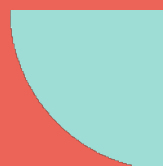
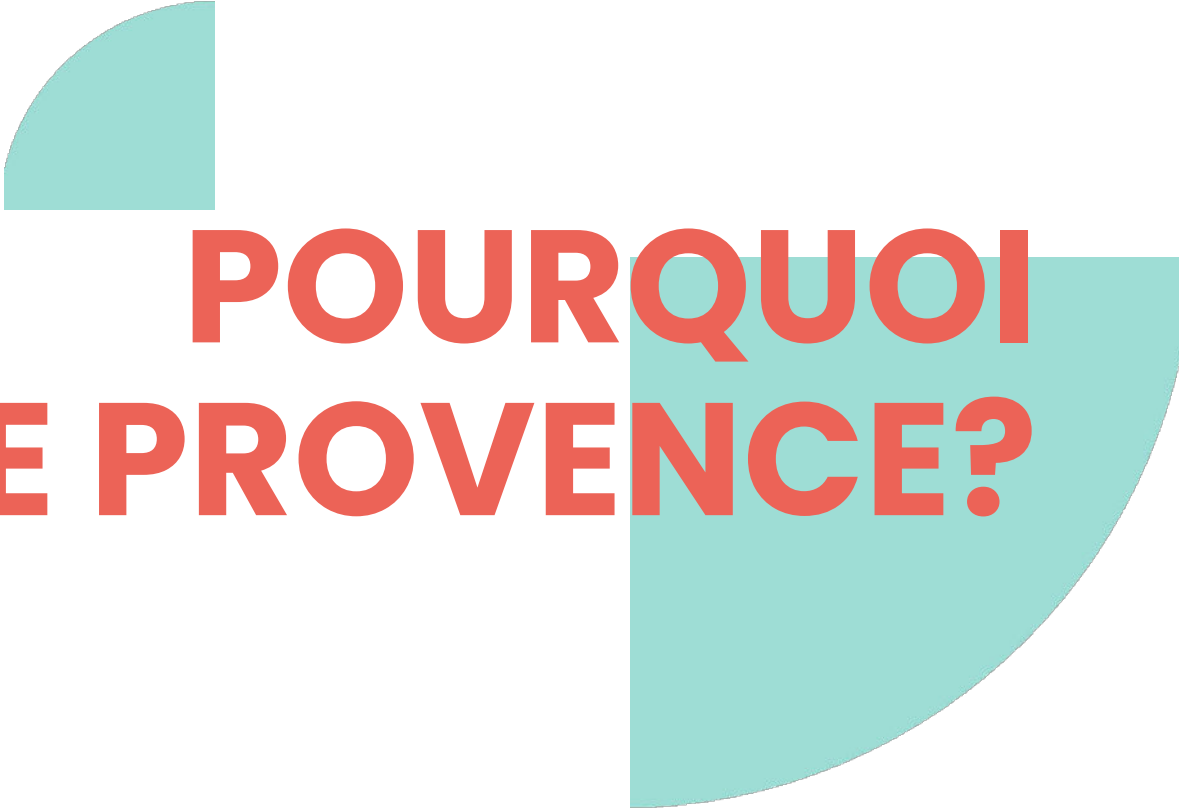


ONE PROVENCE

Nouveau programme de Marketing Territorial
d'Aix-Marseille-Provence

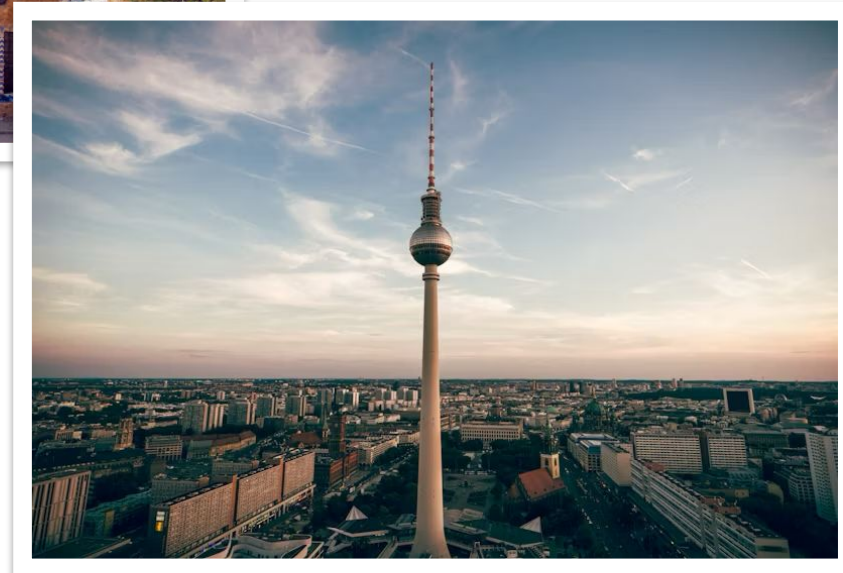
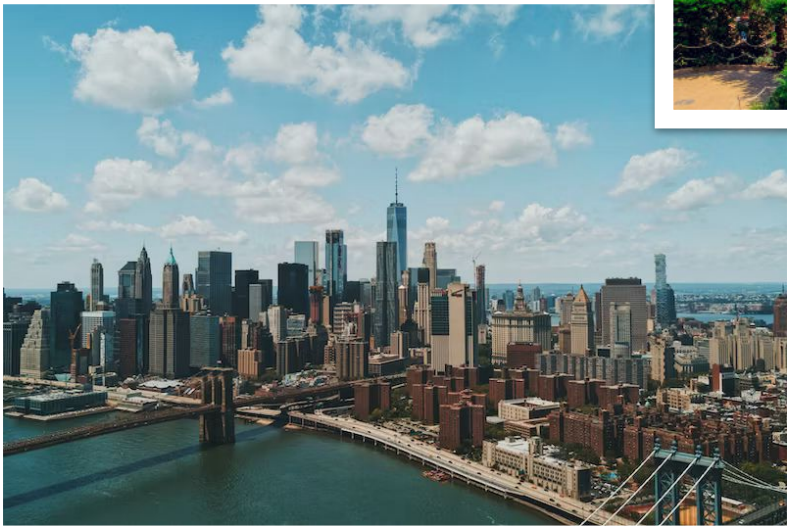


1 ONE
PROVENCE



POURQUOI ONE PROVENCE?

Une concurrence nationale et internationale entre les territoires, portée par des imaginaires puissants



Une concurrence nationale et internationale entre les territoires, portée par des marques fortes

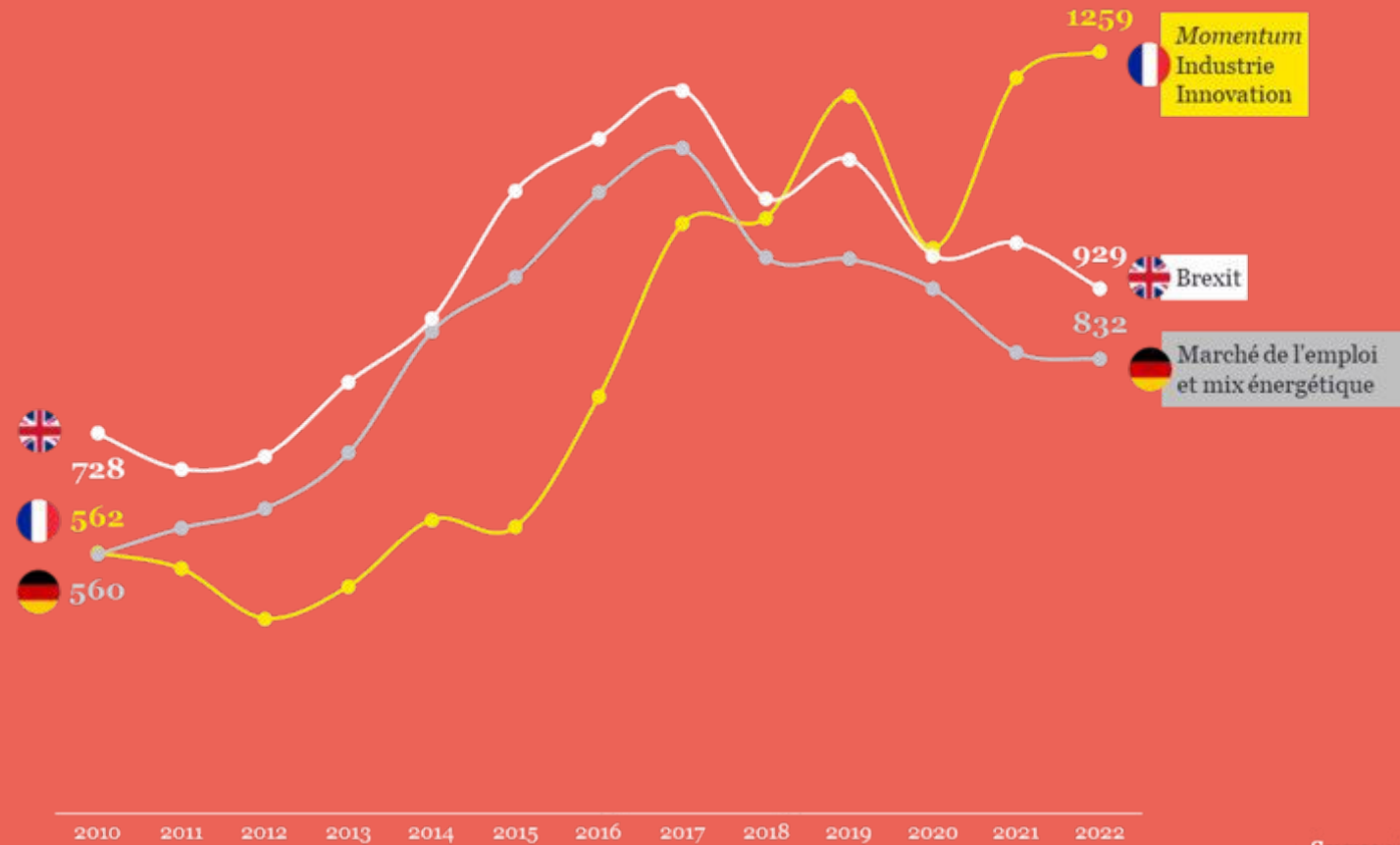


Oslo



Une concurrence forte à l'échelle internationale

Nombre
d'investissements
étrangers
(2010-2022)



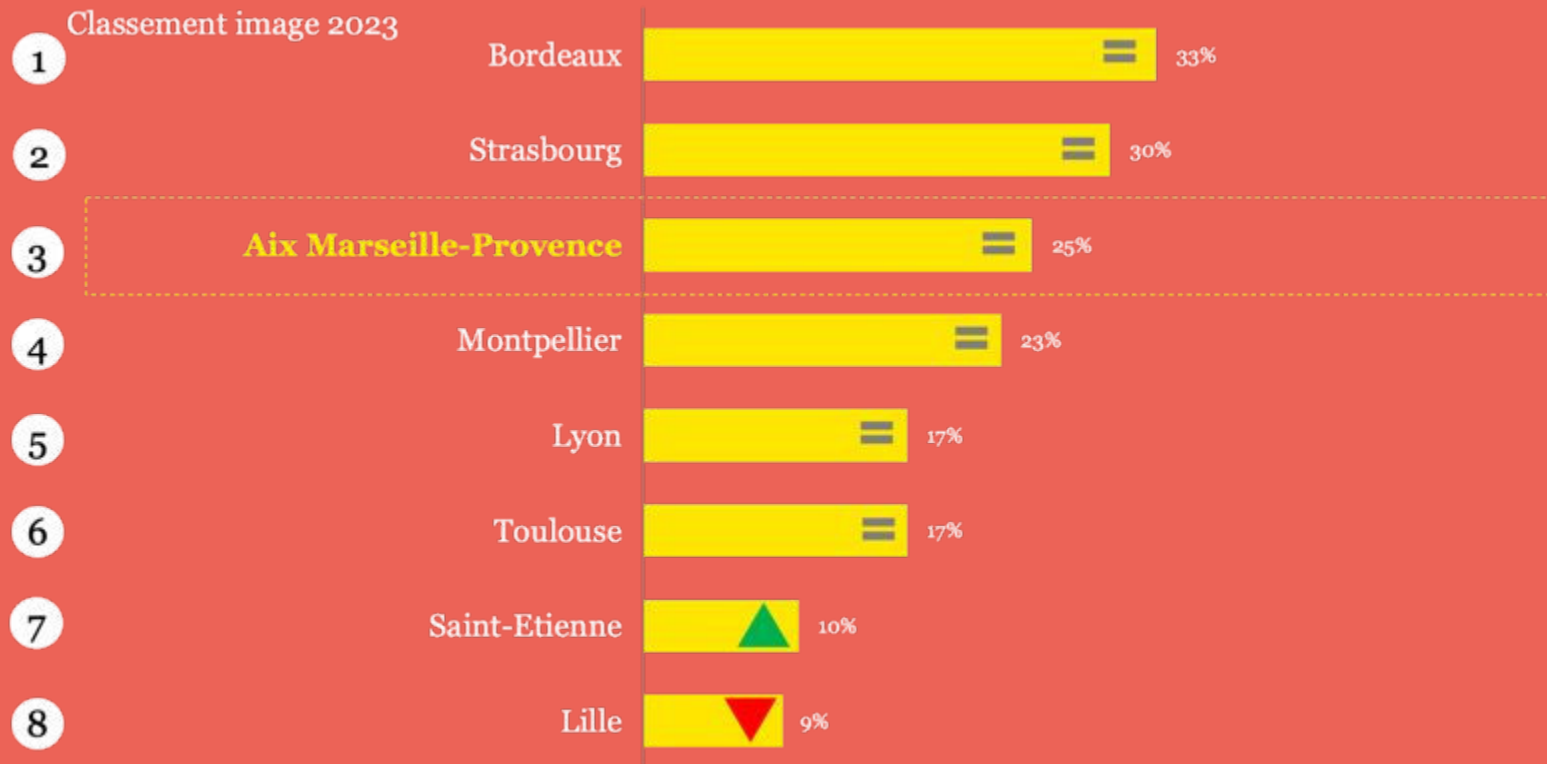
Baromètre EY de l'Attractivité de la France 2023

Source : EY European Investment Monitor 2023



Et entre les **grandes métropoles** françaises

Quelles métropoles pourraient concurrencer Paris en matière d'attractivité ces 3 prochaines années ?



Qui s'appuient sur des critères d'attractivité



Critères choix lieu de vie

Pour choisir le territoire « idéal » où vous aimeriez vivre, quels seraient vos critères les plus importants en quelques mots-clés ?



Image de la Provence

Quels sont les mots qui vous viennent à l'esprit quand on vous parle de la Provence ?

- 1 Un collectif**
organisations publiques et
privées impliquées dans
l'attractivité.
- 2 Une marque**
bannière commune pour
communiquer et diffuser une
image enrichie.
- 3 Un programme**
pour fédérer localement et
rayonner nationalement et
internationalement.





**QUELLE
EST NOTRE
AMBITION ?**

25 janvier 2024



Ambition collective

Positionner Aix-Marseille-Provence comme le territoire méditerranéen aux avant-postes des grandes transitions économiques, sociales et environnementales, par nature et par conviction.



**QUELS
SONT NOS
ENJEUX ?**

Nos 3 enjeux

- 1 **Enrichir, partager & diffuser**
l'image du territoire
- 2 **Affirmer notre place de territoire**
aux avant-postes
- 3 **Révéler, retenir, et attirer**
les acteurs du changement

25 janvier 2024

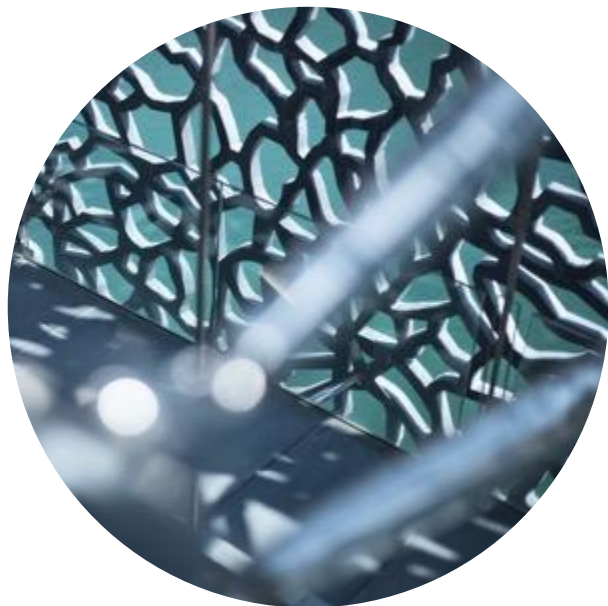




Enjeu 1

Enrichir, partager & diffuser l'image du territoire

- Réduire le décalage entre la perception et la réalité
- Ancrer la connaissance du territoire en interne et en externe en capitalisant sur ses richesses, sa diversité, ses marqueurs forts.
- Parvenir à « faire territoire » tout en cultivant les particularités qui font sa singularité.



Enjeu 2

Affirmer notre place de territoire aux avant-postes des grandes transitions

- Prendre pleinement notre place face aux défis environnementaux, sociaux et économiques auxquels nous faisons face.
- Demeurer un territoire qui s'adapte aux grandes mutations qu'il rencontre
- Capitaliser sur nos filières d'excellence et notre sens de l'expérimentation



Enjeu 3

Révéler, retenir et attirer les acteurs du changement

- En lien avec les filières d'excellence, le territoire entend développer son attractivité en particulier auprès des acteurs capables de soutenir notre ambition.
- L'approche repose sur une dimension inclusive pour entraîner et valoriser toutes les forces vives du territoire dans notre démarche.



QUELLE STRATÉGIE DE MARQUE ?

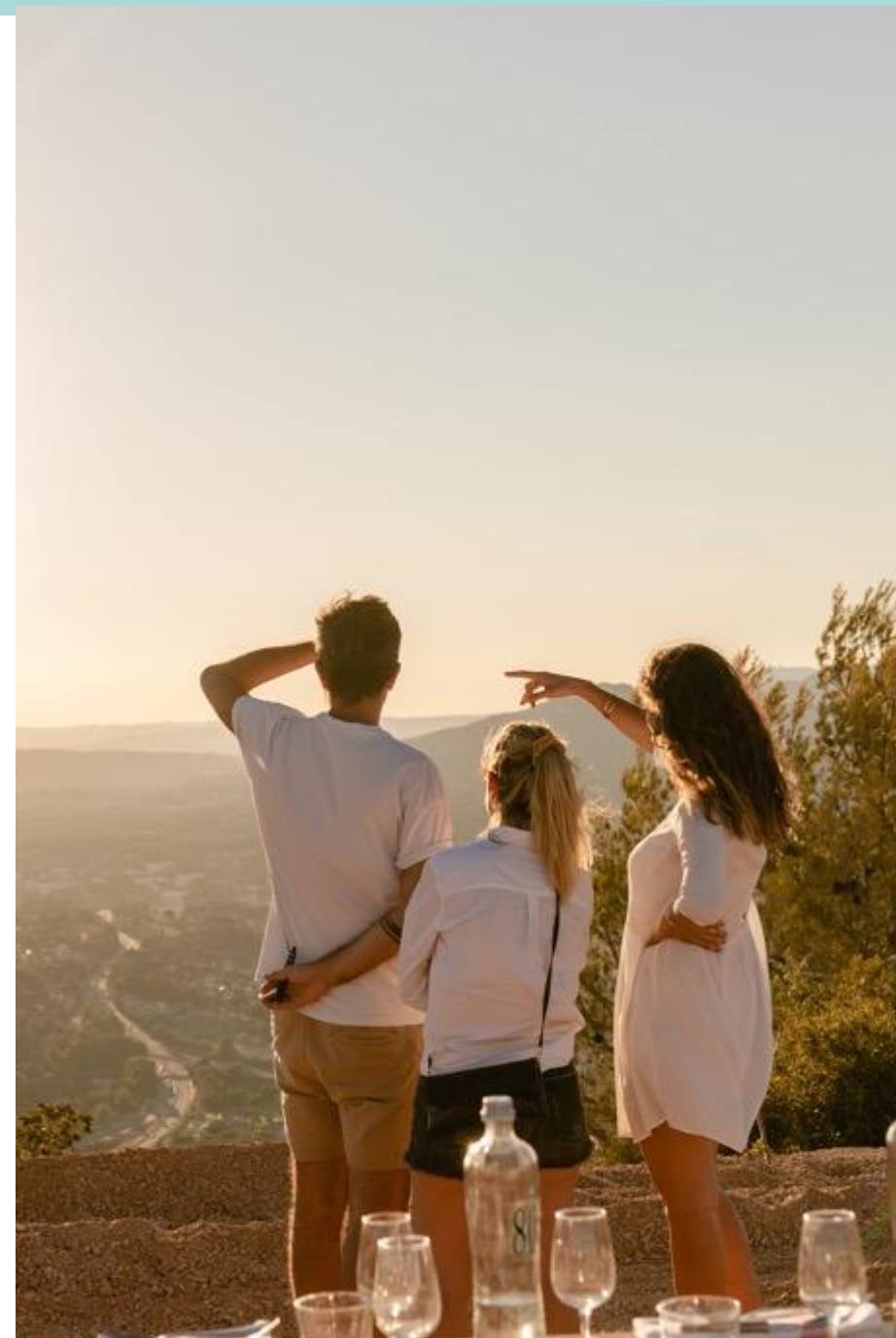
25 janvier 2024

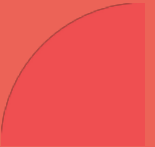
UN RÉCIT COLLECTIF DU TERRITOIRE

POUR FÉDÉRER DES ACTEURS ET DES PROJETS AUTOUR

D'UN AVENIR COMMUN

25 janvier 2024





Bordée par la Méditerranée, ancrée en Europe,
je suis une terre d'échanges, de culture et de brassage.

Ceux qui vivent ici sont aussi joyeux et épanouis, que sonores et passionnés.
Ils ont le sang chaud parfois, le cœur grand toujours,
et savent conjuguer plus qu'ailleurs le goût de la vie et le goût des autres.

Je suis un territoire millénaire, une place de commerce historique,
aux avant-postes depuis toujours, par nature et par conviction.
Les acteurs des grandes mutations de notre société sont ici chez eux.

Je suis Aix-Marseille-Provence.

Le territoire méditerranéen des grandes transitions d'hier, d'aujourd'hui et de demain.



Deux scénarios de marque retenus

- 1 **L'ADN COMMUN**
« **Provence** », comme racine commune d'un système de marque
- 2 **LE CO-BRANDING**
Le portage simultané d'une action ou d'un projet par **plusieurs acteurs**

25 janvier 2024



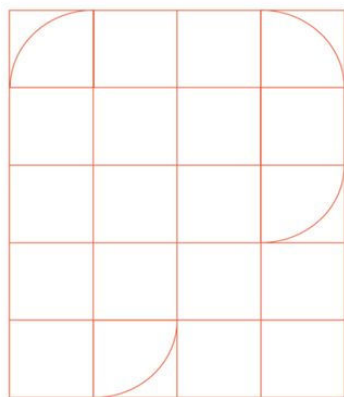
יק



ONE
PROVENCE

Création d'un symbole fort

1 de **One** + P de **Provence**

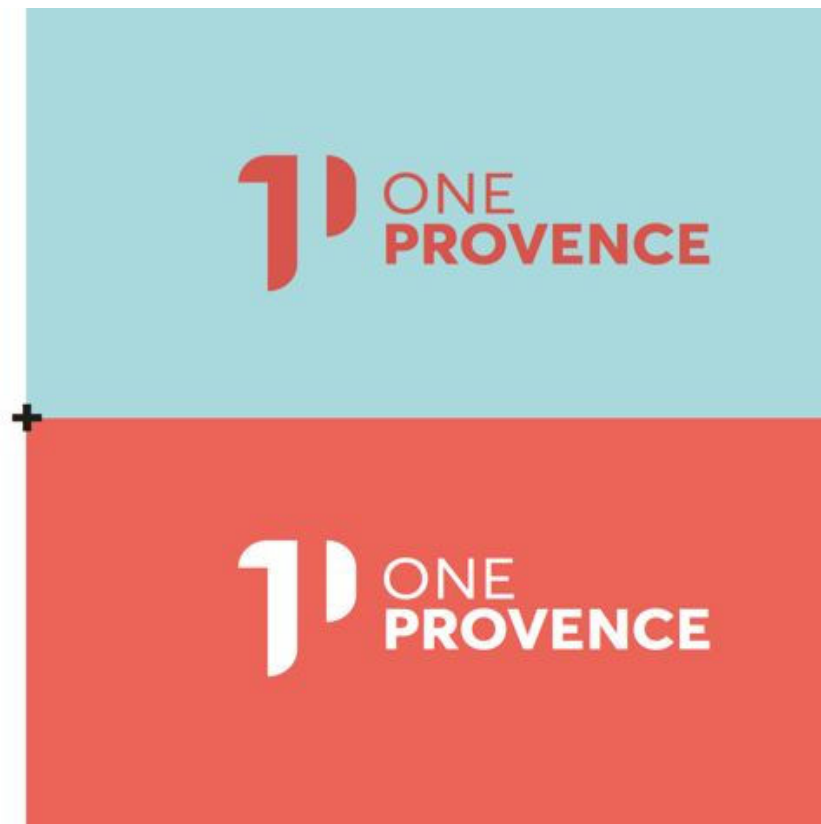


2 couleurs :

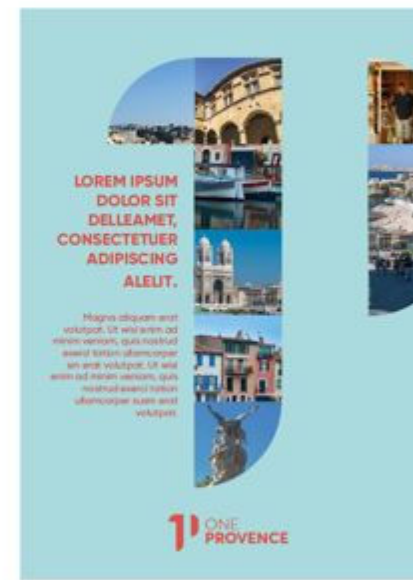
1 principale : rouge terracotta en référence à la terre

1 complémentaire : bleu pur évoquant le ciel et la mer

 ONE
PROVENCE



Identité visuelle adaptable sur tous types de supports



Système de marque partagé déclinable

 ONE
PROVENCE

 ONE
PROVENCE
Académie

 PROVENCE
AFRICA CONNECT

 PROVENCE
PROMOTION
The Invest in Provence agency

 PROVENCE
TOURISME

 INNOV
PROVENCE
Meet up



QUELLES ACTIONS ?

25 janvier 2024



Les priorités 2023 / 2024

1 **Fédérer**

2 **Rayonner**

3 **Mesurer**

25 janvier 2024





Fédérer

- Développement de communautés digitales.
- Lancement de l'Académie One Provence.
- Création d'une boîte à outils partagée.
- Diffusion du système de marque.
- Création d'un réseau « acteurs du changement ».

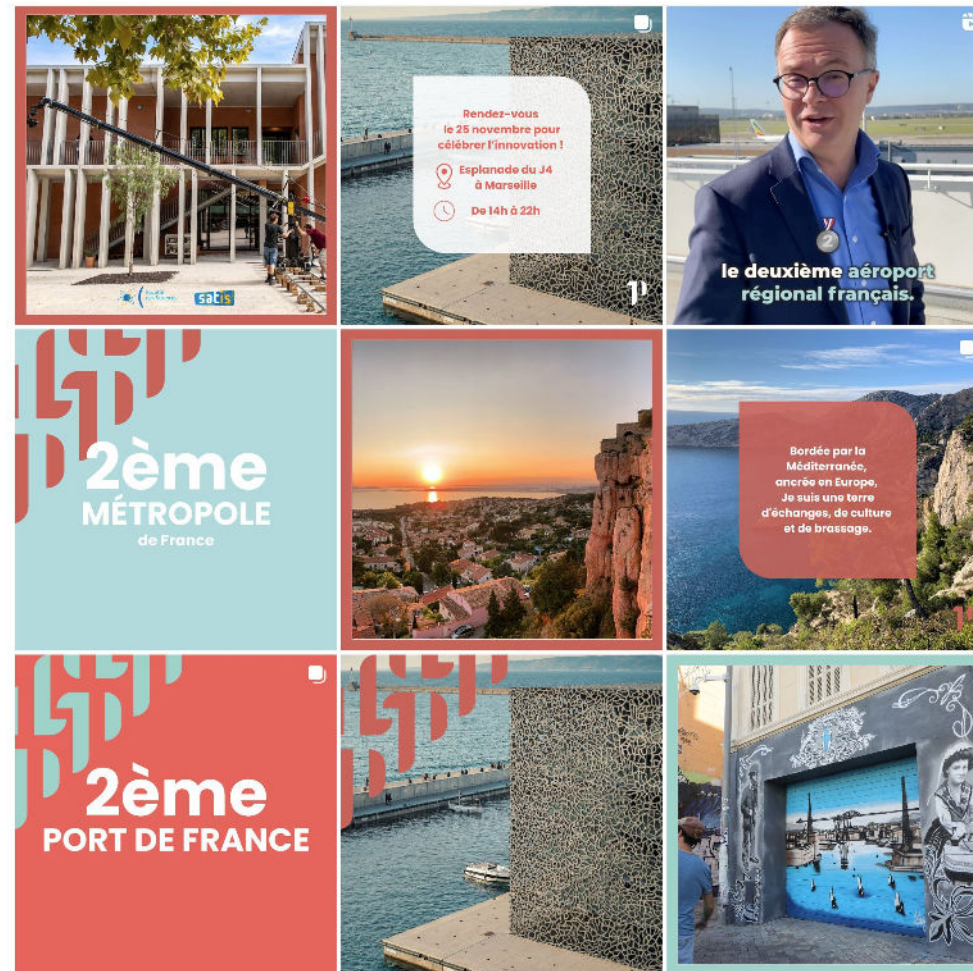
Développement de communautés digitales

Près de **24 000** abonnés sur l'ensemble de nos réseaux sociaux :

- Facebook : 12 000 fans
- Tik Tok : 6 522 abonnés
- Instagram : 2 411 followers
- LinkedIn : 2 158 abonnés
- Twitter X : 365 abonnés

Environ **12 240 412** personnes touchées par nos publications, tous réseaux confondus.

139 228 interactions avec nos différents posts, sur l'ensemble de nos réseaux sociaux.





Rayonner

- Lancement de campagnes de communication 360°.
- Exploitation des grands événements nationaux et internationaux.
- Dialogue permanent avec les médias.
- Création d'un réseau de lieux Totem emblématiques.
- Lancement d'un site internet nouvelle génération.

Campagne Manifeste

À partager, priorité aux habitants acteurs économiques locaux

- Enjeux :
 - Installer la marque One Provence
 - Contribuer à enrichir et diffuser l'image du territoire
- Période : nov-déc 2023
- Cible : grand public et décideurs locaux (100% endogène)
- Médias :
 - Presse locale (PQR, presse pro, print et/ou digital)
 - Médias pure players locaux

25 janvier 2024



Cette illustration...



Cette illustration...

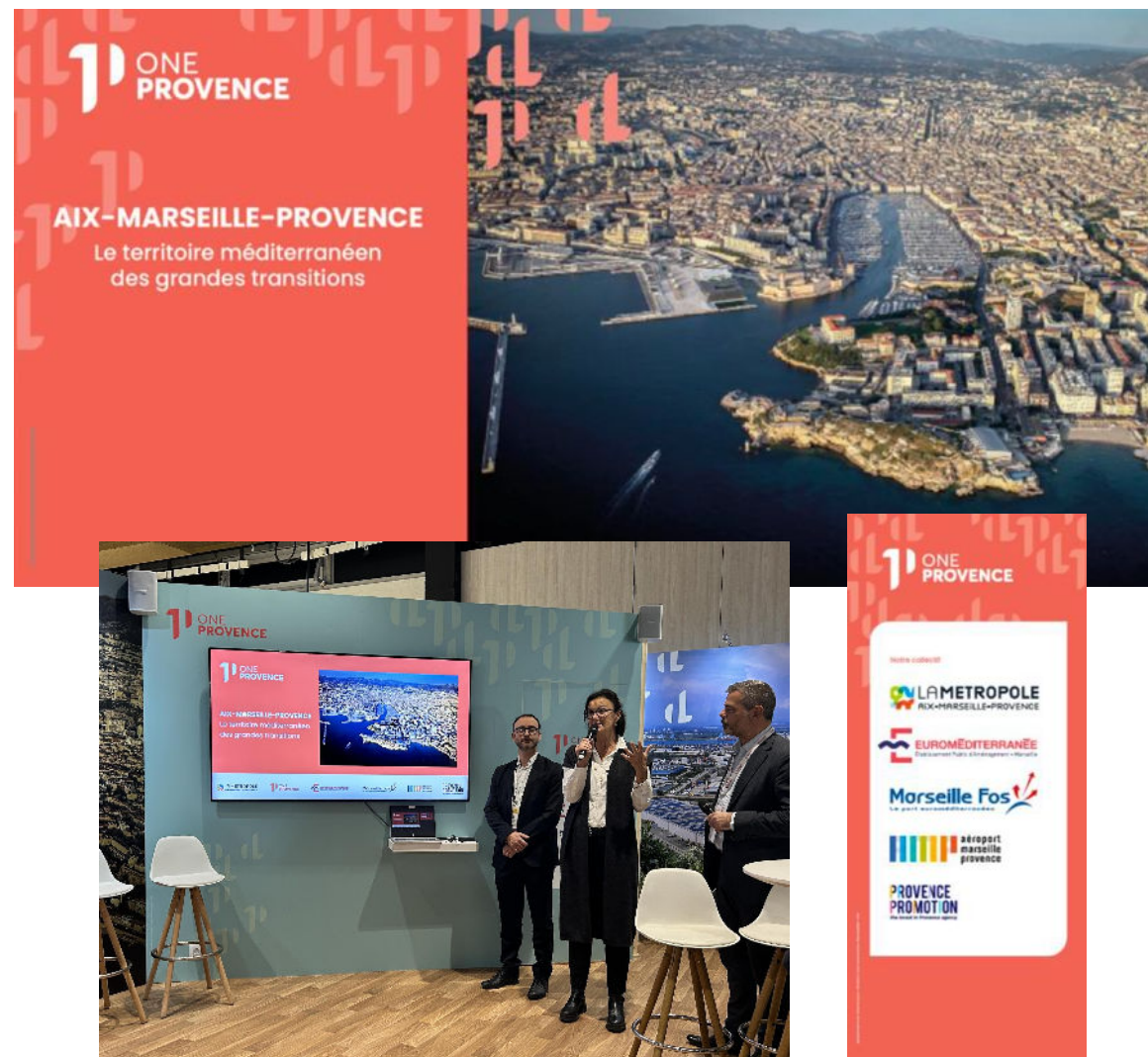


Evénements

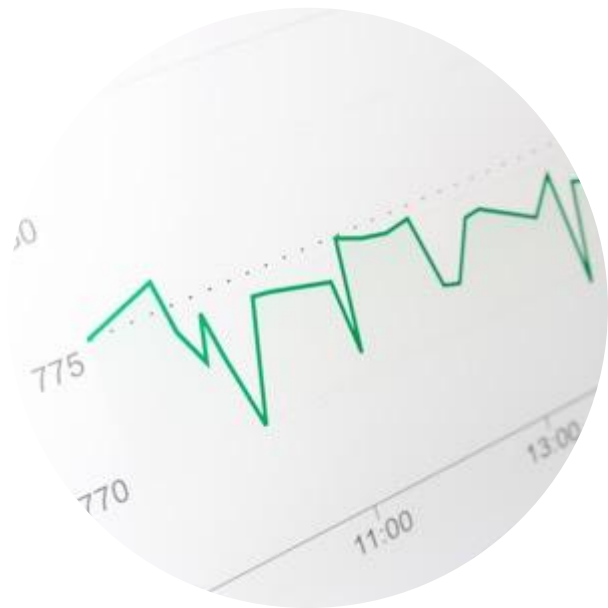
SIMI sous la bannière commune

- SIMI (Salon Immobilier) – 10-12 déc 2023
- Refonte graphique du stand pour le collectif

25 janvier 2024



Les priorités 2023 / 2024



Mesurer

- Mise en place d'un tableau d'indicateurs de l'attractivité.
- Développement d'une écoute permanente du territoire.
- Réalisation d'études spécifiques.



QUELLES SONT NOS RESSOURCES ?

25 janvier 2024



Notre collectif actuel

Nos partenaires stratégiques



Membres de droit et d'honneur



Membre partenaire



Nos ressources humaines

**Scheherazade
KACIMI**



Chargée Relations
Internes & Externes

**Maria
LACOMBE**



Responsable
Communication

**Lionel
FLASSEUR**



Directeur
Général

**Axelle
BAHEUX**



Social Media
Manager

**Christophe
IMBERT**



Responsable
Partenariats

Budget annuel

1.460.000 €

- Métropole Aix-Marseille-Provence : 1.000.000 €
- Département Bouches-du-Rhône : 100.000 €
- Partenaires stratégiques : 350.000 €
- Membre partenaire : 10.000 €