



EXPERTISE
 SOLUTIONS

UNE COMPÉTITION DE E-SPORT DANS VOS PLANS MÉDIAS ?

Si la tendance n'est pas tout à fait nouvelle, elle se répand jusqu'à séduire les agences d'attractivité, par exemple. Le e-sport, un bon vecteur en termes d'image ?

PAR ANTOINE GAZEAU

Pas facile d'éveiller la curiosité et de se montrer innovant dans le cadre de la Semaine européenne de réduction des déchets. C'est pourtant ce que proposera la société Vrai Studio (Albi), le 16 novembre prochain, pour marquer le premier jour de cette séquence devenue un rendez-vous majeur pour les communicants publics. Elle organise la RecyclageVR Cup, premier concours national de e-sport sur le tri des déchets en réalité virtuelle. Dans ce jeu vidéo gratuit, on suivra les instructions du robot Recyclo, qui finira par nous apprendre le geste de tri de façon ludique. On se challengera partout en France, on accumulera un maximum de points en triant correctement et on pourra discuter avec les animateurs et animatrices des diverses erreurs commises. Bref, promet l'organisateur, l'idée est bien de « *mixer gamification et réalité virtuelle, afin de proposer un divertissement immersif très attractif, mais dans un but éducatif* ».

Du e-sport pour véhiculer ses messages ? Selon Vrai Studio, l'aubaine sera réelle pour les collectivités proposant un stand RecyclageVR

le 16 novembre (le tarif dépend du nombre de casques mis en œuvre mais le pack minimum est de 750 €, matériel et formation compris). Non seulement elles disposeront d'un outil potentiellement efficace, mais « *elles auront accès aux données récoltées lors de l'événement sur les performances de tri des déchets dans leur commune, promet l'entreprise spécialisée. Elles pourront ainsi améliorer leur communication et mieux cibler leurs actions en matière de sensibilisation.* » Mieux, toujours selon l'organisateur, l'animation favoriserait un sentiment d'appartenance au territoire : « *En plus d'un classement par joueurs, il y aura également une compétition entre les différentes collectivités. Les habitants vont se prendre au jeu et chercher à faire gagner leur commune !* »

Comblent le retard

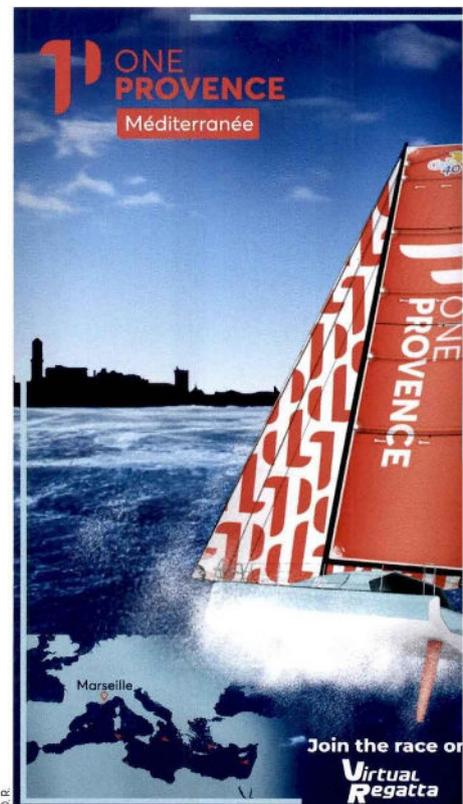
Le e-sport au service du territoire... L'affaire n'est pas complètement nouvelle mais le succès de certaines disciplines inspire de plus en plus de destinations, qui y voient un bel outil de promotion. C'est en tout cas le pari, également, de One Provence (lire encadré page suivante), qui a lancé deux courses au large virtuelles en collaboration avec Virtual Regatta

en cette année de Jeux olympiques pendant laquelle Marseille accueille les épreuves de voile ! « *Le jeu devient prétexte pour découvrir de manière ludique One Provence*, explique Lionel Flasseur, directeur général. *Au travers de la course, on peut délivrer du contenu, on révèle des spécificités du territoire...* »



LIONEL FLASSEUR
 Directeur général de One Provence

« **Au travers de la course, on peut délivrer du contenu, on révèle des spécificités du territoire** »



One Provence lance deux courses au large virtuelles avec Virtual Regatta.



Arrivé en février 2023 pour mettre en route l'une des dernières nées des agences d'attractivité en France, l'ancien dirigeant d'OnlyLyon et d'Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme a bien conscience du retard accumulé en matière de marketing territorial. Pour le combler un peu, son équipe de cinq collaborateurs et collaboratrices utilise « les ruptures technologiques du moment ». Et à l'instar de son nouveau site entièrement basé sur l'intelligence artificielle, l'organisation d'une compétition e-sport entre dans ce cadre et dans cette dynamique, qui détonne dans la foison des propositions liées à l'organisation des Jeux olympiques.

Travailler sur l'héritage

Deux courses, donc. La première, « One Provence Challenge », ciblait avant tout une communauté de quelque 300 000 initiés, professionnels et passionnés, répartis dans le monde entier. La grande finale a eu lieu le 8 juin et les deux premiers Français, en accord avec la Fédération française de voile, ont été sélectionnés pour les demi-finales du championnat de France de e-sailing. Partie le 12 mai, la seconde course au large, « One Provence Méditerranée », visait plutôt les gamers amateurs et le grand public, « une communauté de 800 000 à un million de passionnés, qu'on entend bien élargir », souriait Lionel Flasseur avant le départ...

Parrainé par le navigateur marseillais Christopher Pratt, le double



événement visait à « accompagner la montée d'intérêt des locaux pour la voile, tout en inscrivant Marseille comme "terre de voile" auprès des joueurs du monde entier, navigateurs expérimentés ou simples débutants », résume t-on chez One Provence. « Marseille, terre de marins, ce n'est pas la première chose qui vient en tête, s'amuse encore Lionel Flasseur. Et c'est précisément ce qu'on veut changer. Ce type de course permet de travailler sur l'héritage! »

La RecyclageVR Cup, premier concours national de e-sport sur le tri des déchets.

Hors publicité sur les réseaux sociaux, One Provence aura investi un peu moins de 40 000 € dans cette aventure. Sans regret : c'est rapide, peu contraignant, et le précédent succès de Virtual Regatta en marge du Vendée Globe aura prouvé, selon le directeur général, que « le terreau était fertile ». —

One Provence désormais bien lancée !

Officiellement née fin 2023, l'agence de territoire One Provence est maintenant sur les rails. Forte de l'expérience de l'ex-homme fort d'OnlyLyon, elle a affiné sa stratégie autour du triptyque « Révélation, ancrage, attraction ». « Nous nous adressons en priorité aux habitants, développe Lionel Flasseur. Quelque 80 % des moyens déployés leur sont dédiés. L'idée reste de faciliter le fait métropolitain. » Au-delà des « ruptures technologiques » évoquées ci-contre, l'agence revendique une stratégie offensive sur les réseaux sociaux (plus de 12 millions de vues en trois mois). Elle a aussi monté l'académie One Provence, une plateforme pédagogique « qui permet d'apprendre sur le territoire de manière approfondie », et vient de publier un manifeste, par ailleurs décliné en vidéo (voir sur briefmag.com). Elle s'appuie, au final, sur les forces existantes. « Nous ne montons pas de réseau d'ambassadeurs au sens classique du terme, explique ainsi Lionel Flasseur. On va plutôt mettre en réseau ceux qui font déjà le job, comme le Club Apex ou Massilia Mundi... »