

## PLAN D' ACTIONS 2017



NAUCLUSE • PROVENCE  
ATTRACTIVITÉ

---

AGENCE DU DÉVELOPPEMENT,  
DU TOURISME ET DES TERRITOIRES

Vaucluse Provence Attractivité, issue de la fusion de Vaucluse Développement et Vaucluse Tourisme, 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. La nouvelle Agence aura pour mission de renforcer l'attractivité du département et des territoires de Vaucluse afin d'attirer à la fois des touristes, des talents, des capitaux et contribuer ainsi à la création d'emplois.

Ses activités et missions seront articulées autour de quatre pôles principaux : Ingénierie et Territoire, Prospection et Filières, Communication et Promotion ainsi que le pôle Web et Emarketing.

L'Agence intensifiera ses actions dans plusieurs directions :

- **La filière du tourisme**, dont les enjeux sont stratégiques pour notre territoire, sera ainsi un secteur nouvellement prospecté aux côtés des autres pôles d'excellence du département. Nouvelles formes d'hébergements, activités de loisirs, professionnels du cycle... seront de nouvelles pistes à exploiter. Un travail sera également entrepris sur le tourisme d'affaires, en lien avec les acteurs concernés, afin de promouvoir notre destination auprès d'investisseurs en recherche de lieux pour l'organisation d'évènements professionnels.

- Deuxième département de la Région pour l'accueil de clientèles touristiques étrangères, le Vaucluse bénéficie d'une notoriété qu'il s'agira de renforcer ; l'Agence **poursuivra ses actions de promotion à l'international**, que ce soit en Europe (Allemagne, Belgique, Pays Bas, Grande Bretagne...) ou sur des marchés plus lointains tels que l'Asie ou l'Amérique du Nord.

- Les actions de Vaucluse Provence Attractivité s'inscriront dans **un large esprit partenarial** pour une plus grande lisibilité de celles-ci et une recherche de mutualisation des coûts. Organismes régionaux, pôles de compétitivité, plates-formes techniques, fédérations professionnelles, Offices de Tourisme et autres organismes seront partenaires aux côtés de l'Agence Vaucluse Provence Attractivité dans la conduite de ses missions.

- Enfin, l'une des missions de la nouvelle agence sera de mener à bien une **stratégie globale de marketing territorial** en lien avec les différents échelons régionaux et intercommunaux, visant à favoriser le rayonnement de la destination Vaucluse Provence.

Tout naturellement, les activités de Vaucluse Provence Attractivité s'attacheront également à capitaliser les actions précédemment conduites : classement et labellisation de logements touristiques, observation de la fréquentation, participation à des salons professionnels, développement d'un système d'Information Touristique partagé ou encore renforcement de la visibilité de ses sites internet et donc de notre destination Vaucluse Provence ... tout autant de missions qui seront poursuivies dans cette nouvelle organisation.

Par la mise en œuvre de ce plan ambitieux pour l'année 2017, en concertation étroite avec les EPCI de Vaucluse et l'ensemble de ses partenaires, Vaucluse Provence Attractivité se donne pour mission de valoriser les nombreux atouts de nos territoires et contribuer ainsi à impulser de nouveaux développements.

# 1.1 INGÉNIERIE & TERRITOIRE

Dans un contexte de forte concurrence territoriale, tant sur le plan national qu'international, Vaucluse Provence Attractivité aura pour mission de développer et coordonner des actions collectives, dans l'objectif de valoriser et vendre l'offre du territoire et accroître le dynamisme économique et le rayonnement de nos territoires.

Il convient d'apporter aux intercommunalités et aux offices de tourisme des outils d'aide à la décision afin d'éclairer leur stratégie de développement du territoire et aux professionnels hébergeurs une expertise et des conseils pour rendre leur offre plus performante.

## AINSI, LES ENJEUX DU PÔLE INGÉNIERIE ET TERRITOIRE CONSISTENT A :

- Orienter le positionnement Marketing de la destination Vaucluse Provence
- Renforcer la cohérence et la complémentarité des politiques de développement sur le territoire
- Mettre en perspective l'offre touristique et la demande et notamment répondre aux attentes des clientèles en termes de qualité et de diversité de l'offre
- Identifier les spécificités du tourisme vauclusien au regard du Tourisme à l'échelle régionale et nationale

## LE PÔLE INGÉNIERIE ET TERRITOIRE SE STRUCTURE AUTOUR DE 4 MISSIONS

- **CO-CONSTRUIRE – DEVELOPPER** : mettre en œuvre une politique de stratégie d'attractivité territoriale et touristique pour générer de l'image et favoriser le rayonnement de la destination Vaucluse Provence.
- **ACCOMPAGNER – STRUCTURER** : accompagner les Offices de Tourisme et les Intercommunalités dans leur stratégie de développement du territoire par une mise à disposition de données et des apports en expertises.
- **CONSEILLER – QUALIFIER** : conseils aux professionnels hébergeurs par une veille informative sur les évolutions législatives, technologiques, comportementales, et accompagnement pour intégrer des démarches de qualification
- **ANALYSER – PARTAGER** : production de données, d'analyses et de cartographies permettant de suivre l'évolution de l'activité touristique à travers des éléments structurels et conjoncturels, et diffusion et mise à disposition de ces informations auprès des acteurs et des territoires

Grâce à un partenariat développé avec Orange et Tourisme & Territoires, l'Agence Vaucluse Provence Attractivité mettra à disposition de nouvelles données de fréquentation touristique sur la base de nouveaux indicateurs liés à la mobilité des clientèles avec des données anonymes issues du réseau Orange. Une segmentation des populations en fonction du nombre de nuits passées sur un territoire permet en effet d'identifier différentes catégories de population : les résidents, les touristes, les excursionnistes. Cette technique innovante apportera un nouvel éclairage sur la fréquentation touristique, permettra d'affiner les statistiques déjà existantes et les complètera par des données plus régulières.

## 1.1 INGÉNIERIE & TERRITOIRE – PLAN D’ACTIONS

1.1. Ingénierie & Territoire	
Clévacances	10 000 €
Observatoire	83 300 €
Classement meublés	1 000 €
Relations avec les Offices de Tourisme	20 000 €
Animation avec les EPCI /marketing territorial	70 000 €
Centre de ressources	31 500 €
<b>Sous-total</b>	<b>215 800 €</b>

## 1.2 PROSPECTION & FILIÈRES – AGROALIMENTAIRE & COSMÉTIQUE

Les industries agricoles et alimentaires représentent l'un des principaux moteurs économiques du département et la première filière industrielle en terme de chiffre d'affaire et d'effectif salarié. Avec la présence des acteurs régionaux de la filière (pôle de compétitivité TERRALIA, FRIAA, IFRIA, CTCPA, CRIT, INRA, Université Agro sciences...), source d'innovation, de transfert technologique et de compétitivité, le Vaucluse dispose d'un atout majeur pour attirer de nouvelles entreprises à la recherche d'un écosystème dynamique.

L'action de promotion/prospection de l'Agence s'attache à encourager et détecter des opportunités d'investissement, avec une action renforcée en direction de projets s'inscrivant dans les domaines d'excellence du territoire.

### INGRÉDIENTS NATURELS, EXTRAITS VÉGÉTAUX, ARÔMES ET NUTRACEUTIQUE

Important bassin de production de fruits et légumes réputé pour ses PPAM (Plantes à Parfums Aromatiques et Médicinales), le territoire dispose d'un **savoir-faire reconnu pour la production d'ingrédients naturels, d'extraits végétaux** destinés aux aliments transformés ainsi qu'aux boissons (couleur, arômes, texture, énergisants...) et compte aujourd'hui des entreprises de pointe dans le domaine des ingrédients naturels : MC Cormick, Naturex, Bionov-ROBERTET, Apt Union, Atelier du Fruit...

En 2016, le Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur a acté la création d'une **Opérations d'Intérêt Régional (OIR) sur l'axe de la « Naturalité »** visant à faire de la région la référence française sur les produits naturels et l'alimentation de qualité. Les OIR visent à réunir, autour de thématiques et de territoires d'excellence, porteurs de gisements de croissance et d'emploi, les acteurs du développement économique régional.

La **PEEV, Plateforme d'éco-extraction de Valréas**, créée au sein de la Cité du Végétal et inaugurée en septembre 2016 est un nouvel outil technique au service des entreprises et de l'attractivité du territoire. Née à l'initiative de trois pôles de compétitivité, Terralia (fruit et légumes, céréales, vigne), PASS (parfums, arômes, senteurs et saveurs) et Trimatec (technologies propres et innovantes), ainsi que l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse, cette plateforme permet d'extraire des huiles essentielles, des arômes, des molécules, présents dans les végétaux sans utiliser de produits chimiques. Cela répond à une demande forte côté consommateurs et d'un point de vue réglementaire, avec de nombreux débouchés dans les secteurs agroalimentaire, bien-être, cosmétique, santé humaine, ou encore l'alimentation et la santé animale.

En 2017, l'Agence prévoit avec ses partenaires une participation en tant qu'exposant au salon Food Ingrédient Europe (FIE), salon mondial des ingrédients alimentaires et boissons. Ce salon, qui a lieu tous les deux ans en alternance avec Health Ingrédient Europe, se tiendra à Franckfort en Allemagne. En 2015, lors de la précédente édition du salon à Paris, Vaucluse Développement avait été à l'initiative d'un stand collectif avec le pôle de compétitivité TERRALIA, le laboratoire Université d'Avignon-INRA PACA Green ainsi que la PEEV. Cette opération sera renouvelée.

## 1.2 PROSPECTION & FILIÈRES – AGROALIMENTAIRE & COSMÉTIQUE

### AGRICULTURE 4.0, FOOD TECH & ÉQUIPEMENTIERS PLUS TRADITIONNELS

Robots, capteurs connectés, e-commerce alimentaire, services liés à la livraison de repas, solution de traçabilité, personnalisation des aliments...de nombreuses start-up naissent du déploiement des nouvelles technologies dans les secteurs de l'agriculture et de l'agroalimentaire.

Notre territoire dispose d'atouts importants pour susciter l'intérêt de ces investisseurs : zone agricole reconnue, accélérateur Agri Tech et pépinières d'entreprises, pôle de compétitivité TERRALIA, INRA, MINs...

Plusieurs actions prévues en 2017 concernent cette cible d'entreprises : le SIVAL Angers et la convention d'affaires VIBES, Salon des productions végétales, MedFel Perpignan, Salon des Fruits et Légumes, le SITEVI Montpellier Salon des équipements et savoir-faire pour les productions vigne-vin, olive, fruits-légumes, Europack Euromanut CFIA, salon de Process, d'Emballage et de Manutention.

Deuxième investisseur européen en France, l'Italie est, de par sa proximité géographique mais aussi de par l'importance de la filière agroalimentaire, une zone prioritaire de prospection avec déjà de nombreuses filiales d'entreprises italiennes présentes sur notre territoire. Afin de promouvoir les zones d'activité existantes et à venir dédiées à l'agroalimentaire, l'Agence prévoit au 1er semestre, en collaboration avec Business France, une mission en Italie pour aller à la rencontre d'entreprises ayant des projets d'installation en France.

**Une veille mutualisée** avec CITADIS et AGROPARC est poursuivie en 2017 pour identifier des entreprises de ses secteurs à fort potentiel en phase de levée de fonds ou d'incubation.

La transformation agroalimentaire est l'une des cibles prioritaires de l'Agence. Cette dernière sera donc présente à l'occasion de plusieurs salons importants en 2017 : Sandwich & snack show, snacking et à la consommation nomade, Natexpo, produits biologiques, écologiques et des compléments alimentaires.

### COSMÉTIQUE, BIEN-ETRE

La filière cosmétique est l'un des fleurons économiques de la France qui se distingue, avec 25% de parts du marché mondial, par son avancée technologique, son savoir-faire marketing et un capital image important.

Située au cœur de la Provence et d'une importante zone de production de Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales (PPAM), notre territoire compte des PME spécialisées dans la fabrication et le conditionnement d'huiles essentielles, la recherche en formulation cosmétique, le conditionnement à façon, ou encore la production d'arômes et d'ingrédients.

L'action sur la filière cosmétique sera renforcée en 2017 par la présence de l'Agence lors d'événements professionnels et par une collaboration avec COSMED, association fédérant 720 PME françaises de la filière cosmétique. Le travail partenarial avec Authentic Provence visant à promouvoir les entreprises dont les produits sont fabriqués sur le territoire provençal, sera également développé.

## 1.2 PROSPECTION & FILIÈRES – LOGISTIQUE / IMMOBILIER D'ENTREPRISES

### LES ATOUS NATURELS DU VAUCLUSE DANS LA LOGISTIQUE

**Le poids de la logistique en PACA et en Vaucluse** n'est plus à démontrer (250 millions de tonnes qui transitent par an, 110 000 emplois, 12% du PIB brut).

Le positionnement stratégique du Vaucluse au sein de l'Europe lui confère une place de choix dans les décisions d'implantations des entreprises de la logistique.

Ainsi, l'Agence Vaucluse Provence Attractivité oriente en 2017 sa prospection vers l'international **avec une action phare sur le territoire allemand**, celui-ci restant un investisseur fort sur le plan national et très dynamique dans le secteur.

Seront recherchées des activités logistiques à forte valeur ajoutée et positionnées sur des barycentres régionaux ou inter-régionaux, nécessitant des surfaces immobilières de moindre ampleur.

Une action sur mesure avec le **World Class Logistic** à Paris permettra d'approcher en face à face les décisionnaires de projets qualifiés.

La participation de l'Agence à la première édition **du salon de la logistique à Toulouse** constituera une opportunité de prise de contact avec des entreprises du Sud-Ouest de la France susceptibles d'être intéressées par une implantation dans l'Est, facilitatrice d'échanges avec la France et l'Europe.

L'Agence maintiendra également sa présence sur la **Semaine Internationale du Transport et de la Logistique** ainsi qu'au **Salon de l'Immobilier d'entreprises** à Paris, événements incontournables de la filière.

### UNE FILIÈRE QUI ÉVOLUE

Néanmoins, la filière logistique subit de nombreuses mutations qu'il convient d'insérer dans la réflexion de prospection.

La digitalisation de la supply chain apporte son lot de changements. L'intégration grandissante de nouvelles technologies ou technique de gestion amène une transformation des pratiques. RFID, drones, interfaces collaboratives, outils de traçabilité et de contrôle changent les pratiques et la gestion des flux. Ces changements permettent une montée en gamme des entrepôts et des ressources humaines.

Ainsi, afin de prospecter des entreprises qui pensent et produisent ces nouvelles solutions, l'Agence participera en 2017 **au Supply Chain Event à Paris** dont le thème sera la digitalisation de cette filière.

## 1.2 PROSPECTION & FILIÈRES – EFFICACITE ENERGETIQUE & BATIMENT

Le développement **d'énergies renouvelables** reste un thème d'actualité majeur dans une logique d'optimisation de ressources limitées et de consommation raisonnable. Le territoire possède des atouts spécifiques qui le positionnent avantageusement au niveau national : ensoleillement, gisement éolien, biomasse agricole, ambitions politiques, le dynamique pôle de compétitive Capenergies, etc.

La filière **environnement** du Vaucluse se caractérise par l'abondance et la qualité des ressources en eau. Cette ressource exceptionnelle se traduit par une grande diversité d'utilisation et autant de marchés et d'opportunités de développement en Vaucluse.

Le volet **bâtiments durables** est historiquement bien représenté en Vaucluse grâce à la présence d'acteurs internationaux et innovants, ainsi qu'à l'extraction de ressources naturelles abondantes : gypse, silice, granulats, bois, ocres, chanvre, paille de lavande, etc.

La traditionnelle filière du **nucléaire** reste bien sûr prédominante sur le territoire avec la proximité de trois sites nucléaires d'envergure et le développement du projet ITER au Sud Est du Vaucluse.

Ces filières s'inscrivent dans la logique des **opérations d'intérêt régional** (OIR) présentées en 2016 par la région :

- **OIR Energies de demain et écotechnologies** : créer un territoire de référence de l'économie verte et de la transition énergétique.
- OIR **Smart Grids** et **Smart City** : grâce au projet FlexGrid, faire de la région une vitrine du déploiement à grande échelle des réseaux électriques intelligents, en plus de développer la première Smart région d'Europe.

L'année 2017 sera ponctuée par de grands événements nationaux et internationaux.

- **BePOSITIVE** : salon de la performance énergétique et environnementale des bâtiments et des territoires.
- **ITER Business Forum** : événement annuel d'envergure s'adressant aux industriels français, européens et internationaux intéressés par les opportunités proposées par ce projet de plusieurs milliards d'euros. Cet événement aura lieu en mars au Palais des Papes d'Avignon.
- **Waste Meetings** : rendez-vous d'affaires internationaux centré sur les solutions de traitement, de recyclage et de valorisation des déchets.
- **World Efficiency Show & Congress** : rendez-vous international des solutions sobres en ressources et faibles émettrices de carbone.

L'agence participera également à des événements locaux ciblés tels qu'**Energaiä** et **Hydrogaïa**.

## 1.2 PROSPECTION & FILIÈRES – AÉRONAUTIQUE – RISQUES - INDUSTRIE

### AÉRONAUTIQUE

La filière aéronautique locale s'appuie en grande partie sur la présence du **technopôle PEGASE** sur l'aéroport d'Avignon. Avec un taux d'occupation de 98 % fin 2016, ce projet atteste d'un réel besoin. De nouvelles phases d'extension du technopôle sont prévues pour 2017. La prospection et la promotion de cette solution unique sur le territoire doivent être poursuivies afin d'attirer de nouvelles entreprises. Seront ciblées les activités commerciales dédiées aux **nouveaux services aériens** permettant de croiser nouveaux usages et nouveaux marchés.

Ce technopole fait partie d'un réseau nommé **Provence RPAS Network** qui regroupe quatre plateformes d'essais en PACA. Il s'agit du réseau de services et d'accompagnements pour tous les acteurs de la filière drones.

Afin de mettre en exergue les spécificités du Vaucluse et participer à des événements d'envergure, l'Agence collabore au quotidien avec le **pôle SAFE**, premier et unique cluster européen ciblant le thème de la sécurité globale structuré autour de la filière aéronautique.

### SÉCURITÉ ET RISQUES

Le territoire Vauclusien est particulièrement concerné par la sécurité puisqu'il **cumule la quasi-totalité des risques** naturels, industriels, et technologiques.

Le département représente un véritable laboratoire de solutions innovantes de prévention et de gestion des risques grâce aux atouts suivants :

- expertise aérienne proposée par le technopôle PEGASE et le pôle SAFE
- grands sites industriels et nucléaires qui apportent des niveaux de sécurité particulièrement élevés
- l'Université d'Avignon et l'INRA, références internationales dans la surveillance agricole et environnementale

L'Agence participe à plusieurs événements ciblés afin de détecter de nouveaux projets d'implantation :

- **Access Security** : salon de la sécurité globale.
- **Aéro Tech** : convention d'affaires sur la thématique de l'innovation aéronautique.
- **Le Bourget** : participation en relation étroite avec l'ARII afin de mutualiser les forces locales dans la promotion de la région comme territoire d'attractivité.
- **Salon international du drone** organisé à Paris.
- **Unmanned Global Sytem** : rendez-vous européen pour la filière des drones multi-milieus destinés aux secteurs de la défense, de la sécurité et usages civils.

Afin de conserver une prospection active dans le domaine industriel, des rencontres ciblées seront organisées en 2017 lors du **Salon de l'Industrie** à Lyon et le **SEPEM Industries** qui aura lieu à Avignon.

## 1.2 PROSPECTION & FILIÈRES – ÉCONOMIE CRÉATIVE - IT

Le Vaucluse, riche de son patrimoine, terre de culture et de festivals, est connu dans le monde entier pour ses atouts.

Depuis près de cinq ans, un travail de prospective et de complément dans la chaîne de valeur de cette filière qu'est l'économie créative, mêlant à la fois la culture et les nouvelles technologies, a été entrepris.

Ce travail a permis d'axer l'argumentation et la prospection sur des légitimités propres au département Vaucluse :

- **la valorisation du patrimoine** : muséologie, multimédia, E-tourisme
- **le théâtre et le spectacle vivant** : ingénierie de spectacles
- **la création numérique** : jeux-vidéo, cinéma...

Le plan d'action 2017 vise à poursuivre les missions de prospection dans les pays cibles de cette filière, tels que le Canada et la Belgique, deux pays prioritaires. La France est la première opportunité de marché pour les entreprises de l'économie créative. Les entreprises de la province de Québec et notamment Montréal sont intéressées par une implantation en France afin de résoudre leurs difficultés de recrutement au Canada, liées au «turnover». Ces missions permettront également d'approfondir les relations avec certaines entreprises déjà détectées et approchées par l'Agence.

Un ciblage des salons liés à **l'E-tourisme et à l'innovation dans le patrimoine** est aussi privilégié pour compléter ce plan d'action 2017, tel que le salon Sitem et Business to Museum and Tourism, fort d'une recherche et d'un enseignement adaptés avec l'Université d'Avignon notamment.

Enfin, un test sera réalisé sur un nouveau salon dont la 2ème édition se déroulera en 2017 en France, « Viva Technology » avec plus de 500 stands et 5000 start-up annoncées.

## 1.2 PROSPECTION & FILIÈRES – TOURISME

Forte de ses 4 millions de touristes et 20 millions de nuitées annuelles, la filière Tourisme en Vaucluse représente un marché captif et à fort potentiel pour des investisseurs, dans les filières identitaires pour nos territoires et à fort potentiel de développement :

### Hébergements :

- Hôtellerie de chaîne haut-de-gamme et affaires : Grand Avignon et alentours
- Hôtellerie de charme moyenne et haut de gamme et résidences de tourisme dans l'arrière-pays
- Campings : sur tout le territoire

### Oenotourisme :

- Caveaux de dégustation avec prestations touristiques haut-de-gamme (hébergements, restauration, tourisme d'affaires)
- Événementiel d'intérêt international

### Sports de Nature :

- Filière Vélo & VTT : hébergements typés (bike-hôtels), vente-locations VAE, services de conciergerie haut-de-gamme pour séjours itinérants (accompagnement, transport bagages, visites)
- Tourisme familles : activités de loisirs indoors et outdoors, parcs à thème

**Les principaux objectifs 2017** pour la Filière Tourisme, nouvellement travaillée au sein de l'Agence sont :

- Recenser le potentiel foncier (terrains, bâtiments) d'accueil d'activités touristiques et de loisirs en Vaucluse, en lien étroit avec les EPCI mais aussi les agences immobilières spécialisées
- Mener des missions de prospection-salons ciblées en France et à l'étranger (Allemagne), dont certaines en mutualisation avec des EPCI et/ou Provence Promotion
- Accompagner les investisseurs tout au long de leurs parcours (foncier, financier, création d'entreprise, installation)
- Répondre aux projets de développement des professionnels touristiques locaux déjà implantés, en lien avec les acteurs du territoire concernés.

Les missions de prospection dédiées à la Filière Tourisme pour l'année 2017 :

- **International Hôtel Investment Forum (IHIF)** à Berlin, le plus grand rendez-vous mondial dédié à l'investissement hôtelier.
- **Global Lodging Forum** à Paris, le plus important rendez-vous international organisé en France autour du développement de l'industrie hôtelière avec 600 opérateurs, institutions bancaires, investisseurs, promoteurs immobiliers et développeurs
- **Euro Attractions Show** à Berlin, dédié aux parcs d'attraction, loisirs outdoor et indoor
- **Salon Roc d'Azur** à Fréjus, présence sur un stand partagé avec Vélo Loisir Provence dédié à la filière vélo
- **Salon Européen des Equipements et Techniques du Tourisme (SETT)** à Montpellier dédié aux professionnels du camping et de l'hôtellerie de plein air.

## 1.2 PROSPECTION & FILIÈRES – ACTIONS MULTI-FILIERES

Des actions commerciales multi-filières sont également inscrites au plan d'actions 2017.

L'Agence envisage, d'une part, une action de détection de projets en Europe du Nord ou en Russie, en partenariat avec Business France.

D'autre part, en 2017, Vaucluse Provence Attractivité renouvellera son partenariat avec Regional Partner, société spécialisée dans la promotion de territoires et d'implantation d'entreprises.

Ces partenariats permettront de démultiplier les actions de l'Agence et de détecter de nouveaux projets à fort potentiel de développement, dans l'ensemble des secteurs industriels et pôles d'excellence du Vaucluse, dont la filière tourisme.

Pour 2017, une nouvelle approche pour identifier les entreprises intéressées par une implantation dans le Vaucluse sera développée.

Pour ce faire, une action de veille multi filières sera réalisée en collaboration avec **l'entreprise canadienne ROI - Recherche sur les occasions d'investissements**. ROI est une agence de 60 personnes spécialisée depuis 15 ans dans l'identification d'opportunités d'investissements à l'étranger.

Le budget alloué à ce partenariat vise à identifier, sur différents marchés étrangers et différents secteurs d'activités, des projets de développement intéressants pour le département de Vaucluse.

L'action menée par ROI vise la réalisation d'une base de données de plusieurs centaines d'entreprises qui seront ensuite qualifiées individuellement par téléphone par ROI afin d'identifier les porteurs de projets ayant un réel projet de développement sur notre territoire. Cette démarche de fonds ciblée et qualifiée permet donc une filtration fine des projets.

Une fois cette identification réalisée, l'équipe en charge de la prospection au sein de l'Agence prendra le relais et rencontrera en direct ces entreprises. Ces rencontres pourront être réalisées dans le cadre des différents salons auxquels nous participerons (FIE à Francfort, Transport Logistics à Munich, ou le Bourget, par exemple) ainsi qu'au cours de missions de prospection ciblées sur des zones géographiques spécifiques. Ces zones dépendront des projets détectés par ROI au cours de leur prospection et pourraient être l'Allemagne, la Belgique ou le Royaume-Uni, par exemple.

Enfin, le plan d'action 2017 prévoit une ligne budgétaire "Ingénierie projet" pour accompagner les dirigeants d'entreprises dans leur développement et formaliser avec eux leurs projets de plan d'affaires.

# I. Plan d'actions

## 1.2. Prospection et filière

Agroalimentaire / Cosmétique			
Salons professionnels	SIVAL 17, 18, 19 janvier Angers	Prise de rdv	800 €
Salons professionnels	SIRHA 23-24 janvier Lyon	Visite simple	250 €
Salons professionnels	Sandwich & snack show - 16 mars Paris	Visite simple	400 €
Salons professionnels	Cosmoprof Bologne mars 2017	Stand mutualisé	3 500 €
Salons professionnels	MedFel Perpignan 25-27 avril	Visite simple	400 €
Mission de prospection	Mission Italie avec Business France - 1er semestre	Prise de rdv déléguée	3 000 €
Salons professionnels	Natexpo 22-24 octobre Paris	Visite simple	500 €
Salons professionnels	CFIA - Europack - 21-23 novembre Lyon	Visite simple	250 €
Salons professionnels	SITEVI 28 - 30 novembre Montpellier	Visite simple	500 €
Salons professionnels	FIE Franckfort 1 - 3 décembre 2017 - Allemagne	Stand collectif; outils de communication ; prospection	12 000 €
Road Show	Mission ROI		6 000 €
Participation ou organisation d'événements locaux ou régionaux	Actions de promotion ou événements		800 €
Partenariats acteurs filières	Actions communes ou abonnements	TERRALIA COSMED CRITT	2 600 €
Veille spécialisée	Prestation mutualisée avec Citadis et Agroparc		5 000 €
<b>Sous-total agroalimentaire cosmétique</b>			<b>36 000 €</b>

Logistique / Immobilier d'entreprises			
Salons professionnels/ conventions d'affaires	SITL - Paris, 14 au 16 Mars- Paris	Visite simple	500 €
Salon multifilières (à base logistique)	Transport Logistics-9 au 12 Mai- MUNICH	Visite ac prise de RDV/ action mutualisée ac PP	7 000 €
Salon multifilières (à base logistique)	Logistique Avenir 2017- 24 au 26 Octobre- <del>Paris</del>	Visite simple	400 €
Salons professionnels/ conventions d'affaires	Supply Chain Event - Novembre -	Visite simple	500 €
Salons professionnels/ conventions d'affaires	WORLD CLASS LOGISTICS- 12 Décembre - PARIS	Prise de rdv avec prestataire/ mutualisation Provence Promotion	4 000 €
<b>Sous-total Logistique / Immobilier d'entreprises</b>			<b>12 400 €</b>

# I. Plan d'actions

## 1.2. Prospection et filière

Efficacité énergétique & Bâtiment - Environnement				Aéronautique / Risques / Industrie			
Salons professionnels/ conventions d'affaires	Be Positive - Lyon - 8-10 mars	Visite avec prise de RV déléguée	7 000 €	Salons professionnels/ conventions d'affaires	Aero Tech - Lyon - 2 février	RV B2B	1 500 €
Salons professionnels/ conventions d'affaires	ITER Business Forum - Avignon - 28-30 mars	Stand partenaire - Rdv B2B	2 000 €	Salons professionnels/ conventions d'affaires	Salon du Drone - Paris - 18- 20 février	Visite simple	500 €
Salons professionnels/ conventions d'affaires	Salons interrégionaux : - Hydrogaïa - Montpellier - 17-18 mai - Energaïa - Montpellier - date à surveiller - Ecobat - Marseille ou Paris - date à surveiller - Rdv de la rénovation énergétique - Marseille - Date à surveiller	Visite simple	1 000 €	Salons professionnels/ conventions d'affaires	Industrie - Lyon - 4-7 avril	Visite avec prise de RV déléguée	5 000 €
Salons professionnels/ conventions d'affaires	World Efficiency Show & Congress - Paris - 17-19 octobre	Visite simple - RV B2B	500 €	Salons professionnels/ conventions d'affaires	Salons interrégionaux : - AccesSecurity - Marseille - 29-31 mars - SEPEM Industries - Avignon - 25-27 avril	Visite simple - RV B2B	500 €
Salons professionnels/ conventions d'affaires	Batimat - Paris - 6-10 novembre	Visite simple - RV B2B	500 €	Salons professionnels/ conventions d'affaires	France Air Expo - Lyon - 8-10 juin	Visite simple	500 €
Salons professionnels/ conventions d'affaires	Waste Meeting - Lyon - 6-7 décembre	Visite simple - RV B2B	500 €	Salons professionnels/ conventions d'affaires	Le Bourget - Paris, 19-25 juin	Visite avec prise de RV déléguée	10 000 €
Action de veille - ROI	Identification entreprises innovantes, en levées de fonds ou récompensées		6 000 €	Salons professionnels/ conventions d'affaires	Milipol - Paris - 21-24 novembre	Visite simple	500 €
Participation à l'organisation d'évènements départementaux	Ciblage prospects et relais de communication : Aéronautique/Risques/Industrie		3 000 €	Salons professionnels/conventions d'affaires	Unmanned Global System – Toulouse – Date à définir	Visite simple – RV B2B	500 €
<b>Sous-total Efficacité énergétique &amp; Bâtiment - Environnement</b>			<b>20 500 €</b>	<b>Sous-total Aéronautique / Risques / Industrie</b>			<b>19 000 €</b>

## I. Plan d'actions

### 1.2. Prospection et filière

Economie créative - IT			
Salons professionnels/ conventions d'affaires	Salon national Patrimoine Sime SITEM - Paris, 10-12/01 paris	Visite simple	500 €
Salons professionnels/ conventions d'affaires	Viva Technology Automne 2017 (3 jours, 400 exposants) Paris	Visite simple	1 500 €
Salons professionnels/ conventions d'affaires	BtoMT 2017 Business to Museum & Tourism Namur	Visite avec prise de RV déléguée	7 500 €
Missions de prospection internationale	Mission Canada mai 2017 en partenariat avec un consultant	Visite avec prise de RV déléguée	12 000 €
Mission de prospection	Mission Belgique mai 2017, en partenariat avec un consultant	Visite avec prise de RV déléguée	7 000 €
Adhésion PRIMI	Abonnement ou prestation	PRIMI	500 €
<b>Sous-total Economie créative - IT</b>			<b>29 000 €</b>

Tourisme			
Salons professionnels/ conventions d'affaires	International Hôtel Investment Forum Berlin 06- 08/03/2017	2 jours de participation visiteur + network (1)	11 500 €
	Global Lodging Forum Paris 10-11/04/2017	2j exposant (2)	2 000 €
	Euro Attraction Show Berlin - fin septembre 2017	2 jours de participation visiteur + network	6 000 €
	Salon Européen des Equipements Techniques du Tourisme (Camping) Montpellier - début novembre 2017	Visite simple	250 €
	Tour'Invest Forum Paris - 1j mi-novembre 2017	Visite simple	500 €
Salon + prospection	Salon Roc d'Azur à Fréjus 4j en octobre 2017	Stand + prospection	2 000 €
<b>Sous-total Tourisme</b>			<b>22 250 €</b>

## I. Plan d'actions

### 1.2. Prospection et filière

Multi-filières			
Mission "Road Show" Europe du Nord	mission de prospection multifilières - 8/12 rencontres qualifiées	Business France ou autre	<b>11 000 €</b>
Prospection en co-traitance avec cabinets spécialisés	Mission de prospection multifilières	Programme econext	<b>50 000 €</b>
Prospection en co-traitance avec cabinets spécialisés	Mission de prospection multifilières	ROI	<b>15 000 €</b>
Accompagnement projets	Appui en ingénierie de projet		<b>9 550 €</b>
<b>Sous-total Multifilières</b>			<b>85 550 €</b>

## 1.3 PROMOTION / COMMUNICATION TOURISME – ACTIONS GRAND PUBLIC

### LES SALONS

Depuis plusieurs années, notre présence a été considérablement réduite sur ce type de manifestations très coûteuses dont il est difficile de mesurer les retours sur investissement. Les salons programmés en 2017 le sont à la demande de partenaires (Provence à vélo, Offices du tourisme, Conseil Départemental) et financés en grande partie par eux. Vaucluse Provence Attractivité coordonne les partenaires, gère les dossiers et abonde le budget pour certains d'entre eux. La plupart de ces évènements sont des salons dédiés à la filière vélo.

I. Plan d'actions	
1.3. Promotion/Communication Tourisme	
Actions grand public	
Salon Agriculture Paris	2 400 €
Salon SITV Colmar	600 €
Salon Roc d'Azur	1 200 €
Salon Fahrrad Stuttgart	2 200 €
Bike Travel show Constance	400 €
Fiets & Wandel Beurs Utrecht	300 €
Salon des Vacances Bruxelles	4 000 €
<b>Sous-total 4.3 Actions grand public</b>	<b>11 100 €</b>

# 1.3 PROMOTION / COMMUNICATION TOURISME – WEB 2.0 : RÉSEAUX SOCIAUX ET COMMUNICATION VIRALE

Dans un contexte global de surinformation, de développement des technologies de l'information et de la communication, les réseaux sociaux sont des outils incontournables dans la promotion d'une destination. Considéré comme un vrai levier marketing, le web social est donc au cœur de la stratégie de Vaucluse Provence Attractivité et répond principalement à un objectif de développement de notoriété et de constitution d'une communauté qui sera à son tour ambassadrice de la destination. L'importance des cercles proches et des amis dans le processus décisionnel est incontestable.

La présence active de l'Agence sur les médias sociaux contribue pleinement à augmenter le capital sympathie et l'attractivité du Vaucluse auprès d'une cible plus large et plus diversifiée.

Chaque support a ses spécificités, ses cibles, ses différents niveaux de dialogue et d'interaction. C'est une approche de communication qui nécessite de définir une ligne éditoriale et un investissement régulier en ressources pour produire du contenu de qualité (articles, photos et vidéos) qui soit le plus viral possible. Ce contenu est réalisé majoritairement en interne.

Les pages FB de Vaucluse Provence Attractivité comptent un grand nombre de fans "touristes" français et étrangers (B, GB US) très engagés dont le profil type est une femme de 35 à 65 ans. Le compte Instagram créé début 2016 s'adresse à une cible féminine plus jeune (25/54 ans) et s'est enrichi en un an d'une belle communauté de followers/ambassadeurs originaires d'IDF, PACA, USA, Italie, UK. Google + est utilisé dans un objectif de meilleur référencement de notre site portail. Communiquer sur Twitter répond à une volonté tactique de toucher une cible influente et connectée (blogueurs et journalistes internationaux).

I. Plan d'actions	
1.3. Promotion/Communication Tourisme	
WEB 2.0 ( réseaux sociaux & communication virale)	
Pub Facebook + jeux + meet	14 000 €
abon. Agorapulse Schedugram	1 700 €
Blog Provence mag	7 200 €
Action RP Instagramers	1 800 €
Prestation agence social média	20 000 €
<b>Sous-total 4.3</b>	
<b>WEB 2.0 ( réseaux sociaux &amp; communication virale)</b>	<b>44 700 €</b>

## 1.3 PROMOTION / COMMUNICATION TOURISME – INTERMÉDIATION

Vaucluse Provence Attractivité poursuit son travail de positionnement sur certains marchés étrangers où le taux d'intermédiation est élevé et auprès de niches de clientèles pour soutenir les filières prioritaires (vélo, œnotourisme). Si l'Agence informe et garde un contact permanent avec cette cible par le biais d'une assistance technique, d'eneews et d'un site dédié, elle est aussi présente sur des opérations organisées par Atout France, le CRT PACA et dans le cadre du Contrat de Destination Provence.

<b>I. Plan d'actions</b>	
<b>1.3. Promotion/Communication Tourisme</b>	
<b>Intermédiation</b>	
Rendez-vous France Rouen	3 200 €
Mission USA Côte Est/Canada	7 000 €
Workshop filière œnotourisme CRT	1 000 €
Workshop filière activités de plein air CRT	1 000 €
Mission Chine /Singapour	10 000 €
Workshop France Méditerranée	3 000 €
Démarchage	1 500 €
Provence Traveller enews	1 800 €
Eductours	10 000 €
<b>Sous-total 4.3 Intermédiation</b>	<b>38 500 €</b>

## 1.3 PROMOTION / COMMUNICATION TOURISME – TOURISME D’AFFAIRES

En dépit de la conjoncture actuelle, l’industrie de l’événement (congrès, incentives, réunions d’entreprises...) reste pour les territoires un puissant levier de développement permettant une fréquentation hors vacances scolaires. Vaucluse Tourisme Attractivité souhaite se positionner sur ce secteur d’activité et jouer un rôle fédérateur de l’offre départementale. A terme, l’Agence souhaite devenir l’interlocuteur privilégié pour l’organisation d’évènements professionnels en Vaucluse. Un premier travail de recensement de l’offre sera effectué afin que le Vaucluse soit présent dès 2017 sur quelques manifestations dédiées, en France, en partenariat avec Avignon Tourisme (Congrès) et Provence Côte d’Azur Events (PCE).

<b>I. Plan d'actions</b>	
<b>1.3. Promotion/Communication Tourisme</b>	
<b>Tourisme d'affaires</b>	
Adhésion PCE	600 €
Iter Business Forum	5 000 €
Salon Events Meeting Cannes	3 000 €
Salon Réunir Paris	5 000 €
Workshop PCE Paris	2 200 €
Best of Provence Paris	2 000 €
<b>Sous-total 4.3 Tourisme d'affaires</b>	<b>17 800 €</b>

## 1.3 PROMOTION / COMMUNICATION TOURISME – ACTIONS PRESSE & ACCUEILS

L'objectif principal de ces actions est de renforcer l'image du territoire et de valoriser les professionnels au niveau national et international.

La visibilité du Vaucluse est assurée aussi bien auprès des médias traditionnels (print, radio, TV) que des médias online (sites web et blogs). Elle s'organise à travers différentes opérations : présence sur des workshops dédiés, démarchage de rédactions, organisation d'accueils et voyages de presse, envoi régulier d'news, suggestions de reportage, réponses aux demandes d'informations et plus ponctuellement publiprédactionnels...

La production de contenus dédiés fait partie intégrante du travail quotidien de l'Agence qui s'appuie également sur trois antennes presse pour développer sa visibilité en Allemagne, Belgique et Angleterre. Deux de ces antennes font l'objet de cofinancement : antenne allemande (ADT84, 83, 13, CRT 06), antenne britannique (ADT84, ADT30, ADT07, ADT26, Inter Rhône = groupement informel dénommé RCS/Rhône Côté Sud).

<b>I. Plan d'actions</b>	
1.3. Promotion/Communication Tourisme	
Actions Presse & Accueils	
Accueils et voyages	50 000 €
Forum Deptour	1 500 €
salon des blogueurs Voyages	1 500 €
Blog et enews Provençales F et GB	3 500 €
workshop presse Belgique	500 €
RCS antenne GB	5 000 €
Opération Presse RCS Londres	700 €
Antenne Presse Schetter	14 400 €
Tournée médiatique Atout France + Démarchage redactions Munich	4 200 €
Mailing et impression Magazine Presse	1 620 €
Antenne presse Belgique Luxembourg	13 500 €
Cluster Nature action	0 €
Paris Match	2 280 €
Média Tour Italie Milan	2 200 €
Atout France Service Presse	700 €
Escapade en France "Generations"	4 400 €
Tournée médiatique Atout France Madrid	3 200 €
Publiprédactionnel magazines	4 000 €
<b>Sous-total 4.3 Actions Presse &amp; Accueils</b>	<b>113 200 €</b>

## 1.4 WEB ET MARKETING – ANIMATION DÉPARTEMENTALE

### I. Plan d'actions

#### 1.3. Promotion/Communication Tourisme

Divers	
Adhésion Atout France	3 800 €
Cotisation AJP	200 €
Adhésion Cluster Nature	1 300 €
Vocus Data abonnement + hot line	3 800 €
Veille presse PariMédia Cision	3 000 €
Traductions DP et blog oeno gb	4 000 €
Calaméo (jusqu'en avril 2018)	700 €
Divers (clé usb, pochettes...)	3 500 €
Cadeaux presse	2 400 €
<b>Sous-total 4.3 Divers</b>	<b>22 700 €</b>

Médiathèque	
Renouvellement droits images 3 campagnes Laurin	500 €
Renouvellement droits images 3 campagnes mannequins Enjoy	600 €
Renouvellement droits mannequins Hourra	800 €
Renouvellement Camille Moirenc	100 €
Achat visuels influenceurs	5 000 €
Contrat Agelia	5 000 €
<b>Sous-total 4.3 Médiathèque</b>	<b>12 000 €</b>
<b>CONTRAT DESTINATION PROVENCE</b>	<b>32 000 €</b>

## 1.4 WEB ET MARKETING – ANIMATION DÉPARTEMENTALE

### Autour de la base de données touristique partagée et collecte de l'information

Pour répondre à ses missions de structuration et de promotion touristique de la Destination Vaucluse auprès des clientèles françaises et étrangères, Vaucluse Provence Attractivité doit disposer d'une information touristique fiable, actualisée et couvrant des secteurs d'activité transversaux. C'est en collaboration avec les Offices de Tourisme (OT) du département que sont collectées ces informations par le biais d'un Système d'Information Touristique (SIT) partagé.

Jusqu'en 2016, l'ADT Vaucluse Tourisme finançait et animait le réseau des Offices de Tourisme autour du DMS Constellation pour collecter les données touristiques départementales.

Désormais, il a été décidé de rejoindre le réseau inter-régional APIDAE, en lien étroit avec les Offices de Tourisme vauclusiens.

L'année 2017 sera donc marquée par l'accompagnement des Offices de Tourisme à cette migration ainsi que par la structuration de l'animation du réseau APIDAE départemental.

I. Plan d'actions	
1.4. Web et marketing	
Collecte et enrichissement de la donnée dont traductions des fiches en GB, D, NL et ES	En interne 18 000 €
Migration interne vers APIDAE	En interne
Migration externe vers APIDAE dont maintien du SIT Constellation jusque fin 2017	58 000 €
Animation départementale du réseau APIDAE dont abonnement SIT APIDAE dont séminaires et formations auprès des OT	10 000 € 2 000 €
Participation au réseau inter-régional APIDAE	3 000 €
<b>Sous-total 1.4 Animation départementale</b>	<b>91 000 €</b>

## 1.4 WEB ET MARKETING – PUBLICATIONS WEB GRAND PUBLIC BTOC

80% de la clientèle séjournant en Vaucluse est une clientèle individuelle. Afin de capter cette clientèle, plusieurs plateformes web ont été créées et sont maintenues et animées par Vaucluse Provence Attractivité. Ces supports de publication ont 3 objectifs :

- Séduire les clientèles individuelles pour susciter une envie de séjours
- Informer pour permettre aux internautes de préparer leurs séjours
- Proposer la réservation en ligne pour concrétiser la proposition de séjour.

Ils s'adressent à différents publics selon leur origine géographique, leur typologie ou leurs centres d'intérêts.

I. Plan d'actions	
1.4. Web et marketing	
Animation éditoriale des sites en différentes langues et sites dédiés (x10)	En interne
Hébergement des sites	5 100 €
Renouvellements et achats de noms de domaines	2 100 €
Création d'un site portail en version espagnole	En interne
Application Vaucluse Tour	2 000 €
Animation de la réservation en ligne	16 000 €
Autres	2 000 €
<b>Sous-total 1.4 Publication web Grand public BtoC</b>	<b>27 200 €</b>

## 1.4 WEB ET MARKETING – RENFORCEMENT DE LA NOTORIÉTÉ DE LA DESTINATION

Afin de faire connaître le plus largement possible les contenus et publications édités sur les sites Internet de Vaucluse Provence Attractivité, des actions de référencement naturel et payant sont mises en place. Elles permettent d'améliorer la visibilité sur les moteurs de recherche type Google de façon à apparaître dans les premiers résultats des recherches saisies par les internautes sur les destinations et thématiques couvertes par Vaucluse Provence Attractivité.

Le référencement naturel consiste à optimiser techniquement et éditorialement les sites Internet afin de répondre aux contraintes données par les moteurs de recherche (temps de chargement du site, qualité du contenu, qualité des images, des vidéos...).

Le référencement payant est utilisé en complément du référencement naturel pour positionner des annonces ciblées en haut des pages de résultat de recherche. Il s'agit ici essentiellement de promouvoir les hébergements touristiques et l'attractivité économique du département.

En complément de la mise en visibilité sur les moteurs de recherche, les campagnes e-marketing permettent d'augmenter la notoriété des destinations et contenus sur différents supports choisis selon la pertinence de la thématique abordée ou de la composition des cibles internautes ou mobinautes.

Les campagnes peuvent avoir pour objectifs :

- L'amélioration de la notoriété des destinations
- La création de trafic sur les supports de Vaucluse Provence Attractivité
- L'acquisition de nouveaux prospects
- La mise en avant d'une offre touristique ciblée
- La réservation de séjours

Enfin, la mise en place d'un outil d'agrégation et d'analyse des avis clients permettrait de réaliser une veille sur la notoriété de notre destination

I. Plan d'actions	
1.4. Web et marketing	
Campagnes de référencement payant (SEA)	90 000€
Campagnes de référencement naturel (SEO)	14 500 €
Campagne e-marketing	66 500 €
Outil d'agrégation et d'analyse des avis clients	10 000 €
<b>Sous-total 1.4 Renforcement de la notoriété de la destination</b>	<b>181 000 €</b>

## 1.4 WEB ET MARKETING – GESTION DE LA RELATION CLIENTS

Lorsque le prospect entre en relation avec l'Agence par le biais d'une visite sur l'un de nos supports, ou via une campagne e-marketing, il convient de maintenir active cette relation afin de (re)convertir le prospect en client.

L'un des principaux outils de cette GRC est l'emailing.

Un outil complémentaire consiste à monitorer les avis clients générés sur les principales plateformes dédiées (TripAdvisor, Booking, Zoover...) afin d'identifier les performances des hébergements proposés et les actions à conduire, structure par structure, pour améliorer l'expérience client sur le terrain.

I. Plan d'actions	
1.4. Web et marketing	
Abonnement outil de routage email et gestion GRC	5 000 €
Création et envoi de newsletters Dont traductions	En interne 600 €
Enrichissements de la base contacts	10 000 €
<b>Sous-total 1.4 Gestion de la relation clients</b>	<b>15 600 €</b>

## 1.4 WEB ET MARKETING – SUPPORTS PRINT ET VIDÉO

<b>I. Plan d'actions</b>			
1.4. Web et marketing			
Supports print et vidéo			
<b>Supports Print</b>			<b>61 000 €</b>
	Documents filières	13 000 €	
	Documents tourisme (guides activités plein air, cartes...)	48 000 €	
<b>Vidéo</b>			<b>35 000 €</b>
	Présentation de la nouvelle agence	15 000 €	
	Films capsules	20 000 €	
<b>Sous-total</b>			<b>96 000 €</b>