

« PROVENCE DES LAVANDES »

GRAND PLACE DE BRUXELLES

16, 17, 18 juin 2006



Un Champ de Lavande sur La Grand Place de Bruxelles





SOMMAIRE

Introduction

Le Bilan

1- Fréquentation

2- Les Actions de Communication

2.1 Actions grand Public

- Campagne d’Affichages
- Insertion dans le Thalyscope
- Espace Provence des Lavandes à Maison de la France
- La diffusion des Cartes Postales
- Lots offerts par les partenaires
 - *Partenariat SNCB*
 - *Partenariat Radio Judaïca*
 - *Partenariat site « Femmesd’aujourd’hui.be »*
 - *Partenariat Maison de la France*
 - *Partenariat Association des commerçants de la Grand Place*

2.2 Actions vers la Presse

- La Enews Presse Maison de la France
- Les Invitations pour les représentants de la Presse Française
- Les Billets de train Presse française
- Le Voyage de Presse

2.3 Actions supplémentaires qui ont contribué au succès de l’évènement

3- Les Participants

4- Le Budget prévisionnel

5 - Appréciation

6 - Pour Comprendre : « Provence des Lavandes

- 6.1 Genèse du Projet
- 6.2 Le Concept
- 6.3 La Filière Lavande
- 6.4 Les Objectifs
- 6.5 « Provence des Lavandes »

Annexes



INTRODUCTION

L'Opération « Provence des Lavandes » s'est déroulée les 16, 17, et 18 juin derniers sur la Grand Place de Bruxelles.

Provence des lavandes a porté sur l'organisation de deux manifestations de grande envergure : Du 16 au 18 Juin un champ de lavande sur la Grand Place de Bruxelles et du 22 au 25 juin à la Cité des Sciences et de l'Industrie à Paris, un champ de lavande et une exposition dédiée aux plantes aromatiques et plantes à parfums « L'essence de Provence », d'une durée de 6 mois.

L'évènement à Bruxelles :

Pendant 3 jours la Grand Place était couverte d'un champ de 6 000 pieds de lavande, orné de 8 oliviers centenaires, avec en son centre un espace d'informations touristiques et de nombreuses animations.

Cette manifestation avait pour objectif de promouvoir la filière Lavande, plantes aromatiques, et d'accroître la notoriété des destinations touristiques de l'arrière pays provençal. Ce projet innovant a été une opération partenariale et transversale entre les activités touristiques, agricoles et de transformation, qui valorise à la fois l'économie, les terroirs et les paysages.

Un colloque réservé aux professionnels s'est déroulé, le matin du 16 juin, destiné à sensibiliser les acteurs économiques et politiques européens aux enjeux de la filière.

Sur l'Espace « Tourisme », la diffusion d'informations touristiques des départements et des régions partenaires a permis la promotion de la destination touristique « lavande ».

Sur l'Espace Animation, l'association « les Routes de la Lavande », l'ONIPPAM, l'Université Européenne des Saveurs et Senteurs, l'Occitane et les producteurs locaux ont permis de faire découvrir les bienfaits de cette plante emblématique par la réalisation de divers ateliers pour adultes et pour enfants.

Durant ces 3 jours, un alambic a distillé de la lavande et des producteurs locaux ont réalisé des sachets de lavande fine pour les visiteurs.

Ces opérations ont été menées conjointement par les quatre départements et les deux régions de ce « territoire lavande » : Alpes de Haute Provence, Hautes-Alpes, Vaucluse, et Drôme, Provence Alpes Côte d'Azur et Rhône-Alpes ; sans oublier le concours de partenaires institutionnels dont l'ONIPPAM, la Commune de Bruxelles-Ville, Maison de la France et L'Occitane.

La réalisation des espaces « Tourisme » et du champ de lavande ont été confiés à la Société Verhulst spécialisée dans la mise en place d'un tel évènement.

Les relations presse pour la manifestation à Bruxelles ont été confiées à « Métaphore », agence de presse Bruxelloise.

1000 pieds de lavande ont été remis à l'Hôpital des enfants de Bruxelles et doivent être vendus aux enchères pour améliorer le quotidien des enfants.

L'inauguration s'est déroulée le Vendredi 16 Juin à 12h en présence de Mr Thielemans Bourgmestre de Bruxelles, Madame Joëlle Bourgois, Ambassadeur de France en Belgique, Monsieur Jean Louis Bianco Président du Conseil général des Alpes de Haute-Provence, représentant les 4 départements lavande, Monsieur Castaner, Vice président de la région Provence Alpes Côte D'Azur, Monsieur Jean Marc Coppola, Conseiller Régional, Président du Comité Régional Provence Alpes Côte d'Azur, Monsieur Jean Besson, Vice Président de la région Rhône Alpes en charge des relations internationales, Monsieur Alain Aubanel, Président du Comité Interprofessionnel des Huiles Essentielles Françaises, Monsieur Patrick Goyet, directeur Maison de la France à Bruxelles.



Bilan :

1 – Fréquentation

Durant toute la durée de l'Opération, une météo aux températures provençales a encouragé les Belges et les touristes étrangers à venir découvrir ce champ de lavande sur la Grand Place de Bruxelles.

Quelques chiffres :

Sur l'Espace du Champs de lavande : 100 000 visiteurs sur 3 jours
Sur la Grand Place, en promenade autour du champ de lavande : environ 100 000 personnes sur 3 jours.
Soit un total d'environ 200 000 personnes qui ont soit visité, soit vu, soit participé à des activités.

Cette opération a remporté un franc succès, les visiteurs belges étaient ravis de cette initiative et appréciaient l'odeur de la lavande distillée, la vue du champ de lavande, les organisateurs qui avaient l'accent...

2 – Les Actions de Communication

2.1 Actions Grand Public

- **Campagne d'affichages**

Une campagne d'affichages sur le réseau des Bus, trams, et métros de la ville de Bruxelles a été réalisée 10 jours avant l'Opération.

Impact : 26 occasions de voir

80% de la population de Bruxelles touchée soit 1 048 000 personnes

1/ Campagne TRAM :

Nombre de Supports : 100 trams soit un peu moins d'un ¼ du Parc Roulant

Format : 0,65 m x 3 m

Dates : Du 04/06 au 18/06

2/ Campagne METRO, trams

La STIB offre l'espace pour 150 panneaux arrondis

Nombre de Supports : 150 panneaux arrondis de plafonds

Format : 1,20m x 0,15m

3/ Campagne METRO, trams

La STIB offre l'espace pour 275 000 arrachables

Les Arrachables sont des documents publicitaires installés dans les Tram et dans les espaces du métro que les usagers peuvent emporter avec eux.

Nombre de supports : 275000 exemplaires sur l'ensemble du réseau de la STIB.

Format : 7cm x 14cm

- **Insertion dans le Thalyscope**

Pour les 10 ans du Thalys nous avons bénéficié d'une insertion à prix réduit sur deux demi pages de cette revue

Diffusion exceptionnelle de 200 000 exemplaires.



- **Espace Provence des Lavandes à l'accueil de Maison de la France**

Au sein même de l'Accueil de Maison de la France, avenue de la Toison d'Or à Bruxelles, un espace « Provence des Lavandes » a été installé.

L'Occitane a mis à disposition une cinquantaine de bouquets de lavande, des caisses de bois et quelques emballages de produits cosmétiques à base de lavande.

Des santons de Provence à l'effigie de coupeur de lavande ont été exposés pendant cette même période.

L'idée était à la fois d'informer les visiteurs de cette manifestation et de diffuser les informations touristiques de la destination « Lavande ».

De ce fait, tous les départements partenaires nous ont fait parvenir en direct des brochures en NL et FR. Toutes les Brochures ont été distribuées.

Pendant le Mois de juin, l'accueil de Maison de la France a reçu ma visite de 3330 personnes....

- **La diffusion des Cartes Postales**

Parmi les outils de communication, Provence des Lavandes a fait réaliser 100 000 cartes postales avec le programme des Animations et des cartespostales prêtes à envoyer.

La STIB partenaire de la campagne d'affichage, nous a proposé un partenariat avec le réseau Bizzbox d'une diffusion gratuite de 2000 cartes postales, sur leur réseau, une semaine avant l'Opération.

Les 100 000 des Cartes postales ont été diffusées pendant les 3 jours de l'évènement.

- **Lots offerts par les partenaires.**

- **Partenariat SNCB**

La SNCB nous a permis d'obtenir des tarifs préférentiels pour les billets de la presse Française qui devait se rendre à l'inauguration de la manifestation à Bruxelles. De ce fait, nous leur avons proposé un jeu concours dans le cadre de la manifestation.

Nombre de participants au concours: 3447

Nombre de réponses exactes: 2484

Nombre de clicks sur notre page de concours:

-néerlandais: 5.476

-français: 5.235

Séjour	un séjour de 4 jours/3 nuits en hôtel Logis de France (chambre double avec petit déjeuners), C7 offert par l'hôtel des Pins à Bedoin*** (au pied du Mont Ventoux). (selon disponibilités)	valable du 1er septembre 2006 au 30 avril 2007	Valeur du lot 300 euros.	VAUCLUSE	Cdt Vaucluse	SNCB
PACK	5 Pack Ricard		valeur?	CRT	MDF Bxl	3 pour la SNCB
GUIDES	20 Guides BALADO de la Part du CRT PACA		Valeur 20€ pièce	CRT	MDF Bxl	10 pour la SNCB

- Partenariat Radio Judaïca

Avec l'aide des contacts de l'agence de presse Métaphore nous avons pu faire proposer quelques gains via Radio Judaïca, la radio Juive nationale (www.radiojudaica.be).

Pierre Abou, directeur adjoint du CDT des Lapes de haute Provence a été interviewé le vendredi 16 juin à 08h40 dans l'Emission de Laurent Poznantek.

Séjour	une semaine de location en hébergement Clévacances (3 clés) pour 4 personnes, offert par le Comité Départemental du Tourisme de Vaucluse. (selon disponibilités)	valable du 26 août 2006 au 30 juin 2007	Valeur du lot 550 euros	VAUCLUSE	CDT Vaucluse	RADIO JUDAICA
SACS	5 Sacs à Dos Hautes Alpes			HAUTES ALPES	A voir	RADIO JUDAICA

- Partenariat Femmesd'aujourd'hui.be

Le Site internet « femmesd'aujourd'hui.be » fait référence au magazine du même nom et vient d'être mis en ligne fin mai dernier. A ce jour 4500 membres ont été informés de lots sur la Provence à gagner.

1 semaine en mobil-home pour 4 personnes Camping **** L'HIPPOCAMPE Route Napoléon à Volonne	Validité : du 27/08/2006 au 30/09/2006 Du 1/04/2007 au 30/06/2007 / du 26/08/2007 au 30/09/2007	Contre-valeur : 400 euros	Alpes de Haute Provence	Camping **** L'HIPPOCAMPE Route Napoléon à Volonne Tel : 04.92.33.50.00 Fax : 04.92.33.50.49 l.hippocampe@wanadoo.fr www.l-hippocampe.com
Séjour	une semaine en gîte rural 3 épis pour 4 personnes et 4 voucher pour 4 repas dans un restaurant à proximité		La DROME	CDT Drome

- Partenariat Maison de la France

Plusieurs actions grand public ont été menées par le site internet de Maison de la France Belgique

- Emailing : offert par Maison de la France (d'une valeur de 2500 euros)

Ce partenariat comprenait l'envoi d'une e-ews flash à l'ensemble des adresses mail de Maison de la France afin d'informer les Belges de l'Opération Lavande, cet envoi

Cette lettre a été envoyée à 80 000 adresses (En NL et en FR)

Le but : Télécharger les cartes postales afin que nous puissions faire un tirage au sort aléatoire.

Nous avons eu :1574 téléchargements de carte en français et en néerlandais.

Séjour	- une semaine de location en Gîtes (3 épis) pour 4 personnes, offert par les Gîtes de France du Vaucluse (hors juillet /août et selon disponibilités)	valable du 20 juin 2006 au 31 décembre 2007	Valeur du lot 350 euros (le client peut choisir un hébergement plus cher auquel cas cette somme sera déduite de son séjour)	VAUCLUSE	CDT Vaucluse	Emailing franceguide
	séjour en Gîte de France 2 épis pour 4 personnes en Haute-Provence à Thoard près de Digne les Bains	Validité : du 17 juin au 8 juillet 2007	Contre-valeur : 230 euros	Alpes de Haute Provence	Contact : Centrale de réservation des Gîtes de France Rond Point du 11 Novembre 04000 DIGNE LES BAINSMme Régine DOUAIFIA tel : 04.92.31.47.99www.gites-de-france-04.frinfos@gites-de-france-04.fr	Site franceguide .com
	1 séjour pour deux personnes en pension complète à la Résidence du Château des Gipières à Montbrun les Bains (séjour du samedi au samedi à partir de septembre 2006) et 2 accès semaine à la Remise en forme de l'Etablissement Thermal de Montbrun les Bains.			Les routes de la Lavande	Contacts : La résidence du Château des Gipières Contact: Maria Koolen 04 75 28 87 33 Le restaurant des Gipières contact : M AICARDI Frédéric 04 75 28 88 00 L'établissement thermal de Montbrun les Bains contact : M PRADES 06 62 36 65 25	EMAILING 80 000 adresses MDF

Sur le Site Franceguide.com

Nous avons réalisé un article de présentation sur la page de garde.

(Cf annexe)

- Partenariat association des Commerçants de la Grand Place de Bruxelles

Le partenariat avec l'association des Commerçants de la Grand Place avait pour but de les impliquer dans cet évènement de grande envergure.

Nous avons essayé de leur proposer la réalisation d' un tirage au sort via leurs commerces.

Les visiteurs devaient remplir un bulletin dans leurs commerces et venir le déposer dans les paniers (urne) pour le tirage au sort d'un court séjour en Provence.

Nous avons eu un retour de 180 bulletins dans les paniers.

Les adresses emails recueillies seront rediffusées auprès des partenaires.

§ Le Château la Gabelle offre trois séjours hors mois de juillet, deux nuits plus petit déjeuner.	Les routes de la Lavande	Contact :Margherite BLANC La Gabelle 26570 FERRASSIERE tél. : 04 75 28 80 54www.château-la-gabelle.com
---	--------------------------	--

Une semaine de séjour pour 4 personnes dans une maison de village labellisé CléVacances 3 clés à Moustiers Sainte-Marie situé dans le Parc Naturel Régional du Verdon. Offert par CléVacances Alpes de Haute-Provence et la propriétaire Mme Gisèle BUZZI	Période et Validité : du 25 au 30 juin 2007	Contre-valeur : 360 euros	Alpes de Haute Provence	Contact : Mme Gisèle BUZZY Tel : 04.92.32.53.10 et 06.86.63.57.10
---	---	---------------------------	-------------------------	---

2.2 Actions vers la Presse

- **La Enews presse via Maison de la France**

MOIS	ENVOI	Ouverture	Article	TAUX d'OUVERTURE
MAI	354	155 en NL	- Manifestations en PACA - Evènement Provence des Lavandes	- 1,6% - 36,1%
MAI	387	162 en FR	- Manifestations en PACA - Evènement Provence des Lavandes	- 11,6% - 30,2%

- **Les Invitations pour les représentants de la Presse française basée à Bruxelles**

Avec le soutien de l'ambassade nous avons obtenu le fichier des représentants de la presse française à Bruxelles. Cela nous a permis d'envoyer des invitations à la conférence de presse du 16 juin à 71 contacts.

- **Les Billets de Train : Presse française.**

Nous avons sollicité notre partenaire SNCB pour obtenir des tarifs préférentiels pour la venue des journalistes français lors de l'inauguration de l'Opération à Bruxelles.

Nous avons ainsi pu obtenir 11 billets à 50%

Nous les avons aussi demandé de réserver les billets pour les officiels de la Provence afin qu'ils puissent tous voyager ensemble dans le même wagon.

- **Le Voyage de Presse**

L'Agence Métaphore a été chargée de solliciter les journalistes qui pourraient participer au voyage de presse post Opération Lavande. La sélection a été faite par Le comité de communication de Provence des Lavandes.

Nous avons à nouveau sollicité notre partenaire Transport SNCB pour obtenir des billets au tarif avantageux.

La SNCB nous a offert l'ensemble des billets Aller et Retour de ce voyage de presse soit 6 billets. (5 journalistes et 1 accompagnateur Métaphore)

- **Les retombées de Presse**

L'agence Métaphore est en charge de rassembler toutes les données.

LA revue de presse a été envoyée à tous les partenaires. Vous trouverez en pièce jointe quelques détails sur les parutions. Les CVP n'ont pas été évaluées.



2.3 Actions supplémentaires qui ont contribué au succès de l'évènement :

- **Inauguration et personnalités:**

- Recherche d'un espace pour la réception, plusieurs demandes ont été faites :
Le Roy d'Espagne
La Maison du Cygne
L'Hôtel Amigo
Halles Saint Géry

Suivi et relai auprès du restaurant sélectionné (Le Roy d'Espagne) en amont, pendant, et post Opération.
- Sélection des Invités pour l'inauguration en accord avec l'équipe MDF Belgique.
- Assistance technique dans la réalisation de l'invitation pour l'Inauguration du 16 juin et relai entre L'Ambassade de France à Bruxelles et « Provence des Lavandes ».
- Accueil personnalisé des journalistes Français et des VIP PACA
- Organisation de leurs transferts en bus.
- Recherche et réservation du restaurant pour les VIP PACA et les journalistes le 15 juin au soir.
- Accueil personnalisé en présence de Monsieur Patrick Goyet, Directeur Maison de la France en Belgique : de Monsieur Jean Louis Bianco, "Président du Conseil Général des Alpes de Haute Provence et de Monsieur Castaner, Vice président de la Région Provence Alpes Côte d'Azur.
- Prise en charge exceptionnelle de la confrérie des lavandes pour le transfert et assistance lors du check in
- Démarchage auprès de Résotel pour l'Hébergement des organisateurs et VIP,;
- Obtention de tarifs préférentiels sur des hôtels 3 * et 4 * dans le centre ville de Bruxelles.

- **Actions de communication non abouties**

Démarchage de supports presse écrite belge pour une insertion publicitaire :

- Métro
- Le Soir
- La tribune de Bruxelles
- De Morgen ...
- Agence commerciale pour la presse : Full Page

Etude sur les Télévisions Belges et leurs parts de marché.

Démarchage non abouti, car les coûts étaient trop élevés

Démarchage auprès de Partenaires radios pour diffusion avec échange Marchandise :

- Radio Nostalgie
- Vivacité
- Radio 2
- Réalisation d'une mini étude sur les radios et leurs parts de Marchés

Partenariats non aboutis car les radios n'avaient pas de visibilité sur les outils de communication et in situ.

Recherche d'un réseau de diffusion de cartes postales et proposition de devis sur la réalisation de cet outil. (Boomerang). Choix porté sur Cartcom.



3 - Les Participants



Comité Départemental du Tourisme des Alpes-de-Haute-Provence



Comité départemental de la Drôme



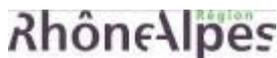
Comité Départemental du Tourisme des Hautes-Alpes



Comité Départemental du Tourisme du Vaucluse



Comité Régional de Tourisme de Provence-Alpes-Côte d'Azur



Comité Régional de Tourisme Rhône Alpes



ONIPPAM - Manosque
Office national interprofessionnel des plantes à parfum, aromatiques et médicinales



Les Routes de la lavande



L'OCCITANE (Manosque)



Le Pays Dignois



Université Européenne des Saveurs et des senteurs

Les Partenaires :



UE



Réseau tram, metro et bus Bruxellois



Maison de la France



4 – Le Budget

Maison de la France Bruxelles a contribué à hauteur de **5 000 euros** HT dans les actions suivantes :

- Dans la réalisation de la campagne de communication via le réseau de trams, bus et metros.
- e-mailing vers le grand public (80 000 adresses de Maison de la France).

Récapitulatif du budget des deux opérations : Provence des Lavandes :

BUDGET PREVISIONNEL – Dépenses

	Initial	Réajusté
Champ de Lavande et Oliviers. Achat et transport (*)	30 000 €	6 500 €
Presse, éditions, communication et publicité	80 000 €	70 000 €
Coordination, logistique et fonctionnement	65 000 €	155 000 €
Animations	40 000 €	25 000 €
Réception	20 000 €	12 500 €
Divers, imprévus	10 000 €	10 000 €
Exposition Cité des Sciences	130 000 €	130 000 €
Colloques	10 000 €	10 000 €
Total	385 000 €	419 000 €

(*) Participation de l'Occitane pour 30.000 € d'achat de lavande non inclus.

BUDGET PREVISIONNEL – Recettes

	Initial	Réajusté
Alpes de Haute-Provence	30 000 €	30 000 €
Drôme	30 000 €	30 000 €
Vaucluse	30 000 €	30 000 €
Hautes-Alpes	10 000 €	30 000 €
Conseil Régional PACA	75 000 €	75 000 €
Conseil Régional Rhône-Alpes	10 000 €	10 000 €
État	30 000 €	30 000 €
GAL PACA lavande Coop	100 000 €	109 000 €
ONIPPAM	30 000 €	30 000 €
PASS	10 000 €	15 000 €
UESS	20 000 €	20 000 €
Partenariats privés*	10 000 €	10 000 €
Total	385 000 €	419 000 €

Participation de l'Occitane pour 30.000 € d'achat de lavande non inclus.



5 - Appréciation.

Cet évènement a remporté un franc succès.
Les 200 000 visiteurs, les nombreuses retombées médiatiques et de la presse écrite nous confirment la place de la Provence dans le cœur des belges.

Le Grand Public

Les visiteurs ont vraiment apprécié la façon dont était aménagée la Grand Place : les couleurs, la perspective, l'odeur de la lavande distillée.

Les visiteurs sont venus à la fois pour les animations mais aussi pour les informations touristiques.

La Plupart des demandes étaient faites par des visiteurs qui avaient déjà réservés leurs Vacances au sein des départements partenaires et qui souhaitaient avoir plus de renseignements sur les manifestations, les sites à visiter, les loisirs que l'on pouvait découvrir.

L'Espace tourisme et Animations

Les Producteurs venus spécialement pour cette opération n'en revenaient pas de voir une 15 /25 minutes de file d'attente pour obtenir un petit sachet de Lavande

Ils ont rempli quelques 5000 sachets de fleurs de lavande sans compter ce qu'ils ont donné en vrac ; Ceci a permis de donner environ 180 kg de fleurs de lavande fine.

Les Contes de Monsieur Pasturel ont permis à plus de 30 personnes par séance d'écouter les Histoires Provençales, soit environ 200 personnes en 3 jours

Les ateliers ont eux aussi permis à de nombreux visiteurs de découvrir l'aquarelle, la réalisation des savons, toutes les séances étaient complètes.

Notre présence sur la Grand Place a permis indirectement la consommation de vins de Provence dans les cafés qui la bordent. En effet, Le Roy d'Espagne nous a confirmé une augmentation de 30% de la consommation des vins de Provence qu'ils possédaient dans leur carte.

Cette opération a su montrer un tout autre aspect de la Provence. La Provence Intérieure.
C'est un aspect de la Provence que les visiteurs connaissent « moins » mais dont ils ont été intéressés et prêts à découvrir.

Chaque partenaire de la destination est reparti sans aucune brochure restante, tout avait distribué. Par exemple, le Comité départemental du Tourisme de la Drôme a diffusé 28 000 brochures en 2jours ½ .

Nous savons que la première destination touristique des Belges pour les longs séjours est la Région Provence Alpes Côte d'Azur: Une opération de communication de cette envergure a permis à la fois de conforter l'image que possède la Provence, de fidéliser les Belges qui viennent passer leur vacances dans la région, mais aussi de permettre à ceux qui ne connaissent pas ces départements de venir prendre les informations et d'optimiser les possibilités de réservation pour leurs prochaines vacances.

Enfin, cette opération a été une réussite grâce à l'ensemble des partenaires qui ont permis une meilleure découverte de la destination et de la filière Lavande..
N'oublions pas la Mairie de Bruxelles qui nous a permis d'être sur une des places les plus connues au monde....



Remarques :

Cette Manifestation s'est bien déroulée, cependant nous pouvons souligner quelques points que nous pourrions améliorer:

- Le partenariat avec les radios locales n'a pas pu aboutir car nous n'avions pas la possibilité de leur permettre d'avoir une visibilité sur nos outils de communication, car notre démarche était bien trop tardive.
- Le partenariat avec les commerçants de la grand Place n'a pas eu un franc succès, chacun souhaitait trouver sa place commercialement et l'échange ne fût pas gratifiant. La prochaine fois, il faudrait donner une offre plus concrète qu'une simple participation au jeu concours.
- La réalisation rapide de cette manifestation, n'a pas permis la réflexion sur une quinzaine gastronomique auprès des restaurants du centre ville ou tout au moins ceux qui ont une carte provençale.
Nous pourrions impliquer d'autres partenaires comme les importateurs de vins de Provence pour qu'ils fournissent des vins dans les bistrotts qui bordent la Grand Place.
- Les visiteurs nous ont fait souvent la remarque qu'ils souhaitaient acheter des bouquets, des tee shirts, des sachets... Si nous en avons la possibilité la prochaine fois, il serait bon de réaliser un petit marché provençal...
- La réalisation d'une opération de communication de cette envergure pourrait être un outil de communication efficace sur ce marché mur.



6 – Pour comprendre « Provence des Lavandes »

6.1 Genèse du projet:

Après le succès remporté par les opérations "Champ de Lavande de Haute-Provence", place des Vosges et au Stade de France à Paris en 2001 et 2004, associant le département des Alpes de Haute-Provence à la Région Provence Alpes Côte d'Azur, il a été envisagé de mettre sur pied en 2006 un événement favorisant la filière lavande dans toutes ses dimensions dans le cadre d'un partenariat élargi.

Ce projet a été évoqué par le Président du Conseil Général des Alpes de Haute-Provence, Jean-Louis BIANCO, Didier GUILLAUME, Président du Conseil Général de la Drôme en présence par Patrick GOYET, Directeur de Maison de la France de Bruxelles en septembre 2005.

Après une rencontre du Président BIANCO et de Monsieur Thielemans, Bourgmestre de Bruxelles, suivi de longues négociations avec les services de la capitale belge, un accord a pu aboutir **en décembre dernier** pour la réalisation d'une manifestation les 16, 17 et 18 juin 2006 sur la Grand Place de Bruxelles.

Dans le cadre du projet Grand Place de Bruxelles cette manifestation a été jumelée avec celle de la Cité des Sciences et de l'Industrie de Paris La Villette, prévue à la même période.

6.2 Le concept :

Il s'agit de réaliser **deux évènements « lavande » à fort impact** en termes de promotion et de relations publiques.

De plus, la proximité entre les deux manifestations - **16-18 juin pour Bruxelles** et **23-25 juin pour la Cité des Sciences et de l'Industrie à Paris** - peut permettre une résonance médiatique accrue :

- L'opération de Bruxelles, cible à la fois les responsables concernés de la Commission Européenne, les médias, les relais d'opinion et le grand public. C'est un événementiel à dominante « relations publiques ».

- Le projet de la Cité des Sciences comprend à la fois un événementiel (RP) et une exposition de 6 mois sur la thématique « des Plantes à Parfums et des plantes médicinales » (avec possibilité de mise en place de temps forts et d'animations).

6.3 La Filière Lavande

Les enjeux de la filière lavande sont très importants en terme d'agriculture, d'industrie spécialisée et de patrimoine paysager. Cette culture représente un identifiant touristique fort pour l'ensemble des départements producteurs, mais connaît aujourd'hui de réels problèmes de viabilité à court et moyen terme. L'industrie des Parfums, Arômes, Senteurs et Saveurs est une des filières les plus dynamiques de PACA, les entreprises qui y participent sont en développement et fortement exportatrices, leur dynamisme ayant été reconnu par l'obtention du pôle de compétitivité PASS.

6.4 Les Objectifs

- Promouvoir nos destinations touristiques de l'arrière pays provençal. auprès des clientèles du Benelux, en valorisant l'image touristique et la très forte notoriété de la lavande ;
- Soutenir la filière agricole et industrielle de la lavande en organisant en parallèle des réunions et séminaires sur les problématiques de la lavande, sa production et sa transformation en montrant leurs rôles dans l'économie régionale ;
- Epauler les entreprises régionales qui travaillent dans le domaine des Senteurs et des Saveurs et notamment le pôle de compétitivité PASS (Parfums Arômes Senteurs Saveurs).

Cette opération cible à la fois les décideurs Européens, les médias, les relais d'opinion et le grand public.

6.5 « Provence des Lavandes »

Des échanges avec les territoires concernés, Maison de la France en Belgique, l'Office National des Plantes à Parfum et Médicinales, la ville de Bruxelles et la Cité des Sciences et de l'Industrie de Paris La Villette, ont conduit à finaliser le projet « Provence des Lavandes ».

« Provence des Lavandes » désigne non seulement deux manifestations réalisées ce printemps 2006 mais aussi une entité géographique qui permet de valoriser les territoires « lavandes » de l'arrière Pays Provençal.

Les partenaires qui définissent « Provence des Lavandes » sont
 Le Département des Alpes de Haute-Provence,
 Le département des Hautes-Alpes,
 Le Département du Vaucluse,
 Le Département de la Drôme,
 les Régions Provence Alpes Cote d'Azur et Rhône-Alpes,

en partenariat avec l'association « les Routes de la Lavande »,
 l'ONIPPAM,
 l'Université Européenne des Saveurs et Senteurs
 des partenaires privés.





Les ANNEXES

Schéma du champ de lavande

Dessin du projet du champ

Déroulé de la journée Inaugurale

Photos

- l'Inauguration
- Des Intronisations
- Les Outils de Communication
- Panneau de Fonds*
- La Campagne des trams*
- Les arrachables*
- Insertion dans le Thalyscope*
- Espace Accueil de Maison de la France
- Les Animations

Liste des Animations

Page de présentation du Lot à gagner sur le site Internet de la SNCB

Page de présentation du E-mailing Maison de la France

Page de présentation de l'article réalisé par Maison de la France.

Exemplaire du Voucher diffusé auprès des gagnants.

Document Presse : Baromètre de diffusion des articles de toute la presse écrite sur l'évènement « Provence des Lavandes ».



Déroulé de la journée Inaugurale du 16 juin 2006

« Provence des Lavandes »

Grand Place de Bruxelles

- De 9h30 à 11h30: Colloque professionnel à l'Hôtel de Ville
- De 10h30 à 11h30 : Conférence de presse à l'Hôtel de Ville
en présence du Bourgmestre de Bruxelles
- De 12h à 13h : Inauguration du champ sur la Grand Place
 - Discours

Voici la répartition des Discours

Freddy Thielemans Bourgmestre de Bruxelles

Jean Louis Bianco, Président du Conseil général des Alpes de Haute-Provence, représentant les 4 départements lavande

Jean Marc Coppola, Conseiller Régional, Président du Comité Régional Provence Alpes Côte d'Azur

Jean Besson, Vice Président de la région Rhône Alpes en charge des relations internationales

Alain Aubanel, Président du Comité Interprofessionnel des Huiles Essentielles Françaises

- Coupe du ruban.
- Visite des espaces tourisme et animations.
- Intronisation de personnalités par la Confrérie de la lavande.(devant l'alambic)

L'intronisation par la Confrérie de la Lavande concernera les personnalités suivantes :

Freddy Thielemans, Bourgmestre de Bruxelles

Joëlle Bourgeois, Ambassadeur de France en Belgique

Patrick Goyet, Directeur de Maison de la France

Bernard Focroulle, Directeur du Théâtre des Monnaies

- De 13h à 15h : Cocktail au Roy d'Espagne sur la Grand Place
Pour l'ensemble des invités
- 13h. :Les personnalités seront conviées à un déjeuner en présence du Bourgmestre à l'Hôtel de Ville

Freddy Thielemans, Bourgmestre de Bruxelles

Joëlle Bourgeois, Ambassadeur de France en Belgique

Jean Besson, Sénateur, Vice-président Conseil régional Rhône-Alpes

Didier GUILLAUME, Président du Conseil général de la Drôme

Jean-Marc COPPOLA, Conseiller régional Président du CRT PACA

Jean-Louis BIANCO, Président du Conseil général des Alpes de Haute-Provence, Député

Auguste TRUPHENE, Président du Conseil général des Hautes-Alpes

Claude HAUT, Sénateur Président du Conseil général de Vaucluse

Patrick Goyet, Directeur de Maison de la France



Les Intronsations



Les Outils de Communication

Panneau de Fonds dans les métros bruxellois.



Campagne d'affichages dans les trams bruxellois.



Espace Accueil de Maison de la France



