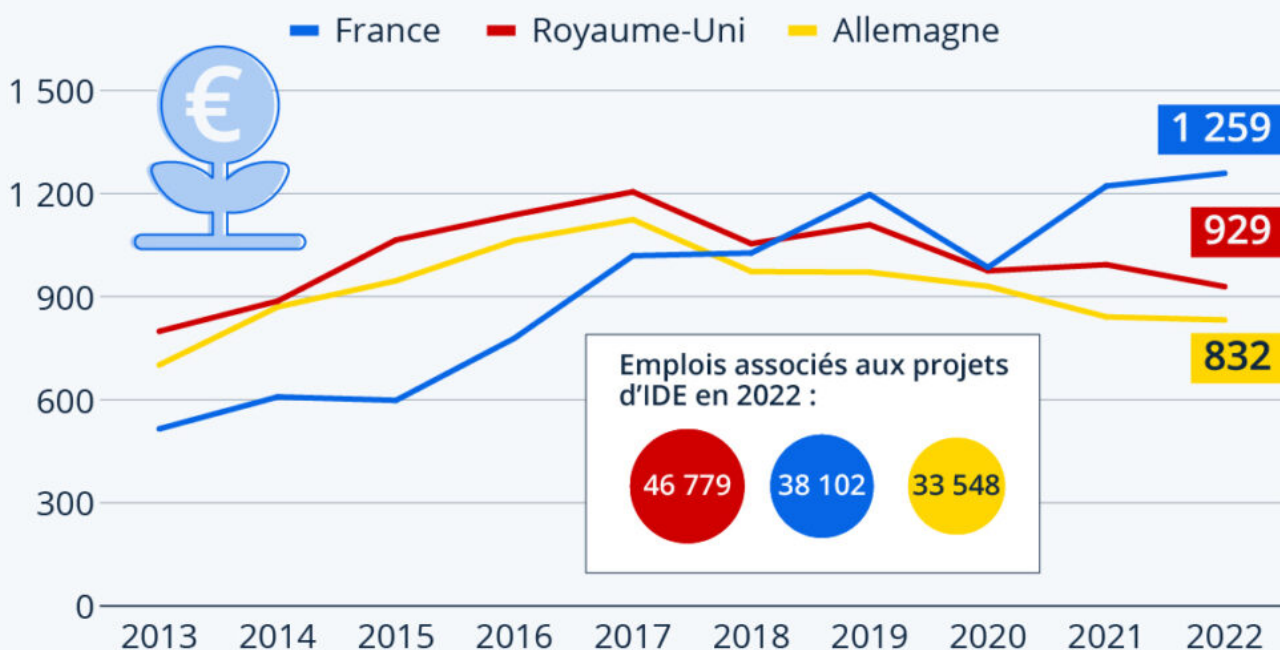


Écrit par le 22 juillet 2024

Investisseurs étrangers : la France conserve son attractivité

La France reste attractive pour les investisseurs étrangers

Nombre de projets d'investissements directs étrangers (IDE) recensés dans les pays d'Europe (2013-2022)



Sélection des trois pays d'Europe qui attirent le plus de projets d'IDE et emplois associés.

Source : Baromètre EY de l'attractivité de l'Europe



statista

Ecrit par le 22 juillet 2024

Comme le révèle le [baromètre annuel de l'attractivité](#) publié par le cabinet d'audit EY, dans un contexte de stagnation des investissements en Europe, la France a conservé son rang de pays le plus attractif du continent pour les investisseurs étrangers.

Tout au long de l'année 2022, les entreprises du monde entier ont annoncé 5 962 projets d'implantation et d'expansion dans 44 pays européens, contre 5 877 en 2021 - soit une hausse de seulement 1 % en glissement annuel, contre une croissance de 5 % en 2021.

La France, le Royaume-Uni et l'Allemagne continuent d'attirer l'essentiel des projets d'investissements directs étrangers (IDE) et conservent les trois premières places en Europe, représentant environ la moitié du total des projets prévus sur le continent. Leurs performances ont toutefois été mitigées en 2022 : le nombre de projets d'IDE a légèrement augmenté de 3 % en France (1 259 projets), mais il a diminué de 6 % au Royaume-Uni (929) et de 1 % en Allemagne (832).

Cependant, comme l'indique notre graphique, le volume plus important de projets annoncés en France génère au total moins d'emplois (38 102 en 2022) qu'au Royaume-Uni (46 779). Le nombre moyen de postes créés par projet d'IDE est de 33 dans l'Hexagone, contre 59 outre-Manche et 58 en Allemagne. Selon le cabinet d'audit EY, cet écart s'explique « en partie à cause de coûts salariaux plus élevés et d'une réglementation du travail plus restrictive ».

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

Provence-Alpes-Côte d'Azur : 2e région où les Français seraient prêts à déménager pour suivre leur entreprise

Ecrit par le 22 juillet 2024



Pour garder leur emploi, 41% des Français seraient prêts à déménager et suivre leur entreprise dans une autre région. C'est ce qui ressort d'une enquête* d'[Aktis-partners.com](https://www.aktis-partners.com), Conseil en immobilier d'entreprise et précurseur du 'bureau opéré', qui, pour cela, a interrogé 2 105 salariés de TPE, PME, ETI et GE, afin de connaître les sacrifices qu'ils étaient prêts à tolérer pour leur travail et dans le cas précis où leur entreprise envisageait une délocalisation.

Ça déménage ?

Plus de 41% des Français seraient prêts à suivre leur entreprise si celle-ci décidait d'ouvrir un bureau satellite dans une autre région ; à la condition que cette nouvelle localisation leur convienne. Une moindre proportion ; soit 38% ; préférerait rester travailler au siège et ne pas risquer l'aventure d'un déménagement. Enfin, 21% ignorent encore quelle pourrait être leur réaction.

Si votre entreprise décidait d'ouvrir une succursale ou un bureau satellite dans une autre région, quelle serait votre réaction ?	
Réponses	Pourcentages
Je voudrais rester au siège	38 %
Je voudrais déménager si cette région me plaît	41 %
Je ne sais pas	21 %

Des salariés peu proactifs

Pour ce qui est de proposer à leur entreprise de se délocaliser, les Français ne sont pas vraiment dans une démarche active car seulement 7% déclarent l'avoir déjà fait. 22% seraient potentiellement prêts à

Ecrit par le 22 juillet 2024

initier ce genre de proposition mais les plus nombreux, soit 28% ne sont pas du tout disposés à le faire et 25% n'en ressentent pas du tout l'envie.

Seriez-vous prêt(e) à proposer à votre entreprise d'ouvrir une succursale ou un bureau satellite dans une autre région ?	
Réponses	Pourcentages
Oui je l'ai déjà fait	7 %
Oui je pourrais le faire	22 %
Non je ne suis pas prêt(e) à le faire	28 %
Non je n'ai pas envie de le faire	25 %
Je ne sais pas	18 %

Classement des motivations pour travailler ailleurs

Parmi toutes les raisons qui peuvent inciter des salariés à déménager dans une autre région pour suivre leur entreprise, c'est l'attrait d'une meilleure qualité de vie qui arrive en tête avec 31% de représentativité. L'augmentation de salaire ou du pouvoir d'achat ne se positionnent qu'à la deuxième place avec 22% de votes, juste devant l'implication personnelle des salariés dans la réflexion de la délocalisation avec 18%.

Si votre entreprise vous obligeait à travailler dans un bureau satellite dans une autre région, quelle serait votre motivation principale pour l'accepter ?	
Réponses	Pourcentages
Une meilleure qualité de vie dans cette région	31 %
Une augmentation de salaire ou de pouvoir d'achat dans cette région	22 %
Une implication personnelle dès le départ dans la réflexion de la délocalisation	18 %
Des avantages supplémentaires : voiture de fonction, couverture sociale, etc.	16 %
Des contreparties intéressantes : tickets restaurant, conciergerie, transports, etc.	5 %
Un accompagnement pour mon déménagement (recherche immobilière, etc.)	3 %
Une meilleure qualité de travail dans cette région : meilleur bureau, outils, etc.	2 %
Autre	2 %
Aucune	1 %

Dans quelles régions les Français pourraient suivre leur entreprise ?

Certaines localisations sont clairement plus aimées que d'autres. En effet, avec 19% de votes c'est la région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée qui prend la première place de ce classement. En deuxième choix, 17% des Français opteraient pour la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Enfin, à la troisième place du podium arrive la région Nouvelle Aquitaine avec 13%.

Ecrit par le 22 juillet 2024

Dans quelle région de France pourriez-vous déménager pour votre travail ?	
Réponses	Pourcentages
Occitanie / Pyrénées-Méditerranée	19 %
Provence-Alpes-Côte d'Azur	17 %
Nouvelle Aquitaine	13 %
Auvergne Rhône-Alpes	12 %
Ile-de-France	9 %
Pays-de-Loire	8 %
Hauts-de-France	6 %
Bretagne	5 %
Centre - Val de Loire	4 %
Grand Est	3 %
Normandie	2 %
Bourgogne Franche-Comté	1 %
Corse	1 %

Coworking ? Bureau satellite ? Télétravail ?

Si leur entreprise venait à déménager, 31% des Français préféreraient alors travailler dans un espace de type coworking et 29% dans une succursale propre. Sans doute plus simple, 26% des salariés seraient d'accord pour travailler à plein temps en home office.

A choisir, en cas de déménagement, vous préféreriez que votre entreprise :	
Réponses	Pourcentages
Loue un espace de travail dans un tiers lieux : coworking, etc.	31 %
Ouvre une succursale	29 %
Vous propose du télétravail à 100%	26 %
Je ne sais pas	13 %
Autre	1 %

Un siège parisien est-il capital ?

A la question « Selon vous, une entreprise doit-elle avoir un siège proche de Paris pour réussir ? », plus de 31% des Français répondent « oui ». 38% estiment qu'une société basée à la capitale n'est pas un gage de réussite mais que cela peut effectivement y contribuer. Enfin 27% pensent qu'une localisation parisienne n'est absolument pas nécessaire pour qu'une entreprise cartonne.

Ecrit par le 22 juillet 2024

Selon vous, une entreprise doit-elle avoir un siège proche de Paris pour réussir ?	
Réponses	Pourcentages
Oui assurément	31 %
Non mais cela peut aider	38 %
Non pas du tout	27 %
Je ne sais pas	4 %

« Recherche d'une meilleure qualité de vie et d'ensoleillement, les français chemineraient-ils vers une belle transformation ?, s'interroge Benoît Perrot, fondateur d'Aktis-Parteners.com. Selon toute vraisemblance, je suis heureux de constater qu'ils restent très attachés à leur entreprise. Laquelle ambitionnera demain d'harmoniser vie professionnelle et art de vivre. Ne serait-ce pas la bonne recette pour limiter le turn over, favoriser la rétention des talents et recréer du lien social au bureau ? J'en suis intimement convaincu. »

**Méthodologie : enquête réalisée auprès de 2 105 personnes salariées de TPE, PME, ETI et GE, réparties sur l'ensemble du territoire français âgées de 18 ans et plus. Sondage effectué en ligne, sur le panel propriétaire BuzzPress France, selon la méthode des quotas, durant la période du 29 mars au 6 avril 2023. Répartitions des répondants par tailles des entreprises : 28% de TPE, 67% de PME, 4% de ETI et 1% de GE. Toutes les informations mises en avant par les personnes interrogées sont déclaratives. Toutes les pondérations s'appuient sur des données administratives et sur les données collectées par l'INSEE.*

Foncier : quel avenir pour le Vaucluse en 2050?

Ecrit par le 22 juillet 2024



Déjà fortement impacté par les contraintes liées aux risques naturels (inondation et incendie) ainsi qu'à la préservation des terres agricoles et des milieux naturels, le Vaucluse doit maintenant faire face aux conséquences mal maîtrisées de la loi Zan (Zéro artificialisation nette). Autrement dit, comment sera-t-il possible de faire vivre un territoire quand il ne sera plus possible d'y faire grand-chose ?

« Le Vaucluse, c'est un département un tiers agricole, un tiers inondable et un tiers inflammable », avait asséné en 2017 le préfet d'alors devant des élus interloqués lors d'une l'assemblée générale des maires de Vaucluse. Pensez donc, l'État venait leur dire qu'ils ne pouvaient quasiment plus rien faire dans leur commune et que leur territoire n'avait plus d'avenir. Le contraste était d'autant plus saisissant que lors de la même AG, l'Aptésienne Brune Poirson, alors secrétaire d'État auprès du ministre de la Transition écologique et solidaire, était venue ensuite marteler que « c'est vous les maires, plus que personne, qui connaissez le Vaucluse. C'est vous, plus que personne, qui savez comment faire face aux situations de ce département. » Depuis, le préfet a été exfiltré sans ménagement 9 mois seulement après sa prise de fonction, mais l'État continue d'envoyer des messages contradictoires : il faut ainsi développer l'un des départements les plus pauvres de France mais il devient de plus en plus difficile d'étendre des zones d'activités. Il faut créer de l'emploi mais l'on ne veut pas accueillir les locaux des entreprises qui les génèrent. Il faut construire du logement social, mais le foncier n'est pas disponible...

[Lire également : "La loi 'zéro artificialisation nette' annonce la fin du rêve français"](#)

Ecrit par le 22 juillet 2024

■ Ombre de la loi Zan et exode urbain

Pour ne rien arranger, avec la loi Zéro artificialisation nette (Zan), l'État veut maintenant interdire, d'ici 2050, toute consommation nouvelle de terre pour construire. Dans ce cadre, les collectivités locales doivent ainsi réduire de 50% le rythme d'artificialisation et de consommation des espaces naturels, agricoles et forestiers d'ici 2030 par rapport à la consommation mesurée entre 2011 et 2020. Objectif : mettre un coup d'arrêt à l'exode urbain, en faisant flamber le prix du foncier tout en imposant un modèle de construction de la ville sur la ville. Le tout en faisant plus de développement économique avec moins de foncier à disposition. Une vision très centralisée qui sur-métropolise la France, tout en pénalisant les petites communes de moins de 2 000 habitants (près des deux tiers des communes de Vaucluse) majoritairement responsables de cette artificialisation. Et tout cela, bien évidemment, sans proposer à ces dernières les solutions d'accompagnement en ingénierie pour les objectifs annoncés.

“Imposer un modèle de construction de la ville sur la ville.”

Autre oubli : la volonté d'un nombre croissant d'habitants qui ne veulent plus vivre dans des grandes villes, souvent durablement endettées, de plus en plus violentes et plus chères (taxes foncières, stationnement, interdiction de circuler...). Une sorte d'exode urbain, vers les communes 'paisibles', que le gouvernement veut donc arrêter à tout prix en fixant la richesse dans les grands pôles métropolitains. Un mouvement que l'engouement pour le télétravail ne devrait pas atténuer, bien au contraire, dans un département qui a fait le choix du développement à marche forcée pour le très haut débit numérique (ndlr : le Vaucluse est le département le plus avancé de la Région Sud dans ce domaine et l'un des plus en pointe au niveau national). Autre conséquence : une raréfaction du foncier qui fait monter les prix de l'immobilier pour des classes moyennes vaclusiennes frappées par un sentiment de déclassement de plus en plus difficile à supporter pour des ménages qui arrivent de moins en moins à se loger. Un tiers des Vaclusiens ne peut ainsi acheter un bien de plus de 90 000€ et la moitié ne peut acquérir un logement dont le prix est supérieur à 140 000€ dans un département où l'Insee prévoit une augmentation de la population de 15 000 personnes d'ici 2050 (2 fois plus que les Alpes-Maritimes) en raison d'un solde migratoire venant compenser un solde naturel qui deviendrait négatif dès la période 2030- 2040.

Ecrit par le 22 juillet 2024

90% DES COMMUNES



Dans le Vaucluse, 90% des communes sont concernées par le risque inondation et 40% des habitants du département résident en zone inondable. Les zones inondables sont majoritairement situées dans des zones où la pression urbaine est la plus forte. Par ailleurs, 40% du territoire départemental est exposé au risque feu de forêt.

■ Consommation foncière effrénée

Il faut dire qu'en matière de consommation du foncier le Vaucluse n'a pas été non plus l'un des meilleurs élèves de la classe. En effet, si la France est le pays européen qui a le plus artificialisé son sol depuis ces dernières décennies par rapport au nombre d'emplois qu'il a créés et par rapport au nombre d'habitants hébergés, la tendance est encore plus marquée en Vaucluse. Entre 1945 et 2010 la population du département a été multipliée par 2 alors que dans le même temps la surface urbanisée a été multipliée par 4. L'espace occupé par un Vauclusien est ainsi passé de 520 m² en 1945 à 900 m² 65 ans plus tard. Principale victime de cette frénésie foncière : les terres agricoles qui ont diminué 3 fois plus rapidement en Vaucluse que la moyenne nationale sur cette période. Plus de la moitié de la consommation de ces espaces s'étant faite au bénéfice de formes urbaines peu denses favorisant l'étalement urbain et le 'mitage' des terres. Rien qu'entre 2001 et 2013, 2 900 ha d'espaces agricoles (90%) et naturels (10%) ont été artificialisés en Vaucluse, soit près de 1,9% de la surface du territoire. Cela correspond quasiment à la superficie de la commune d'Aurel, soit au rythme d'un terrain de football par jour !

“Entre 2001 et 2013, on a artificialisé en Vaucluse au rythme d'un terrain de football par jour.”

Sur les 10 dernières années, 2 280 ha ont à nouveau été consommés dont 23% pour des activités et 70%

Ecrit par le 22 juillet 2024

pour l'habitat. Cela représente 16% de la consommation régionale pour 11% de la population. Cette artificialisation a été plus marquée dans la périphérie avignonnaise faisant de la cité des papes l'aire urbaine la plus étendue après Marseille, mais l'une des moins denses en termes de population de France. Cela a pour conséquence pour Avignon, dont l'étalement se poursuit plus que pour le reste de Provence-Alpes-Côte d'Azur, d'éloigner le coeur de la ville des espaces ruraux. Ainsi, pour Avignon, il fallait déjà en 2009 faire plus de 20 kilomètres depuis la ville centre pour rejoindre ces zones à caractère rural (soit sous le seuil de 68 habitants au km² correspondant à la moyenne d'alors des couronnes périurbaines de la région). Quasiment autant qu'à Lyon (21 km), Saint-Étienne (20 km) mais davantage que Nîmes (18 kilomètres) et Montpellier (16 kilomètres). Une tendance à l'étalement qui, depuis, n'a fait que se renforcer dans un territoire où 82% des déplacements domicile-travail sont réalisés en voiture et où les surfaces économiques et commerciales représentent 22% des surfaces artificialisées contre 14% à l'échelle nationale.

[Lire également : "Assises du foncier économique en Vaucluse, la révolution est en marche mais qui le sait ?"](#)

■ Concilier sobriété foncière et développement économique

Pour les élus, l'équation semble difficile à résoudre en essayant d'imaginer un nouveau modèle d'aménagement et de développement devant concilier sobriété foncière et développement économique. L'ensemble en préservant notre capital agricole, une des premières richesses du Vaucluse via sa biodiversité et sa capacité de souveraineté alimentaire, et naturel, un autre atout du département pour le tourisme notamment, tout en répondant aux besoins des entreprises et en intégrant la transition écologique et d'adaptation climatique.

Energie : partenariat inédit entre VPA et Enedis pour une meilleure attractivité du Vaucluse

Ecrit par le 22 juillet 2024



Vaucluse Provence attractivité (VPA) et Enedis Vaucluse viennent de signer une convention de partenariat dans l'accompagnement aux entreprises et start-up voulant s'installer sur le territoire vaclusien. Un accord qui a eu lieu dans les locaux carpentrassien de Green spot technologies , première entreprise à bénéficier de ce nouveau dispositif visant à renforcer l'attractivité économique du département.

Une première régionale de la part d'Enedis, gestionnaire du réseau public de distribution d'électricité, représenté par [Sébastien Quiminal](#), directeur d'Enedis Vaucluse, qui s'est déroulée dans les locaux de l'entreprise [Green spot technologies \(GST\)](#), [nouvellement implantée à Carpentras](#). Start up d'origine néo-zélandaise fondée par la brésilienne [Ninna Granucci](#), GST est la première entreprise à avoir bénéficié de ce nouvel accord.

Lire également :

["La startup agroalimentaire Green Spot Technologies s'implante à Carpentras"](#)

Un accord qui va plus loin que l'implantation d'une seule start-up

L'apport d'Enedis dans cet accord nouvellement signé est d'accélérer et de faciliter encore plus l'implantation d'entreprise pour faire rayonner le territoire à différents niveaux.

Prévenu en amont par VPA de la volonté d'entreprises de s'implanter en Vaucluse, Enedis s'engage donc

Ecrit par le 22 juillet 2024

à mettre en relation ces sociétés avec un conseiller qui sera l'interlocuteur privilégié entre le gestionnaire du réseau d'électricité et le nouvel arrivant. Le but étant de veiller à une bonne qualité de fourniture en électricité et donc favoriser l'implantation de ces nouvelles entreprises sur le territoire vauclusien.

« Le Vaucluse dispose d'une bonne qualité de fourniture électrique favorable à l'implantation de nouvelle industrie. »

[Sébastien Quiminal](#), directeur d'Enedis Vaucluse

« L'objectif de cet accompagnement est de prendre en compte la capacité et le maillage du réseau électrique local dans l'installation rapide et confortable de l'entreprise sans complication majeure lié au raccordement », explique Sébastien Quiminal qui rappelle également que « le Vaucluse dispose d'une bonne qualité de fourniture électrique favorable à l'implantation de nouvelle industrie. »

La convention de partenariat lie les deux structures, VPA et Enedis, pour les deux prochaines années.

Au cœur de la cible de VPA

« En facilitant l'accès au réseau d'énergie, nous avons permis l'implantation de Green spot technologie, se félicite [Pierre Gonzalvez](#), président de Vaucluse Provence attractivité, co-signataire de cet accord. VPA se donne pour mission de valoriser, accompagner et dynamiser le territoire en prospectant de nouvelles entreprises comme cela a été le cas avec Green spot technologie qui représente le cœur de cible de notre agence car elle est innovante, circulaire dans ses échanges et participe à des relations nationales et internationales. ».

Pour Sébastien Quiminal, le choix de GST est aussi justifié « car en accélérant et en facilitant l'implantation d'entreprises qui ont une volonté de 'décarboner' leur production, nous satisfaisons aux valeurs d'Enedis et ce d'autant plus que GST ambitionne une production 'zéro déchets'. »

« Dans tous les cas, tout ce qui facilite les démarches des entreprises souhaitant s'installer sur notre territoire est une bonne chose pour nous et pour le Vaucluse », poursuit [Cathy Fermanian](#), directrice générale de Vaucluse Provence attractivité.

Une entreprise aux objectifs et valeurs dans l'air du temps

Green spot technologie devient donc une entreprise ambassadrice de cette volonté commune de développement de l'attractivité des territoires des deux partenaires.

GST, dont l'usine est maintenant installée dans la zone du Marché gare, a pour ambition d'embaucher d'ici la fin de l'année une quinzaine d'employés et, à terme, de se développer pour atteindre une centaine d'employés.

Nina Granucci, [récemment distinguée par le Prix de l'Union européenne des femmes innovatrices](#), a fondé cette entreprise à l'issue de sa thèse en Nouvelle-Zélande où elle a développé [un moyen de production de farines fermentées à hautes valeurs ajoutées produites par fermentation de coproduits](#) (ndlr : dit aussi 'fermentation en milieu solide' nécessitant 20 fois moins d'eau qu'une fermentation en

Ecrit par le 22 juillet 2024

milieu liquide) en valorisant les restes alimentaires encore consommables et utilisables provenant des productions agro-alimentaires industrielles (essentiellement aujourd'hui la pomme, la tomate et la drêche de brasserie).



Nina Granucci, créatrice de GST, et Benoît de Sarrau, directeur technique de Green spot technologie ont mis au point un procédé innovant fermentation en milieu solide permettant de valoriser les restes alimentaires provenant des productions agro-alimentaires industrielles. © Alain Hocquel/ VPA

Lire également :

[" Prix de l'Union européenne des femmes innovatrices pour la néo-vaclusienne Ninna Granucci "](#)

« Nous voulons devenir un acteur industriel majeur de la chaîne de valeur agroalimentaire tout en gardant notre ambition zéro déchet et en diminuant les tensions sur les ressources », complète [Benoît de Sarrau](#), directeur technique de GST dont la production à l'échelle industrielle devrait véritablement débuter durant le 1^{er} semestre de cette année.

« Des acteurs locaux pour une portée internationale », c'est l'objectif de la fondatrice de GST dont le siège et la R&D se situent à Toulouse et dont Carpentras sera le 1^{er} site de production. Une implantation en Vaucluse justifiée par l'existence d'un 'gisement' de coproduits liée à la présence d'une forte activité agricole ainsi qu'agro-alimentaire.

Écrit par le 22 juillet 2024

Pour se développer, GST, qui bénéficie déjà d'un budget d'investissement public, lance également une levée de fonds de l'ordre de 6 à 7M€ pour un investissement intermédiaire total d'environ 10M€.

[Maylis Clément](#)

(Vidéo) Cavailon : la Via Ferrata mise en lumière pour faire rayonner la ville



Ecrit par le 22 juillet 2024

La ville de Cavillon et l'office de tourisme Destination Luberon Cœur de Provence se sont associés pour mettre en avant la Via Ferrata dans plusieurs vidéos afin d'augmenter l'attractivité du territoire.

[Cavillon](#) est l'une des seules villes d'Europe à proposer une Via Ferrata directement accessible à pied, en quelques minutes, depuis le centre-ville. L'itinéraire aménagé dans la roche de la colline Saint-Jacques est composé de deux passages, afin que tout public y ait accès. Une première partie familiale nommée 'Via Natura' permet, en deux heures, de découvrir la vie des falaises à partir de terrasses d'observation. Elle est accessible à tous, mêmes aux enfants, mais ces derniers doivent mesurer minimum 1m30. La 'Via Souterrata', quant à elle, est accessible aux personnes mesurant minimum 1m50 et permet de traverser les grottes du Colombier avant de franchir les Beaumes de Combarelles.

Afin de valoriser cet itinéraire sportif qui met en avant l'histoire, le patrimoine, la faune et la flore de Cavillon, la ville s'est alliée à [Destination Luberon Cœur de Provence](#) pour réaliser plusieurs supports vidéo avec notamment des prises de vue aériennes de la Via Ferrata, des randonneurs et des grimpeurs en action. Ces vidéos seront prochainement diffusées sur les sites internet et réseaux sociaux de la ville de Cavillon et de l'office de tourisme. Cette mise en lumière permettrait d'augmenter l'attractivité de la commune, et plus amplement du département de Vaucluse.

V.A.

Les offices de tourisme de l'Isle-sur-la-Sorgue et du Pays d'Apt, nouveaux partenaires de Luberon.fr

Ecrit par le 22 juillet 2024



[Luberon.fr](#), le guide touristique vauclusien lancé en 2013 par l'agence web pertuisienne [UP'nBoost](#), vient d'annoncer deux nouveaux partenariats avec les offices de tourisme du [Pays d'Apt](#) et de l'[Isle-sur-la-Sorgue](#).

Ces deux nouveaux partenaires viennent s'ajouter à l'office de tourisme [Destination Luberon Cœur de Provence](#) qui s'était allié à Luberon.fr l'année dernière. L'objectif de ces rapprochements est de multiplier l'offre touristique et d'étendre le rayonnement du Luberon. Avec l'intégration des offices de tourisme cumulée à l'influence digitale de Luberon.fr, les quatre entités (Luberon.fr, Destination Luberon Cœur de Provence, Pays d'Apt Luberon Tourisme et Isle-sur-la-Sorgue Tourisme) visent les 3 millions de visiteurs sur l'ensemble des sites Internet du réseau et 1 500 000 touristes touchés, et ce, dès cette année.

Un projet déjà bien en place

Avec ce premier partenariat mis en place l'année dernière avec Destination Luberon Cœur de Provence, Luberon.fr a déjà pu constater des résultats. « Nous nous attendions, avec ce partenariat, à atteindre le million de visiteurs en ligne sur notre réseau de diffusion, explique [Gaël Minier](#), responsable éditorial du guide touristique. Un objectif atteint et largement dépassé car nous avons touché 1 134 000 visiteurs. »

Le projet commun de faire briller le territoire a donc déjà fait ses preuves, mais avec l'adhésion des

Ecrit par le 22 juillet 2024

offices de tourisme du Pays d'Apt et de l'Isle-sur-la-Sorgue, tous voient encore plus loin. « Nous désirons tous nous engager dans une démarche mutualisée, efficiente et ouverte afin d'offrir à notre destination touristique une caisse de résonance inégalée sur Internet », ont ajouté [Franck Delahaye](#), [Ludovic Laffitte](#) et [Xavier Feuillant](#), respectivement directeur de l'office de tourisme Destination Luberon Cœur de Provence, directeur de l'office de tourisme du Pays d'Apt et directeur de l'Isle-sur-la Sorgue Tourisme.

Le plan d'actions en route

Afin d'augmenter le rayonnement du Luberon et de stimuler les effets des partenariats au maximum, Luberon.fr a élaboré un plan d'actions opérationnel sur trois ans. Sur sept actions listées, cinq sont déjà engagées depuis l'année dernière : l'intégration des données touristiques des acteurs locaux sur Luberon.fr, la mise en avant des acteurs locaux sur Luberon.fr, la mise en place d'une régie publicitaire commune sur l'ensemble du réseau, la coordination des communications 'Promotion de territoire', et la promotion des billetteries de la destination sur Luberon.fr.

Ainsi, deux actions sont encore à mettre en route : permettre aux acteurs locaux de modifier et faire vivre la partie qui les concerne sur Luberon.fr, et l'harmonisation des tarifs entre les différents acteurs. L'entrée en jeu des offices de tourisme de l'Isle-sur-la-Sorgue et du Pays d'Apt devrait permettre de faire évoluer davantage ce plan d'actions.

Un partenariat qui profite à tous

Si ce rapprochement entre les quatre entités permet à Luberon.fr de proposer une offre plus variée aux touristes, il profite également aux trois offices de tourisme. En effet, chacun peut s'enrichir des idées des autres membres du projet.

Cette coalition leur permet donc de grandir ensemble mais aussi de façon individuelle puisque chaque acteur co-construit sa présence digitale, mutualise ses compétences et ses ressources, augmente sa visibilité et son influence digitale, diversifie ses sources de revenus, développe son nombre d'adhésions en ciblant un territoire plus large.

V.A.

Le Vaucluse mis en lumière dans la prochaine émission La Carte aux trésors sur

Ecrit par le 22 juillet 2024

France 3



Le mercredi 20 juillet à 21h, l'émission La Carte au Trésors, présentée par Cyril Féraud sur la chaîne télévisée France 3, se déroulera en Vaucluse. L'épisode a été tourné l'année dernière en partenariat avec Vaucluse Provence Attractivité, le Conseil départemental de Vaucluse et les offices de tourisme vaclusiens.

Ce jeu d'aventure et de découverte du patrimoine oppose deux candidats qui s'affrontent dans une course d'orientation. Ils doivent résoudre trois énigmes afin de trouver la rose des vents et d'accéder au trésor : l'énigme sans hélico, l'énigme à un seul vol et l'indice bonus.

Et comment démarrer le jeu en Vaucluse sans partir d'un véritable symbole du département : le pont d'Avignon. La zone de jeu va donc débuter au pont Saint-Bénézet et va s'étendre de Vaison-la-Romaine au Nord, jusqu'à Lourmarin au Sud. Bien entendu, d'autres lieux emblématiques du Vaucluse seront explorés et survolés en hélicoptère tels que le Mont Ventoux et le massif du Luberon. Il se pourrait même que certains événements connus de tous les Vaclusiens fassent une petite apparition surprise !

Ecrit par le 22 juillet 2024

Une visibilité considérable

Chaque émission de la Carte aux trésors réunit bon nombre de téléspectateurs. L'émission enregistre des performances croissantes depuis 2018 avec plus de 3 millions de visionnages grâce aux diffusions, replays, et rediffusions. Tout au long du jeu, nous pourrions admirer des vues aériennes du département, des focus culturels et patrimoniaux ainsi que des mini reportages.

Ainsi, la Carte aux trésors se présente comme un atout considérable pour la visibilité du département et pour son attraction. Telle est [l'ambition de Vaucluse Provence Attractivité](#), d'attirer toujours plus de monde en Vaucluse, notamment les Français qui sont en forte demande d'évasion au sein du pays depuis la crise sanitaire.

L'impact environnemental

Conscientes et soucieuses de leur empreinte carbone, notamment à cause des hélicoptères, les équipes de la Carte aux trésors soulignent qu'elles compensent totalement les émissions via des crédits carbone certifiés ainsi que des plantations d'arbres sur le territoire français, et recourent à un mode de vol axé sur la sobriété énergétique et respectueux de l'environnement, en particulier de la faune.

V.A.

Vaucluse Provence Attractivité : comment continuer d'attirer en Vaucluse en 2022 ?

Ecrit par le 22 juillet 2024



L'agence du développement, du tourisme et des territoires Vaucluse Provence Attractivité (VPA) vient d'organiser son assemblée générale ordinaire au parc de l'Arbousière à Châteauneuf-de-Gadagne. L'occasion de dresser le bilan de l'année 2021 et de présenter son plan pour 2022.

L'agence [Vaucluse Provence Attractivité](#), qui a acquis une réelle légitimité auprès du territoire depuis sa naissance en 2017, se démène chaque année pour proposer un plan qui fera rayonner le département aux niveaux national et international. Les membres de l'organisme tiennent à mettre en avant l'esprit coopératif de ce dernier qui émerge d'une étroite collaboration entre le Conseil départemental, les EPCI, les chambres consulaires et des organismes privés et publics. « Nous sommes très attachés à cette proximité », explique [Pierre Gonzalvez](#), président de VPA.

Si ces dernières années ont été placées sous le signe du Covid-19, l'attraction touristique du Vaucluse n'a pas pour autant disparu. Durant la première année de crise sanitaire en 2020, le département a tout de même perçu 93% de la fréquentation touristique de 2019. Ainsi, la pandémie s'est présentée comme un accélérateur pour l'élaboration d'un plan d'attractivité effectif, que ce soit pour le tourisme du Vaucluse, ou bien pour venir s'y installer. L'année 2021 s'est traduite par un plan d'adaptabilité. Avec un budget ressources s'élevant à plus de 3,6 millions d'euros et un budget dépenses d'un même montant, qu'en

Ecrit par le 22 juillet 2024

sera-t-il de l'année 2022 ?

L'attraction par différentes formes de tourisme

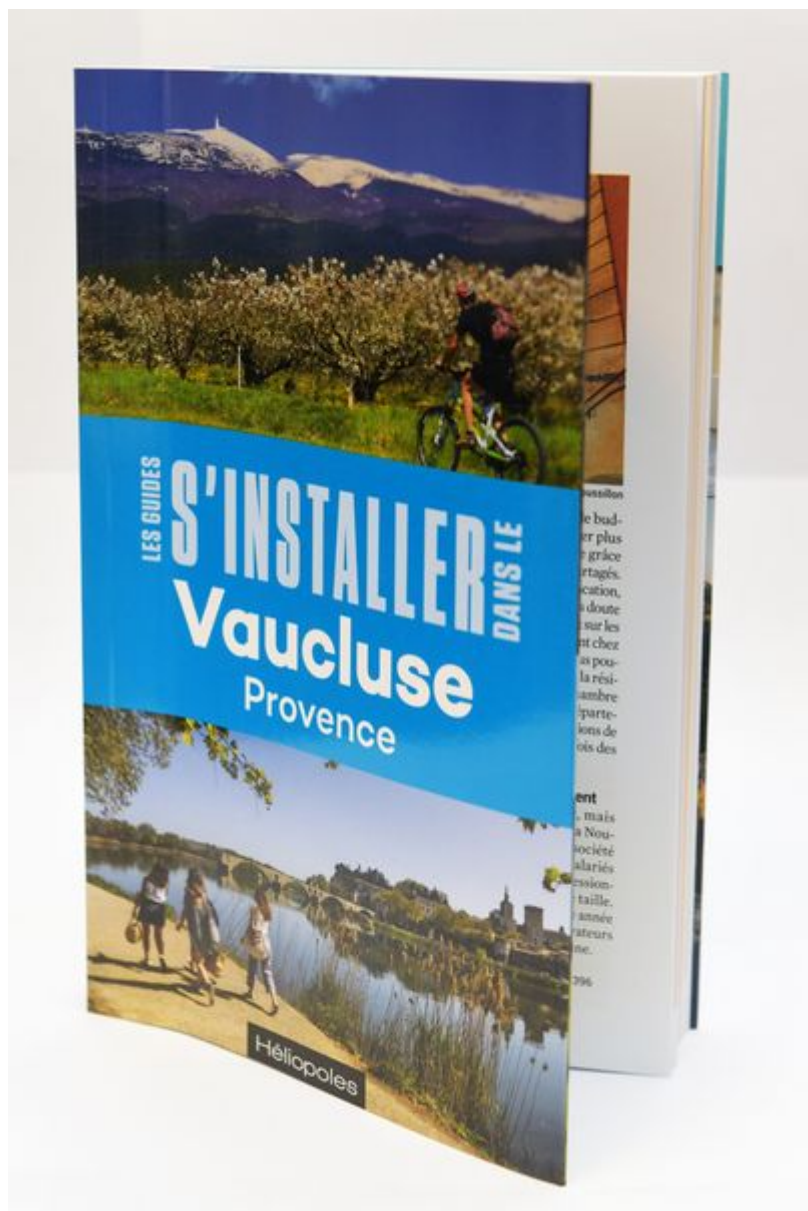
L'année 2021 a marqué un retour quasiment à la normale en terme d'attraction touristique avec 20,6M de nuitées enregistrées, ce qui représente -7% par rapport à 2019 mais +28% par rapport à 2020 avec +11% de touristes venant de la France. Cette augmentation, en comparaison avec la première année du Covid-19, peut se traduire par le renforcement de la filière 'vélo' ainsi que la création de la filière 'rando'. Cette dernière a été mise en place dans le but de renforcer le 'slow' tourisme, « vers un art de vivre slow et éco en Vaucluse », comme le présente [Alain Gévodant](#), chef de projet tourisme de VPA. Le slow tourisme privilégie les déplacements propres, à pied, à vélo ou à cheval, dans une optique de s'imprégner pleinement de la nature mais aussi de la préserver.

En 2022, VPA souhaite renforcer les filières 'vélo' et 'rando' tout en développant d'autres formes de tourisme. Parmi celles mises en avant par l'agence, il y a la relance du 'tourisme & handicap'. Aujourd'hui, 10 lieux ont ce label en Vaucluse, comme le Musée de la lavande à Cabrières-d'Avignon, le pont d'Avignon, l'hôtel First Inn à Apt, [et bien d'autres que vous pouvez retrouver sur le site Provence Guide](#). Le tourisme de savoir-faire va également être mis en lumière cette année. « Nous souhaitons répondre à une demande de connaissance, mais aussi d'authenticité », développe Cathy Fermanian, directrice générale de VPA. Un aspect important de la saison estivale qui arrive va résider dans la gestion des flux, notamment sur les sites à enjeu.

L'installation en Vaucluse

Si attirer les touristes est important pour le rayonnement du Vaucluse, attirer les entrepreneurs et les chefs d'entreprise l'est tout autant. En 2021, 340 projets ont été détectés, dont 97 accompagnés, ce qui a déclenché 67 visites qui ont façonné de nouvelles opportunités d'installation dans le département. Au total, 21 entreprises sont venues s'y implanter dont 4 étrangères. La création d'un guide 'S'installer dans le Vaucluse', pour aider ces chefs d'entreprise, a également marqué l'année passée.

Ecrit par le 22 juillet 2024



Le guide est disponible en librairie et sur toutes les plateformes de vente en ligne.

Cette année, l'idée serait de continuer de fédérer n réseau de chefs d'entreprise, notamment grâce à la [Team Vaucluse](#) qui vient d'être créée par le Conseil départemental. L'objectif de VPA est d'attirer des projets à impact en lien avec les circuits courts, l'économie sociale et solidaire, mais également la transition écologique. « Le Vaucluse a un écosystème très attractif », explique Cathy Fermanian en donnant l'exemple de [la reprise de l'hôtel des Monnaies à Avignon](#) qui vient d'être signée.

Une communication d'envergure

Ecrit par le 22 juillet 2024

Ces deux dernières années, la Région Sud a voulu relancer son tourisme, notamment à travers sa [campagne #OnatousbesoinduSud](#) qui a fait l'objet d'une troisième édition en 2022. Lancée en 2020 pour contrer les effets de la pandémie sur le tourisme, cette campagne, qui, cette année, va durer jusqu'au mois de juin, a pour objectif d'inciter les Français à redécouvrir la richesse des territoires.

« Cette année, nous allons notamment pouvoir faire rayonner le Vaucluse à travers l'émission 'La carte aux trésors' qui a été tournée dans le département en 2021 et qui devrait être diffusée cet été sur France 3 », a développé [Florence de Meyer](#), directrice de la communication de VPA. Ainsi, la campagne poursuit son chemin tout en s'amplifiant afin de créer une envie de Vaucluse.

Des relations indispensables avec les étrangers

L'année 2021 a également été placée sous le signe des accueils de presse pour VPA. L'agence a pu accueillir 75 médias français et européens et a également entrepris à une tournée médiatique en Suisse, à Zurich et Lausanne où elle a pu rencontrer 25 supports de presse. Le Vaucluse a également pu accueillir 5 journalistes belges directement à la cité des papes grâce à la [liaison aérienne entre Anvers et l'aéroport d'Avignon](#) desservie par la compagnie belge Tui Fly depuis juin 2021.

Si le concept du 'tour-opérateur' a été largement promu en 2021 avec l'accueil d'Américains et l'émergence d'une nouvelle clientèle avec des Mexicains, 2022 devrait perpétuer ce concept avec la reprise des grands rendez-vous 'tour-opérateur'. « 2022 sera l'année de l'investissement financier, mais surtout de l'investissement humain », poursuit Cathy Fermanian.

Internet, l'outil clé

Ces dernières années, les 6 sites de VPA ont eu le droit à une refonte complète afin de créer une cohérence entre les uns et les autres. En 2020, l'agence a remarqué une augmentation de 7% de la fréquentation sur ses différents sites. De plus, le Vaucluse développe un réseau wifi touristique. L'objectif, à terme, serait d'implanter des bornes wifi en extérieur et en intérieur sur 172 sites du département.

Cet accès internet permettrait aux touristes d'utiliser l'application 'Explore Vaucluse' qui s'adapte au séjour de l'utilisateur et lui propose des activités en fonction de ses dates de séjour mais aussi de la météo. Ainsi, VPA prévoit de pousser ce nouvel outil auprès des touristes, mais aussi des Vauclusiens à travers diverses campagnes.

Un nouveau partenariat pour favoriser l'attraction

Durant l'assemblée générale ordinaire de Vaucluse Provence Attractivité, l'agence a également signé un nouveau partenariat avec le Comité des banques de Vaucluse de la Fédération française des banques. Une alliance qui est lancée pour les trois prochaines années sous la forme d'une enveloppe financière.

Ce nouveau partenariat a pour objectif de faciliter l'implantation et le développement des entreprises

Écrit par le 22 juillet 2024

dans le département. Les deux entités s'allient pour développer les territoires vauclusiens et ainsi, rendre le département toujours plus attractif.

CCI : L'attractivité du Vaucluse au cœur des projets



Lors de la dernière assemblée générale de la [Chambre de commerce et d'industrie](#) (CCI) à Apt, son président Gilbert Marcelli a dressé un état des lieux de l'économie du département avant

Ecrit par le 22 juillet 2024

de donner la parole à la présidente du Conseil départemental Dominique Santoni qui a fait un point sur l'attractivité du Vaucluse.

Le nouveau président de la CCI Gilbert Marcelli, [élu en novembre dernier](#) avec sa liste '[Entreprendre avec vous](#)' a présenté à la cinquantaine d'élus et chefs d'entreprise présents lors de la dernière assemblée générale les projets communs de la CCI et du Conseil départemental. Pour ce faire, il a compté sur l'intervention de la présidente de ce dernier, Dominique Santoni, pour parler notamment de l'attractivité du Vaucluse.

« Il est essentiel de travailler ensemble pour l'intérêt du département », a rappelé Dominique Santoni. Plusieurs points ont été abordés comme l'investissement dans les grands projets du Vaucluse. Notamment l'amélioration du carrefour de Bonpas, la déviation de la Nationale 7 pour contourner Orange, le prochain [département d'archives vauclusiennes](#), ou encore la future [Maison des personnes handicapées de Vaucluse](#) (MDPH).

Les collectivités vont également faire l'objet d'investissements grâce au plan de relance 'Plus en Avant' qui permettrait entre autres la naissance de nouvelles infrastructures. Le Département aimerait investir 120 millions d'euros pour mener à bien ces différents projets. Une somme qui devrait augmenter petit à petit selon la présidente du Conseil départemental.

L'objectif de ces investissements : rendre le département plus attractif, mais aussi plus commode pour les vauclusiens. « Chacun d'entre nous est une petite partie du puzzle, a annoncé Dominique Santoni. C'est le département qui en profitera. »

Une attractivité pas seulement touristique, mais aussi professionnelle

L'objectif commun de la CCI et du Département réside dans l'attractivité professionnelle. C'est pourquoi la création d'une 'Team Vaucluse' fait l'objet d'une étude afin de développer des écosystèmes pour promouvoir le département en France et à l'international, et ainsi, attirer de nouveaux entrepreneurs.

Plusieurs entreprises françaises et étrangères ont déjà choisi de s'agrandir dans le Vaucluse. C'est le cas de la société montpelliéraine spécialisée dans le biocontrôle [Antofénol](#) ou encore la start-up canadienne [Stimulation déjà vu](#) qui proposent des expériences touristiques olfactives et sensorielles. Toutes deux participent à la création d'emplois dans le Vaucluse.

Seulement, le département rencontre un obstacle. Celui de la difficulté de recrutement. Pour pallier ce problème, le Conseil départemental et la CCI souhaitent travailler conjointement avec l'État, les intercommunalités, les collectivités et les entreprises dans le but de mettre en place des dispositions concrètes et former les demandeurs d'emploi aux métiers qui sont en tension aujourd'hui.