

FICHE EXPERIENCE

Département de l'Aveyron

Région Midi Pyrénées

Une puissante campagne de publicité pour s'installer au paradis

L'achèvement de l'A75 et du plus haut viaduc du monde (Millau), ont définitivement désenclavé le département de l'Aveyron, longtemps cantonné au tourisme vert et confronté à un solde migratoire frisant le rouge. Il est aujourd'hui l'objet d'un flux massif de touristes et de nouveaux arrivants (35 000 sur les 10 dernières années, 8000 emplois créés), les premiers créant une offre croissante d'emplois dans de nombreux secteurs que l'arrivée des seconds ne parvient pas à combler. Le département combine faible densité démographique et faible taux de chômage (6%), et souffre donc d'une pénurie de bras, qui pénalise de nombreuses activités. Partant de ce constat, et dans le cadre d'un projet de développement global « Aveyron 2011 », le territoire aveyronnais a choisi d'investir dans une campagne de communication nationale audacieuse destinée à attirer des touristes mais aussi et surtout d'inciter des particuliers et entreprises à s'installer... au paradis.

Cette puissante campagne de publicité inspirée d'un succès de Michel Polnareff « nous irons tous au paradis » (1972), revisité en « **on ira tous en Aveyron** » devenu l'hymne aveyronnais, présente en effet le territoire comme une terre idéale pour vivre et travailler, mettant en avant 3 axes clefs, tourisme, art de vivre et économie locale. Composée d'une centaine de spots diffusés du 23 décembre 2006 au 7 janvier 2007 sur TF1, LCI, France 2, France 3, et France5 à des heures de grandes écoute, elle a touché 32 millions de personnes qui ont reçu le message 6 fois en moyenne. C'est la première fois en France qu'un département lance une grande campagne de communication sur les principales chaînes de télévision. (Coût 800 000 euros) Elle a surtout généré 48 000 contacts sur le site Internet www.tousenaveyron.com, le dispositif « après vente » mis en place pour accueillir les demandes de renseignements suscités par la pub, que les organismes consulaires mais aussi Aveyron Expansion, le bras économique du conseil général, ont mission de renseigner vite et bien.

Résultats :

Sur la base d'une enquête réalisée avant et après la campagne, l'IFOP a mesuré la **progression de l'attractivité spontanée du département** : l'Aveyron se classe à la 19^{ème} place des départements français les plus connus, alors qu'il était 26^{ème} avant le 23 décembre dernier. Cette campagne a également amené une progression de 14 % du volume d'affaire de la centrale de réservation Aveyron Réservation Tourisme à la fin du mois de janvier.

Le suivi et le partenariat sont des éléments essentiels de cette opération. Pour gérer efficacement les retombées, l'ensemble des acteurs locaux du département (chambres économiques, services de l'Etat, comité départemental du tourisme, agence de développement Aveyron Expansion) s'est mobilisé pour répondre concrètement aux questions et demandes : offres d'emploi, de logement, de formation, de santé, de culture, de sport, de loisirs..

Le suivi s'articule autour de 3 cellules qui se partagent les demandes et le suivi personnalisé des dossiers en fonction de la thématique de l'intéressé : Aveyron Expansion, en charge des demandes « économie et entreprise » a enregistré et formalisé 170 projets d'entreprises dans tous les secteurs d'activités dont 86 sont en cours d'instruction. La cellule « vivre et travailler en Aveyron » a reçu plus de 650 inscriptions émanant de personnes de 37 ans en moyenne, de formation supérieure et qui souhaitent s'installer et/ou trouver un emploi dans le département.

Contact : Vincent Bourgues 05 65 75 80 73 Olivia Bengue 05 65 75 80 72