provence à Vélo

- Corporate :

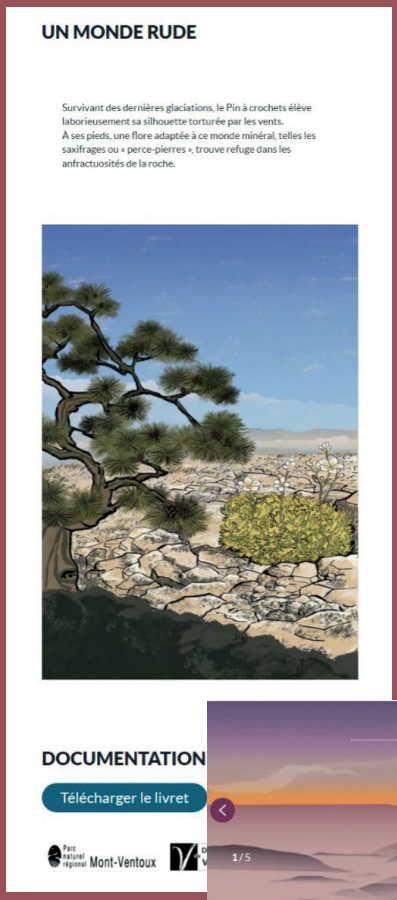
Des présentations de territoires rédigées en lien avec les EPCI

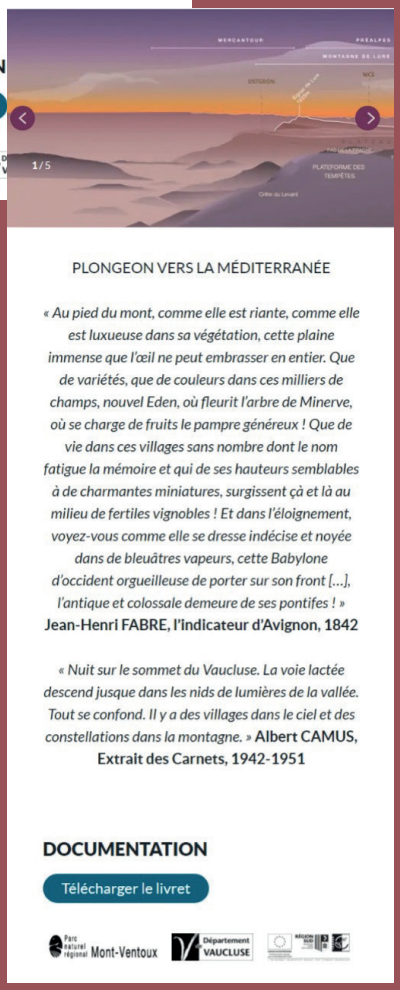
RÉALISATION DES PAGES WEB DE VENTOUX INTERPRÉTATION

En lien avec le service Aménagement de l'Espace, Agriculture, Environnement du Conseil départemental de Vaucluse et le Parc naturel régional du Mont-Ventoux, les QR-codes et pages digitales d'interprétation des paysages et de l'Histoire du Mont Ventoux ont été créées.

Elles ont pour vocation :

- de permettre la lecture sur smartphone des textes et images des "pierres qui parlent" déployées au sommet du Mont-Ventoux
- d'offrir une traduction en anglais, allemand, et néerlandais de ces textes.
- de permettre le téléchargement du livret d'interprétation





WEB & E-MARKETING

ANIMATION WEB & CRÉATION DE CONTENUS

Tout au long de l'année, Vaucluse Provence Attractivité met en avant des contenus adaptés aux temps forts touristiques et/ou à l'actualité et ce, en fonction des publics cibles.

Type de contenu	Site français	Site anglais	Site allemand	Site néerlandais	Site espagnol
Agenda	En continu				
Expériences	24	22	10	12	9
Itinéraires	5	3	3	3	3
Tops	26	16	17	17	17

TOP DES CONTENUS DE L'ANNÉE

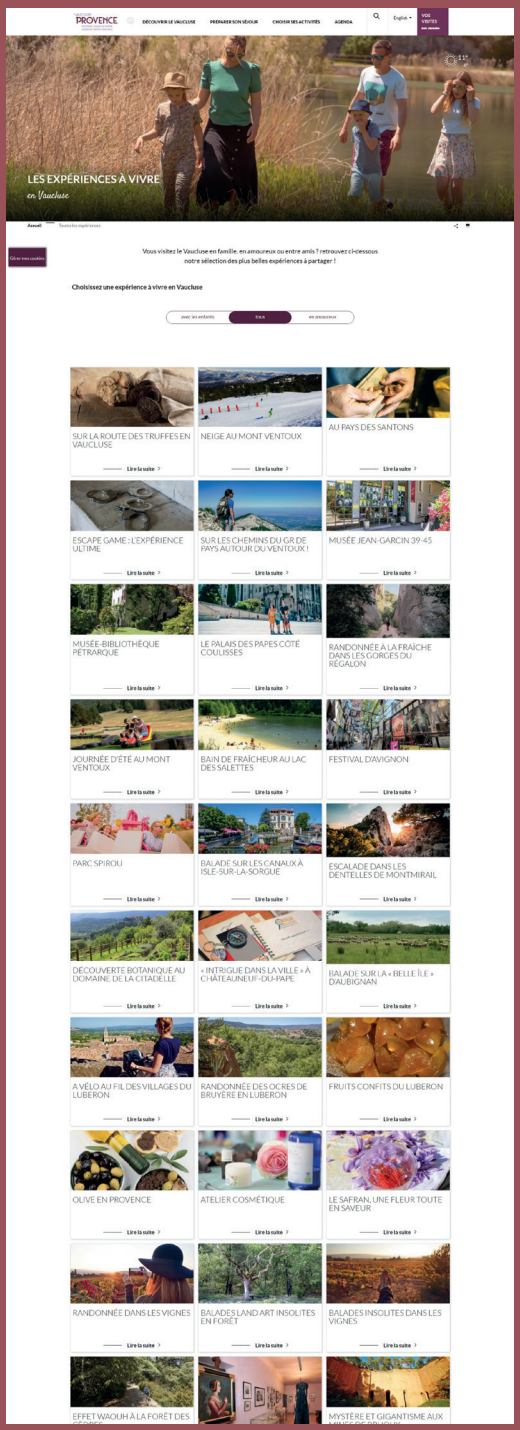
(en fonction du nombre de consultations sur le site français)

1. agenda
2. Page d'accueil
3. Présentation de l'Isle sur la Sorgue
4. Présentation du Luberon
5. Top 10 des villages
6. Sorties en famille
7. Sentier des ocres
8. Lieux de baignade
9. Marchés
10. Présentation du Ventoux

L'animation web se fait également sur les sites Invest et corporate afin de relayer les actualités de l'agence et les nouveautés de nos partenaires et investisseurs.

	Actualités Invest	Actualités corporate
Nombre d'articles	18 articles	12 articles
Nombre de pages vues	1 547*	1 401

** sur l'ensemble des articles et actualités du site (pas uniquement les articles produits en 2021)*



PERFORMANCES SITES WEB

Les performances de différents sites de VPA sont à souligner et ce, malgré une année 2021 marquée par la mise en place de bandeaux cookies via lesquels les visiteurs peuvent refuser en un clic d'être suivi dans leur navigation (dispositif qui génère une perte de visibilité de trafic de suivi de 20 % à 30 %) : l'ensemble des sites enregistre ainsi +7 % de trafic supplémentaire en 2021. Quant aux sites GB, la situation sanitaire couplée au Brexit expliquent le peu d'intérêt de ce marché pour notre destination en 2021. Le site Invest perd également du trafic en raison de la création d'un nouveau site et d'efforts réalisés pour réduire le taux de rebond et améliorer de ce fait la qualité des visites. Il en est de même pour le site pro remanié qui perd aussi beaucoup de trafic au profit de visites plus qualifiées et d'une durée plus longue.

Sites	Nb d'utilisateurs 2021	Évolution
PG FR	1003463	17 %
PG UK	31923	-62 %
PG D	65080	-6 %
PG NL	53804	6 %
PG ES	8987	679 %
INVEST FR ET GB	13150	-32 %
VÉLO FR	129531	48 %
VÉLO GB	9455	-25 %
VÉLO D	13273	27 %
PRO FR	3988	-57 %
PRO GB	1243	-31 %
PRESSE FR	4519	131 %
PRESSE GB	1348	55 %
CORPORATE	12432	30 %
	1339764	7 %

CAMPAGNES E-MARKETING MARCHÉ FRANCOPHONE

L'Agence Vaucluse Provence Attractivité a engagé différentes campagnes e-marketing sur les marchés cibles afin de :

- valoriser la destination Vaucluse en Provence sur des sites tiers à très forte audience
- maximiser la visibilité de ses propres sites sur les moteurs de recherche Google (référencement naturel et payant)
- promouvoir les outils déployés : Vaucluse Provence Pass et Memories
- réagir rapidement face à la situation de crise

Les sites web de l'Agence bénéficient d'un bon référencement naturel (78 % du trafic pour le site tourisme français), c'est-à-dire d'un trafic sain et pérenne.

L'ensemble des sites (tourisme, Invest et Provence à vélo) a généré un trafic en hausse de 7 % par rapport à l'année 2020.
À savoir qu'avec le RGPD imposant l'acceptation des cookies lors de la connexion aux sites, environ 20 % à 30 % du trafic n'est plus comptabilisable par nos outils.

WEB & E-MARKETING

TOURISME (dont vélo)	Proximité	Filière « rando »	Filière « vélo »	Vaucluse Provence Pass	Mémories	Séjours d'automne	Séjours d'automne	Suisse Belgique
Dates	De avril à mai	Toute l'année	Outdooractive : toute l'année AR Mag : Avril Utagawa : avril et août	Juin à septembre	Juillet	Octobre	Octobre	Février
Plateforme	DooH it FRANCE PASSION, made in marseille, PERFORMANCE adviser	outdooractive	AR MAGAZINE VOYAGEUR, UTAGAWAVTT.com, outdooractive	adot, leboncoin	madvertise.	JCDecaux	CitizenKid.com	PERFORMANCE adviser
Performances	419 080 impressions* 20 090 visites générées	15 648 impressions* 3476 interactions	239 839 impressions* (dont 28 989 sur outdooractive) 11 845 conversions 10 814 interactions sur outdooractive	2 328 694 impressions* 7 294 clics	415 771 impressions* 9 811 clics	281 907 impressions*	4 636 impressions* 394 clics	385 262 impressions* 7282 clics

RÉFÉRENCEMENT	Référencement naturel	Référencement payant
Dates	De janvier à décembre	De janvier à décembre
Performances	899 563 visites	103 544 visites

* Impression = affichage de la bannière ou du contenus sur le support choisi

INVEST	Référencement naturel	Référencement payant	Talents
Dates	De janvier à décembre	De janvier à décembre	Octobre
Plateforme	Google, Bing		PERFORMANCE adviser
Performances	6 827 visites	4 030 visites	428 571 impressions 497 clics

NOUVEAUTÉ

Toujours soucieuse d'adresser le bon message au bon moment, VPA se tourne régulièrement vers de nouveaux canaux de communication afin de suivre les habitudes perpétuellement en évolution des différentes cibles.

LA TV SEGMENTÉE

Il s'agit de la diffusion de spots publicitaires ciblant les téléspectateurs en fonction de leurs habitudes de visionnage, de leur géolocalisation… via les box éligibles et en fonction de l'accord du propriétaire de la box.

- Dates : du 6 au 19 mai 2021
- Ciblage = région AURA - 25/49 ans
- Résultat : 139 549 spots diffusés sur TF1 et France 2

SPOTS DANS LES VTC

Consiste en la diffusion de spots publicitaires sur des écrans disposés dans les véhicules avec chauffeur

- Dates : du 17 au 31 mai
- Ciblage = Paris / Lyon / Marseille
- Résultat : 28 748 personnes exposées

MARCHÉ ANGLOPHONE

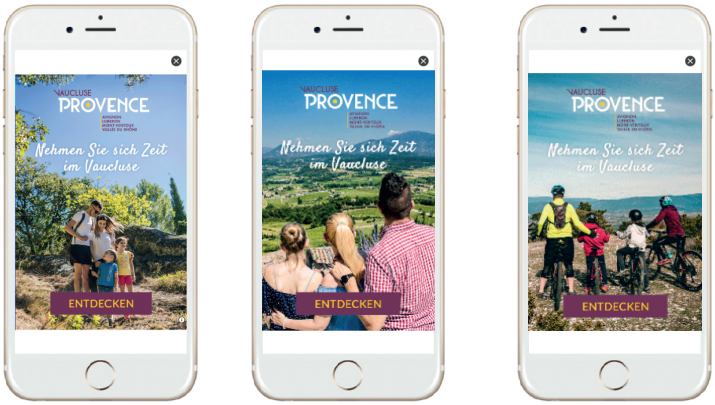
Malgré le contexte lié à la pandémie qui a fortement incité l'agence à se tourner vers la clientèle française, VPA a continué à travailler les clientèles européennes afin de maintenir le lien avec ces marchés.

TOURISME (dont vélo)	Référencement naturel	Référencement payant
Dates	De janvier à décembre	De janvier à décembre
Performances	25 470 visites	3 086 visites

INVEST	Référencement naturel	Référencement payant
Dates	De janvier à décembre	De janvier à décembre
Performances	361 visites	156 visites

MARCHÉ GERMANOPHONE

TOURISME (DONT VÉLO)	Référencement naturel	Référencement payant	Filière « rando »	Filière « vélo »	Cible famille / Bavière
Dates	De janvier à décembre	De janvier à décembre	De janvier à décembre	De janvier à décembre	Août
Plateforme	Google Bing	Google Bing	outdooractive	outdooractive	adot
Performances	58 139 visites	5 035 visites	chiffre inclus dans le décompte francophone	chiffre inclus dans le décompte francophone	Mobile Ads : 156 250 impressions 2 402 clics



MARCHÉ NÉERLANDOPHONE

TOURISME	Référencement naturel	Filière « vélo »
Dates	De janvier à décembre	Année
Plateforme	Google Bing	frankrijk.nl
Performances	46 483 visites	En cours

MARCHÉ HISPANOPHONE

TOURISME	Référencement naturel
Dates	De janvier à septembre
Plateforme	Google Bing
Performances	5 814 visites

WEB & E-MARKETING

GESTION DE LA RELATION CLIENT

Afin de fidéliser ses prospects, VPA active régulièrement des campagnes d'e-mailing

NEWS TOURISME

- 17 137 contacts FR
- 1 528 contacts GB
- 1 291 contacts NL
- 1 396 contacts D
- 3 349 contacts ES

- 12 campagnes FR
- 4 campagnes GB et D
- 3 campagne ES
- 3 campagne NL

+ campagnes récurrentes de bienvenue

- 38 % d'ouvreurs FR
- 55 % d'ouvreurs GB
- 67 % d'ouvreurs NL
- 25 % d'ouvreurs D
- 12 % d'ouvreurs ES

(taux dernière news)

NOUVEAU

Une base de contacts espagnols a été constituée pour pousser du contenu sur ce marché

TOUJOURS EN 2021

Relais des contenus des territoires auprès de nos abonnés

AVIZI

L' Agence s'inscrit dans la stratégie régionale de qualification des demandes touristiques en déployant au niveau départemental un outil de gestion de la relation client, Avizi.

- 1 351 demandes renseignées par VPA
- 80 inscrits à la newsletter grand public via les outils AVIZI

ORIGINE DES DEMANDES	
Pays	Demandes
France	1 040
Belgique	122
Allemagne	107
Pays-Bas	15
Royaume-Uni	12

DOCUMENTATION DISTRIBUÉE

- 34 281 supports ont été distribués en 2021

TOP 5 DES DOCUMENTATIONS LES PLUS DEMANDÉES

Documentations distribuées	Courrier	Téléchargement	En ligne
Vaucluse en Provence le magazine de vos vacances	747	890	3 930
Carte vélo - La Provence à vélo	391	2 841	4 202
Carte Touristique	945	1 315	2 112
Le Vaucluse en Famille	56	294	2 440
Carte VTT & e-bike	142	808	2 015

GESTION DE L'E-RÉPUTATION

L'Agence a participé à la mise en place, en lien avec le CRT Sud, d'un outil d'agrégation des avis clients déposés sur le web (Fairguest) qui permet de mieux identifier les points forts et les points d'amélioration de l'accueil touristique des différents territoires.

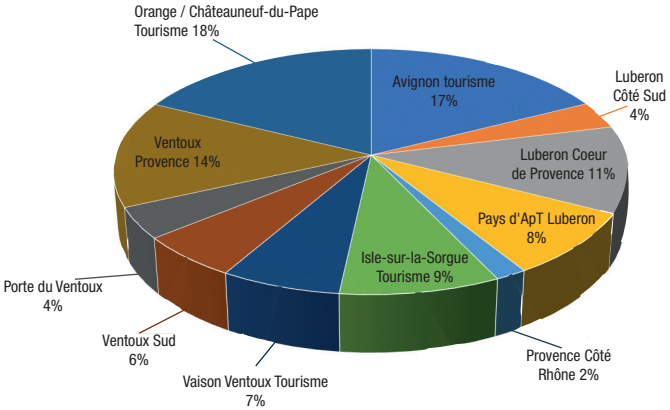
L'outil permet :

- L'analyse des expressions les plus utilisées sur une destination, une activité ou une structure
- Le repérage des structures et activités les plus notées d'une destination

Le déploiement est réalisé en lien avec les OTI auprès des professionnels afin qu'ils puissent gérer leur e-réputation et améliorer la rédaction de contenus

- 1 878 structures configurées pour le suivi de leur e-reputation
- 141 214 avis déposés en 2021

RÉPARTITION DES STRUCTURES OBSERVÉES PAR TERRITOIRE



GESTION DE L'INFORMATION TOURISTIQUE - APIDAE

Objectif : disposer, par une base de données départementale, d'une information renseignée fiable, actualisée couvrant tous les secteurs d'activité intégrés et transversaux.

FORMATIONS DES UTILISATEURS

- Vélo Loisir Provence
- Inter Rhône
- Parc naturel régional du Mont-Ventoux

ANIMATION DU RÉSEAU

1 club utilisateur en décembre

QUALIFICATION-ENRICHISSEMENT DE LA DONNÉE EN CONTINU

Mise à jour de crise : renseignement des ouvertures / fermetures liées aux autorisations de déplacement dues à la crise sanitaire (confinement) et des mesures d'accueil liées au COVID

Mise à jour en continu de l'offre

PARTICIPATION DE VPA AUX COMITÉS DE CHANGEMENT ET COMITÉS RÉGIONAUX

- Suivi des projets d'évolution de la BDD et de son écosystème
- Développement de solutions techniques pour le réseau APIDAE

Apidae
L'INFORMATION TOURISTIQUE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COLLÈGE DU DÉPARTEMENT ET DE LA RÉGION

DOMINIQUE SANTONI
- *Présidente du Conseil Départemental de Vaucluse*

PIERRE GONZALVEZ
- *Bureau VPA : Président*
- *Vice-Président du Conseil départemental*

BÉNÉDICTE MARTIN
- *Vice-Présidente Région Sud*

MICHEL BISSIERE
- *Bureau VPA : Vice-Président*
- *Conseiller régional Région Sud*

CHRISTELLE JABLONSKI CASTANIER
- *Bureau de VPA : Vice-Présidente*
- *Vice-Présidente du Conseil départemental*

FLORELLE BONNET
- *Bureau VPA : Secrétaire Adjointe*
- *Conseillère départementale*

JEAN-FRANÇOIS LOVISOLO
- *Conseiller départemental*

ALEXANDRE ROUX
- *Conseiller départemental*

COLLÈGE DES GROUPEMENTS DE COMMUNES

PATRICK ADRIEN
- *Président de la communauté de communes de l'Enclave des Papes - Pays de Grignan*

YVES BAYON DE NOYER
- *Vice-Président de la communauté de communes Pays des Sorgues Monts de Vaucluse*

YANN BOMPARD
- *Président de la communauté de communes Pays Réuni d'Orange*

JACQUELINE BOUYAC
- *Présidente de la communauté d'agglomération Ventoux Comtat Venaissin*

JEAN PIERRE GERAULT
- *Vice-Président de la communauté d'agglomération Luberon Monts de Vaucluse*

JEAN FRANÇOIS LOVISOLO
- *Vice-Président de la communauté de communes Sud Luberon*

JULIEN MERLE
- *Président de la communauté de communes Aygues Ouvèze en Provence*

SAMUEL MONGERMONT
- *Bureau VPA : Trésorier*
- *Vice-Président de la Communauté d'agglomération Les Sorgues du Comtat*

JEAN-FRANÇOIS PERILHOU
- *Président de la communauté de communes Vaison Ventoux*

FRÉDÉRIC ROUET
- *Bureau de VPA : Secrétaire*
- *Vice-Président de la communauté de communes Ventoux Sud*

GILLES RIPERT
- *Bureau VPA : Vice-Président*
- *Président de la communauté de communes Pays d'Apt Luberon*

CLAUDE TUMMINO
- *Conseiller communautaire de la communauté d'agglomération du Grand Avignon*

ANTHONY ZILIO
- *Président de la communauté de communes Rhône Lez Provence*

COLLÈGE DES INSTITUTIONNELS

VALÉRIE COISSIEUX
- *Présidente de la Chambre de Métiers de Vaucluse*

CHRISTIAN GELY
- *Bureau de VPA : Trésorier adjoint*
- *Vice-Président de la Chambre d'Agriculture de Vaucluse*

GILBERT MARCELLI
- *Bureau de VPA : Vice-Président*
- *Président de la Chambre de commerce et d'Industrie de Vaucluse*

PHILIPPE OBERT
- *Vice-Président d'Avignon Université*

COLLÈGE DES PROFESSIONNELS DU DÉVELOPPEMENT ET DU TOURISME

DIDIER CARLE
- *Président de l'Office de tourisme Porte du Ventoux*

SYLVAIN DEKONINK
- *Confédération des Petites et Moyennes Entreprises 84*

LIONEL KOSLOWSKI
- *Président de la fédération départementale de l'hôtellerie de plein air de Vaucluse*

PATRICE MOUNIER
- *Bureau VPA : Vice-Président*
- *Président de l'UMIH84*

PHILIPPE PELLATON
- *Président d'Inter Rhône*

DOMINIQUE SANTONI
- *Présidente de l'Office de tourisme Pays d'Apt Luberon*

BRICE VERGEZ
- *Président de l'UP MEDEF*

VAUCLUSE • PROVENCE ATTRACTIVITÉ

AGENCE DU DÉVELOPPEMENT, DU TOURISME ET DES TERRITOIRES

DIRECTION GÉNÉRALE

Pierre GONZALVEZ
Président

Cathy FERMANIAN
Directrice générale

Marie-Pierre JULIEN
Assistante de direction

PÔLE PROSPECTION & FILIÈRES

Julie LITAS
Manager
Chef de projet agroalimentaire et naturalité

Alain GÉVODANT
Chef de projet Tourisme

Loïc ÉTIENNE
Chef de projet Digital et Economie créative

Stéphanie HOLMIÈRE
Chef de projet Immobilier d'entreprise et Logistique

Antoine HUERTAS
Chef de projet Industrie

Cécile DEMAILLY
Assistante

PÔLE COMMUNICATION

Florence DE MEYER
Directrice de la communication

Pôle Web & E-marketing

Hélène ABRY
Manager

Michel CHOUROT
Webmaster développeur

Anaïs CLAIR
Responsable Création graphique

Benjamin FONTAINE
Informaticien
Animateur APIDAE

Sacha TURELLI
Assistant web-marketing

Thierry GIANINI
Agent d'accueil

PÔLE INGÉNIERIE & TERRITOIRE

Emilie ANDRÉ
Chargée de mission Ingénierie

Alain GÉVODANT
Manager

Emmanuelle DRUILLET
Resp. du Réseau des Offices de Tourisme

Emilie PAPIN
Chargée de l'Observatoire

Elodie PELLET
Chargée de mission Vélo tourisme et VTT

Julie BELLON
Chargée de mission Ingénierie

Nicole BLAYRAC
Chargée de mission Qualité et Tourisme culturel

PÔLE ADMINISTRATIF & COMPTABILITÉ

Cécile DEMAILLY
Assistante administrative et Comptable

Corinne GASCONS
Responsable administrative et financière

Bénédicte MOLLAND
Assistante bureautique

Pôle Promotion & Presse

Valérie GILLET
Manager

Carole CLAUDEPIERRE
Responsable éditorial

Nadine TARDIEU
Assistante technique

Stéphanie MAISONNAVE
Community Manager

Alain HOCQUEL
Chargé de mission Médiathèque

Magali RIPERT
Chargée de mission Presse et Voyagistes

Teresa STORM
Chargée de mission Presse et Voyagistes

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