

# Sauver la filière tourisme : Le Conseil départemental de vaucluse s'engage

Une grande campagne publicitaire à l'échelle nationale !

Publié le 18 mai 2020

Les professionnels du tourisme accueillent chaque année en Vaucluse quatre millions de visiteurs, pour un chiffre d'affaires de 1,3 milliard d'euros. C'est dire l'importance dans l'économie locale de cette filière touchée de plein fouet par la crise sanitaire COVID-19.

La relance de l'activité touristique dans le département est donc un enjeu majeur. Surtout à l'aube de la saison estivale (qui concentre habituellement 46% des 22 millions de nuitées annuelles), dont on sait qu'elle se déroulera dans des conditions inédites et avec une clientèle française qui dépassera les 90%, contre 53% en temps ordinaire.

Le Conseil départemental de Vaucluse, en particulier à travers son agence de promotion touristique, Vaucluse Provence Attractivité, travaille depuis le début de la crise à un ambitieux plan de soutien à ce secteur stratégique, à travers plusieurs initiatives destinées à promouvoir fortement la « destination Vaucluse » pour relancer la demande et soutenir ainsi les professionnels.

## Une grande campagne publicitaire à l'échelle nationale

L'agence départementale Vaucluse Provence Attractivité s'est associée au Comité Régional du Tourisme pour concevoir, dans le cadre d'une stratégie commune et d'une mutualisation des budgets disponibles, une campagne publicitaire de grande ampleur.

Elle vise à attirer dans les différents territoires de la Région Sud la clientèle française, afin de compenser la baisse inévitable des clientèles internationales.

La concurrence entre régions françaises sera rude et le Sud a un coup d'avance en étant prêt à lancer dès la fin mai (sous réserve des annonces gouvernementales) cette opération, qui constitue la plus grande campagne de promotion de la destination Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur jamais organisée à l'échelle nationale.

Ce concept a été imaginé par l'agence Sunmade, basée dans la région, et constitue un label qui se déclinera en plusieurs slogans départementaux, montrant la très grande diversité de destinations, d'ambiances et d'expériences qu'offrent les différents territoires de la région Sud.

Cette campagne s'adressera à la fois à une cible nationale et à une cible de proximité pour séduire nos voisins de Rhône-Alpes et d'Occitanie ou même encourager le tourisme inter-régional : un Marseillais peut être séduit par le tourisme patrimonial en Vaucluse, un Alpin par un circuit oeno-touristique dans la vallée du Rhône et un Niçois par les paysages du Luberon.

La campagne fédère un budget de près de deux millions d'euros d'achat d'espace publicitaire. Chaque partenaire territorial a apporté un budget compris entre 20 000 et 200 000 €.

Ces contributions ont été doublées dans le principe du 1+1 par la Région, et abondées en plus par le budget

du Comité Régional du Tourisme.

C'est un budget record pour une communication en France sur notre destination.

La campagne se traduira par près de 3000 spots TV diffusés sur la plupart des chaînes nationales (spot comportant plusieurs vues du Vaucluse), quelque 1500 affiches en milieu urbain, 1200 dans les TER en région, des dizaines de publicités sur nos médias régionaux (presse quotidienne régionale, médias digitaux, radio...) 70% du budget sera activé sur le mois de juin, puis 30% fin août pour stimuler aussi l'arrière-saison.

Toutes les publicités renverront vers le site de campagne [www.onatousbesoindusud.fr](http://www.onatousbesoindusud.fr) créé pour l'occasion et actif dès la fin mai. Un « social wall » mettra en avant, sur les réseaux sociaux, l'offre touristique disponible.

## « On a tous besoin du Sud », une campagne partenariale

### Une campagne élaborée par le Comité Régional du Tourisme et dix partenaires régionaux

- › La Région Sud,
- › Les agences de développement du Vaucluse, des Alpes de Haute-Provence, des Hautes-Alpes, Var Tourisme,
- › Le CRT Côte d'Azur,
- › Le Département du Var,
- › Les Offices de tourisme d'Antibes-Juan-les-Pins et des Métropoles de Nice et Toulon,
- › Provence Côte d'Azur Events (spécialisé dans le tourisme d'affaires et de congrès).

Ensemble, ils ont bâti une stratégie commune, imaginé un dispositif d'envergure et ont rassemblé leurs budgets pour être plus lisibles et mieux séduire.

La campagne est appuyée par Atout France, par les fédérations régionales de l'UMIH (hôtellerie), FRHPA (campings), du réseau Gîtes de France, et des groupes privés comme Havas, Expédia ou Webedia.

## « On a tous besoin de couleurs » le slogan dédié au Vaucluse

- › Une formule qui met en valeur la lumière particulière et les beautés variées des paysages vauclusiens, qu'ils soient naturels ou urbains.
- › Trois ambiances différentes ont été retenues, correspondant aux trois grandes « marques touristiques » défendues prioritairement par l'agence départementale Vaucluse Provence Attractivité : le tourisme patrimonial à travers Avignon, son pont et le Palais des papes ; le Luberon à travers les Ogres de Roussillon ; le Ventoux conjugué à la convivialité du tourisme oeno-touristique.

Les visuels vauclusiens de la campagne seront plus particulièrement affichés sur les réseaux des villes de Lyon, Montpellier, Grenoble et Annecy, villes retenues comme des cibles prioritaires pour attirer une clientèle

française de proximité.

Une part de l'affichage se fera également au sein de la région Sud elle-même.

## Les ambassadeurs

Dans les prochains jours, en lien avec les offices de tourisme du Vaucluse, une cinquantaine de professionnels du tourisme en Vaucluse (gérants de camping, hôteliers, restaurateurs, loueurs...) vont devenir « ambassadeurs » de cette campagne et de leur territoire via de courts films destinés aux réseaux sociaux.

**[Le Département de Vaucluse consacre un million d'euros au dispositif «Chéquiers vacances»](https://www.vaucluse.fr/actualites-109/des-chequiers-vacances-de-500EUR-pour-la-seconde-ligne-3013.html?cHash=8c9c028fb2e97d207939bed4ca4c5c83)**  
**[cHash=8c9c028fb2e97d207939bed4ca4c5c83](https://www.vaucluse.fr/actualites-109/des-chequiers-vacances-de-500EUR-pour-la-seconde-ligne-3013.html?cHash=8c9c028fb2e97d207939bed4ca4c5c83)**

## Vaucluse Provence Attractivité

Issue de la fusion de Vaucluse Développement et Vaucluse Tourisme, Vaucluse Provence Attractivité est née en janvier 2017, à l'initiative du Conseil départemental, d'une volonté ancrée et partagée de créer un outil de développement, de proximité et de promotion dans toutes ses dimensions.

**[En savoir plus](#)** 



**DÉPARTEMENT DE VAUCLUSE**

Rue Viala - CS 60516  
84909 Avignon Cedex 09