



COMMUNIQUÉ DE PRESSE  
15 JUIN 2019

AVIGNON  
TERRES DE CRÉATION

# AVIGNON ON Y VA !

## CAMPAGNE DE PROMOTION DU TERRITOIRE

LANCÉE EN 2016, LA DÉMARCHE DE MARKETING TERRITORIAL FÈDÈRE AUJOURD'HUI PLUS DE 250 PARTENAIRES DU MONDE ÉCONOMIQUE, MOBILISÉS POUR CONTRIBUER À L'ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE DU TERRITOIRE.

FORTE DE CES APPUIS ET D'UNE DYNAMIQUE TERRITORIALE AVERÉE, LA MARQUE AVIGNON TERRES DE CRÉATION LANCE LE 15 JUIN UNE CAMPAGNE D'IMAGE POUR SÉDUIRE SALARIÉS, CHEFS D'ENTREPRISE, ÉTUDIANTS, START UPS ET LES INCITER À VENIR VIVRE ET S'INSTALLER ICI.

### JOUER LA QUALITE DE VIE POUR ENTREPRENDRE ET S'EPANOUIR

Le territoire avignonnais recèle bien d'autres atouts que ceux qui fondent aujourd'hui sa notoriété (le Pont, le Palais des Papes,...). C'est donc l'angle de la qualité de vie du territoire, source d'épanouissement personnel et professionnel, que la campagne AVIGNON Terres de création a choisi de promouvoir. En ciblant toutes celles et ceux qui, habitant dans de grandes métropoles (Paris, Lyon,...) de l'axe Nord Sud, ont envie de changer de lieu de vie pour respirer, prendre du temps, travailler autrement, développer leur business dans un environnement agréable, ressourçant et dynamique. Avignon, c'est la promesse d'une vie sans stress, saine, où les temps de déplacements domicile travail sont courts, où l'immobilier reste accessible, où les somptueux paysages de la Provence et la mer sont à portée de main, où l'art de la gastronomie se déguste au quotidien grâce à une terre généreuse et fertile. Avignon, c'est savoir conjuguer l'utile à l'agréable dans un territoire à taille humaine. Une dizaine de visuels déclinent ainsi les atouts du territoire en prenant le contre-pied de la vie dans une grande métropole et de ses limites.

### UNE CAMPAGNE, UN JEU ET UNE SUITE...

La campagne se déploie du 15 juin au 30 juillet dans de nombreux supports : presse nationale (Elle, Paris Match, Capital...), affichage en gare (Paris Gare de Lyon, Lyon Part Dieu,...), réseaux sociaux et sites web, sans oublier une présence en local sur les bus et la presse pour toucher les festivaliers. Pour renforcer l'impact de la campagne, un grand jeu est proposé, permettant de gagner trois week-ends pour deux personnes, et contribuer à faire découvrir le territoire. De très grande qualité, le programme de ces week-ends a été concocté avec l'appui des partenaires d'AVIGNON Terres de création : le Prieuré, le restaurant Christian Etienne, les jardins de Baracane, le Carré du Palais, le Château de Rochegude, la péniche Althéa, l'Amuse Bouche, l'Opéra et Inspire Yoga. Une seconde vague de promotion est programmée pour l'automne, avec en ligne de mire, en décembre, le prochain SIMI, salon parisien de l'immobilier d'entreprises, où Avignon compte bien valoriser ses atouts et convaincre des prospects de venir s'installer dans un territoire qui avance, s'équipe et s'aménage. Avec en arguments forts, la mise en service du tramway et des lignes à haut niveau de services, la dynamique et les projets d'AVIGNON TECHNOPOLE, d'AVIGNON CONFLUENCES et du PARC INDUSTRIEL DU PLAN, qui constituent autant d'opportunités d'investir et de s'implanter à Avignon.

Contact presse / Marion Nussbaumer  
06 38 84 20 74  
[avignon-terresdecreation.com](http://avignon-terresdecreation.com)

15 JUIN > 30 JUILLET  
LE GRAND JEU  
[avignon-onyva.fr](http://avignon-onyva.fr)

