

One Provence, six mois après, le bilan

🕒 2 min • R.A.



A Cannes, au salon du marché international des professionnels de l'immobilier, One Provence a fédéré les acteurs du territoire.

L'organe de promotion de marketing territorial lance pour les Jeux olympiques des courses à voiles virtuelles. L'occasion de dresser le bilan six mois après son lancement médiatique.

C'était sans doute l'un des stands les plus imposants du Mipim, marché international des professionnels de l'immobilier. Le plus visible, du fait de son emplacement stratégique, c'est certain. Près de 600 visites sur le stand et près de 20 000 visiteurs au global. "**Et des effets induits**", souligne Christophe Imbert. En guise de carte de visite pour séduire de potentiels nouveaux investisseurs, Euromed, quartier d'affaires et les possibilités de foncier économique encore disponible. Cette opération s'inscrit dans le cadre d'une politique de promotion

du territoire dont le montant est évalué à 1,46 M€ répartis selon la façon suivante, un million d'euros provenant de la métropole, 100 000 euros pour le Département, puis des acteurs du monde économique à hauteur de 50 000 euros chacun. Mais à quoi sert cette somme dépensée ? La métropole -il était temps- a investi sur un outil performant de marketing territorial, soit une démarche méthodologique à la fois stratégique et opérationnelle. Comme Only Lyon pour la métropole lyonnaise ou la marque Bretagne, qui comme son nom l'indique promeut cette région du nord ouest. Le marketing n'est pas à confondre avec la promotion ou la communication publique. Elle réunit bien plus d'acteurs structurants du territoire.

Au Mipim, une visibilité auprès de 20 000 visiteurs en quelques jours.

Miser sur l'IA

Alors pour aller plus loin, One Provence a décidé de miser sur l'intelligence artificielle. Elle devient alors la première agence de marketing territorial a misé sur l'IA spécifique ***"afin de faciliter la navigation de ses utilisateurs et donner plus directement l'information qu'ils recherchent"***, précise-t-on du côté de la structure. ***"Nous avons lancé ce projet collaboratif avec l'idée de créer une IA grand public, une IA intuitive qui va servir à l'utilisateur. Et ainsi apporter les réponses les plus précises aux internautes, particuliers ou professionnels, d'ici ou d'ailleurs, peuvent se poser"***, souligne Lionel Flasseur, directeur général. L'autre nouveauté, Marseille accueillera les épreuves de voile, One Provence lance ses courses à la voile virtuelles. Elles s'adressent à deux publics de gamers distincts, les joueurs professionnels et les joueurs amateurs venus du grand public. Et pour accompagner ces courses inédites, le navigateur marseillais Christopher Pratt a accepté d'en être le parrain. Ainsi, deux types de courses sont proposés aux joueurs, d'une part One Provence Challenge pour les professionnels et passionnés de régates, et d'autre part One Provence Méditerranée pour le grand public invité à participer à une course au large à travers la Méditerranée.

Ce parcours est l'occasion de faire un tour complet de la Méditerranée en une dizaine de jours pour les plus performants, en passant devant des villes mythiques en relation avec Marseille : Naples, Gènes, Casablanca, Beyrouth, ou encore à proximité des pays avec lesquels certains acteurs économiques du territoire ont noué des relations : Tunisie, Maroc, Algérie et Grèce.