

©P.AGUILAR / Provence Tourisme

1 ONE
PROVENCE
DOSSIER DE PRESSE

Sommaire



P3	Édito Dominique Bluzet
P4	Genèse et ambition du projet One Provence
P5	Qu'est-ce que le marketing territorial ?
P6	Trois agences complémentaires et synergiques
P8	One Provence, un certain état d'esprit !
P10	Trois grands enjeux
P11	Premières actions
P12	Un acte fondateur : le manifeste
P14	Nouveau logo, système de marque partagé
P16	Annexes

Edito



Dans un contexte où les territoires se livrent une grande concurrence pour attirer la richesse sous toutes ses formes - talents, entreprises, grands événements, étudiants, projets culturels, organisations internationales, chercheurs, investissements, il était essentiel pour le territoire métropolitain de faire valoir ses atouts dans tous ses domaines d'excellence et de se doter d'une agence et d'une marque de référence à la hauteur des ambitions communes. Cette nouvelle agence de marketing territorial One Provence donne corps à la marque du même nom.

Au-delà des sujets économiques et touristiques, je suis convaincu que notre territoire a bien d'autres atouts à valoriser. Son excellence culturelle bien entendu mais aussi sa capacité à relever les grands enjeux de transition.

Dominique Bluzet
Président de One Provence
Directeur des Théâtres

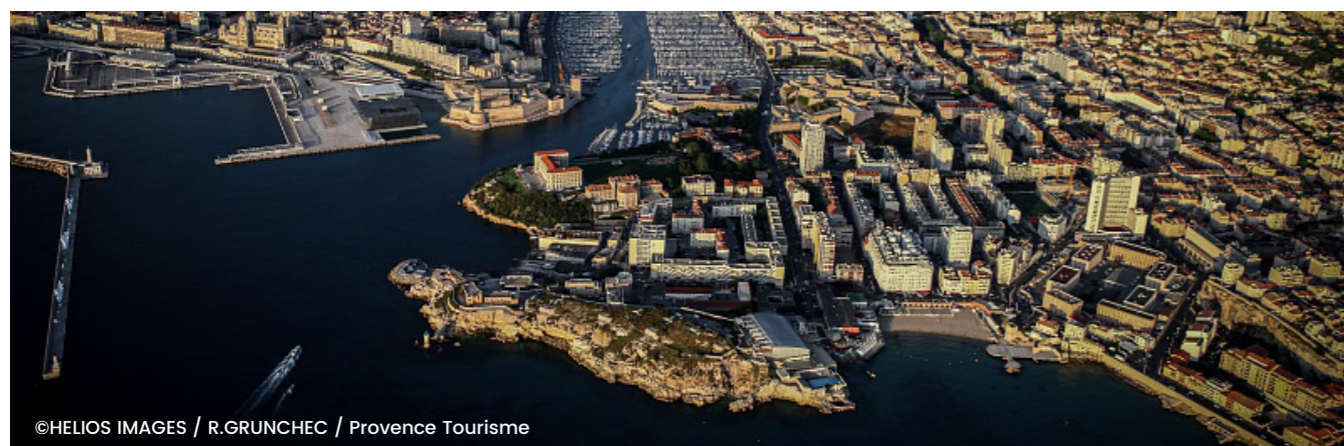
Genèse et ambition du projet One Provence

Dès l'origine, l'ambition de One Provence est d'opérer en tant qu'Agence de Marketing Territorial au service du rayonnement de Marseille, d'Aix-en-Provence et des 92 communes métropolitaines telles que Istres, Aubagne, Martigues, Salon-de-Provence, Cassis ou La Ciotat.

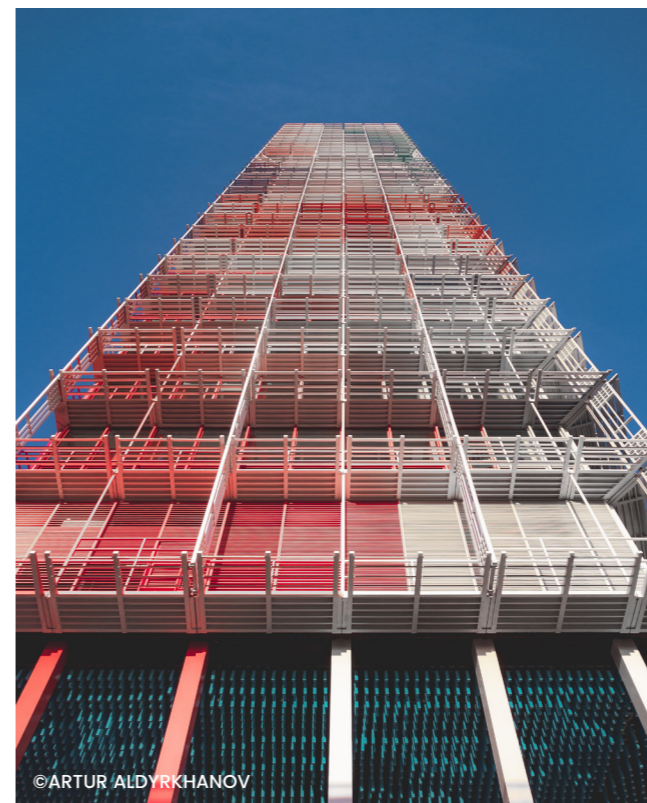
Devenue association Loi de 1901 avec une mission d'intérêt général, l'agence One Provence est dotée d'une gouvernance publique-privée et d'une équipe de 5 personnes. Aujourd'hui, l'organisation est en place, ajustée et pilotée par son Directeur Général, Lionel Flasseur. Depuis l'été 2023, l'équipe est au complet et s'attelle à mettre en œuvre une stratégie définie et votée par son Conseil d'Administration le 27 juin dernier.

One Provence désigne aussi la Marque de Territoire du même nom, pensée comme une bannière commune pour fédérer les acteurs du changement et promouvoir l'image d'Aix-Marseille-Provence à travers le monde avec l'idée de « faire savoir nos savoir-faire, actuels et futurs ».

L'état d'esprit de One Provence se veut résolument positif et collaboratif. Pour se déployer le programme s'appuiera sur des coopérations, sur un manifeste commun, une nouvelle identité visuelle qui marquera progressivement l'ensemble des communications émises par l'agence et nombre de ses partenaires acteurs du territoire et sur un plan d'actions ambitieux en lien avec les enjeux de notre territoire.



Qu'est-ce que le marketing territorial ?



Depuis plus de 10 ans, la Chaire Attractivité et Nouveau Marketing Territorial, hébergée au sein de l'Unité de Formation et de Recherche de l'IMP GT (Institut de Management Public et Gouvernance Territoriale), à Aix-Marseille Université, constitue une passerelle entre le monde des praticiens, le monde académique et les passionnés du marketing des territoires.

Son expertise constitue aussi une chance extraordinaire pour One Provence, qui a pu consolider et affiner sa stratégie au regard des études et expériences conduites à d'autres endroits en France et à l'international.

Dans son manifeste de l'attractivité et du marketing territorial, la Chaire donne cette définition :

Le marketing territorial est une démarche méthodologique, à la fois stratégique et opérationnelle, permettant de capter, créer, communiquer et délivrer de la valeur correspondant aux besoins de chacune des parties prenantes actuelles et futures du territoire afin d'assurer une attractivité équilibrée. Cette démarche est trop souvent confondue avec les démarches de promotion et de communication publique, voire réduite à des démarches de marketing commercial et de marques. S'il s'inspire de certains concepts et outils de ces démarches, le marketing territorial s'en distingue. En effet, il s'appuie essentiellement sur un travail de co-construction en mode projet au service de l'intérêt général par l'ensemble des acteurs du territoire.

La stratégie d'attractivité vise donc à révéler, attirer et ancrer les réussites.

Trois agences complémentaires et synergiques

PROVENCE
TOURISME

PROVENCE
PROMOTION

ONE
PROVENCE

One Provence en tant que nouvelle agence de marketing territorial, intervient en complémentarité des deux agences existantes, Provence Tourisme et Provence Promotion, qui œuvrent depuis de nombreuses années au développement de l'attractivité économique et touristique du territoire départemental et métropolitain.

Voici leurs rôles et missions plus en détail :

Organiser, coordonner et développer toutes les actions qui contribuent à l'animation en matière de tourisme

- Développer un fort partenariat avec les acteurs du tourisme du territoire et en particulier les offices de tourisme ;
- Participer à développer l'attractivité de la destination en proposant notamment une stratégie événementielle sur l'ensemble du territoire et en animant, en partenariat avec les acteurs du tourisme du Sud de la France, le contrat de destination ;
- Accompagner le développement des filières touristiques à forte valeur ajoutée, telles que la filière gastronomique au travers d'actions comme « Année de la gastronomie en Provence – MPG 2019 » qui a permis de promouvoir la destination auprès des visiteurs en quête de qualité et d'authenticité ;
- Accompagner la Métropole dans l'organisation de sa compétence tourisme.



Assurer la promotion du territoire métropolitain pour attirer les investisseurs économiques français et étrangers

- Répondre à la demande croissante des investisseurs internationaux qui portent la France en tête pour l'accueil des investissements directs étrangers.
- Accélérer les décisions d'implantation des entreprises exogènes
- Accompagner les acteurs du territoire sur les principaux salons économiques
- Positionner le territoire comme un moteur de la relance en France sur les filières
- Affirmer le positionnement du territoire comme « hub de l'Euro-Méditerranée Afrique » y compris pour les investissements
- Placer certaines de ses actions sous la bannière de la marque territoriale One Provence
- Continuer sa stratégie de communication auprès des publics économiques en s'appuyant sur le succès des entreprises ayant choisi d'investir sur le territoire
- Organiser des actions de promotion et d'influence auprès des publics économiques et des décideurs.



Rendre Aix-Marseille-Provence plus visible et attractive grâce à la mise œuvre d'une démarche marketing partenariale inscrite dans la durée

- Réaliser un récit dynamique et collectif de territoire pour en valoriser toutes les excellences
- Produire une boîte à outils dédiée à la promotion du territoire (argumentaires, films, site web, réseaux sociaux, newsletter, etc.)
- Mobiliser tous les acteurs (entreprises, acteurs du tourisme, acteurs culturels, monde universitaire, grandes écoles, pôles de compétitivité, clusters...) pour en faire des ambassadeurs
- Bâtir et diriger un plan d'actions partagé
- Devenir le lieu de conception et d'organisation des grandes opérations de communication destinées à valoriser le territoire. Ces actions seront déployées en combinant les moyens existants avec des dispositifs complémentaires à mettre en place.

One Provence un certain état d'esprit !

Pensée par un collectif d'acteurs économiques de premier rang, associée à Aix-Marseille Université, et soutenue par les principales agences d'attractivité du territoire, la marque One Provence revendique un positionnement décentralisé et désinstitutionnalisé.

Conçue pour être agile et pragmatique, l'agence One Provence mène une démarche inédite. Elle associe ses partenaires pour développer le travail en mode projet, dans un état d'esprit collaboratif résolument tourné vers l'innovation et la créativité.

One Provence s'appuie en outre sur l'existant et les forces vives locales, pour développer une communication positive et objective. L'agence a vocation à mutualiser une diversité de contenus qui valorisent le territoire, afin de les partager en « open source » avec l'ensemble de celles et ceux qui agissent pour le territoire, dans tous les champs d'activité.



**Faire savoir nos savoir-faire.
Être un territoire de respiration
et d'inspiration.**



©JEAN-PAUL HERBECQ / Département 13

Trois grands enjeux

ENJEU 1

Enrichir, partager & diffuser l'image du territoire

- Réduire le décalage entre la perception et la réalité
- Ancrer la connaissance des richesses et marqueurs forts du territoire en interne et en externe
- Parvenir à « faire territoire » tout en cultivant sa singularité.

3 objectifs

1. **Développer la connaissance** et la **fierté positive** du territoire auprès de ses habitants, notamment les jeunes.
2. **Renforcer la perception positive** du territoire auprès de cibles au niveau national et international.
3. **Pousser à l'excellence, à l'action et à la mutualisation des moyens** les partenaires de la démarche.

ENJEU 2

Affirmer notre place de territoire aux avant-postes

- Incarner un positionnement différenciant, qui provient de l'essence du territoire et qui s'illustre dans des prises de parole.
- Se sentir légitime de prendre pleinement notre place face aux défis environnementaux, sociaux et économiques auxquels nous faisons face.

3 objectifs

1. **Développer la notoriété et l'image** de grande métropole euro-méditerranéenne d'envergure internationale.
2. **Valoriser les innovations et les réalisations** liées aux défis sociétaux, environnementaux et économiques.
3. Se positionner comme **une métropole du « care »**, qui porte attention et prend soin de ses habitants

ENJEU 3

Révéler, retenir et attirer les acteurs du changement

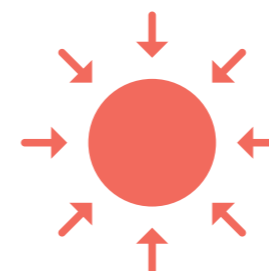
- En lien avec les filières d'excellence, développer son attractivité en particulier auprès des acteurs variés de l'innovation économique, sociale et environnementale
- En parallèle, entraîner chacun dans la démarche et valoriser toutes les forces vives du territoire de façon inclusive.

3 objectifs

1. Qualifier **l'offre d'enseignement** manquante au territoire et se mettre en ordre de marche pour la combler.
2. **Répertorier, coordonner et valoriser** les acteurs et les initiatives locales qui participent au rayonnement du territoire.
3. Construire une **stratégie de « marque employeur » territoriale** pour soutenir le recrutement des filières et des entreprises, mais aussi faciliter la rétention des talents.

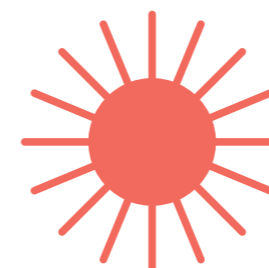
Premières actions

Au cours des 12 prochains mois, l'équipe One Provence va concentrer ses actions sur trois piliers : fédérer, rayonner et mesurer.



FÉDÉRER

- Développement des communautés digitales
- Diffusion du système de marque et du récit du territoire
- Création d'une boîte à outils partagée (présentation, vidéo, identité visuelle, études...)
- Lancement de l'Académie One Provence
- Création d'un réseau « acteurs du changement »



RAYONNER

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



MESURER

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

Acte fondateur : le manifeste

LE MANIFESTE est un texte fondateur.
Il exprime une vision partagée du territoire
d'Aix-Marseille-Provence. Il revendique son
histoire, traduit sa singularité et engage son
avenir.

Signé par les Présidentes et les Présidents de
One Provence et de ses membres fondateurs,
il traduit leur vision collective.

Notre manifeste

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.



Signataires :

Dominique Bluzet

Président de l'agence One Provence

Serge Magdeleine

Président du Top 20

Christophe Castaner

Président du conseil de surveillance
du Port de Marseille Fos

Martine Vassal

Présidente de la Métropole
Aix-Marseille-Provence
et Présidente du Département
des Bouches-du-Rhône

Laure-Agnès Caradec

Présidente d'Euroméditerranée

Corinne Innessi

Présidente de la CPME 13

Eric Berton

Président d'Aix Marseille Université

Danielle Milon

Présidente de Provence Tourisme

Jean-Luc Chauvin

Président de la Chambre
de Commerce et d'Industrie
d'Aix-Marseille-Provence

Philippe Bernard

Président du directoire de
Aéroport Marseille Provence

Bernard Deflesselles

Président de Provence Promotion

Philippe Korcia

Président de l'Union pour les entreprises
des Bouches-du-Rhône

De ce récit découle une **ambition partagée** à laquelle
chacun pourra contribuer en y apportant ses preuves
tangibles et actions concrètes :

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

Nouveau logo, système de marque partagé

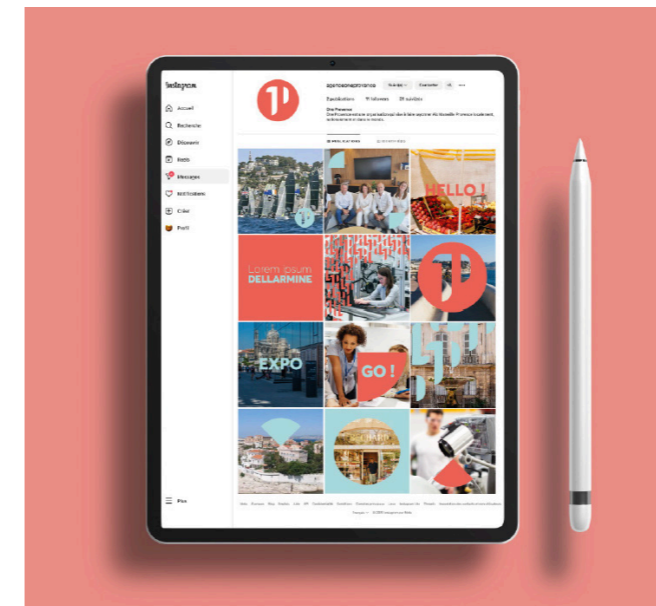
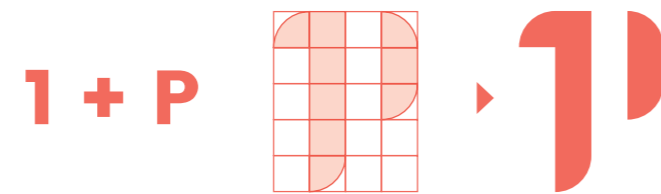
Création d'une nouvelle identité visuelle

Pour incarner le positionnement du territoire métropolitain d'Aix-Marseille-Provence, le programme One Provence se dote d'un nouveau logo signifiant, intemporel et facilement identifiable.

A la fois signe d'unité et de singularité, le « 1 » de ONE est encapsulé dans le « P » de Provence, pour se fondre dans un pictogramme astucieux.

Le nom de la marque One Provence est traité dans une typographie contemporaine, franche et résolument dans l'air du temps.

Ce nouveau logo se décline bien entendu dans une charte graphique moderne et ludique destinée à mettre en valeur les actions de communication en y apportant force et cohérence.



Un système de marque partagé

Si One Provence devient la marque de communication au service du rayonnement d'Aix-Marseille-Provence, elle se déploie de façon visible et puissante en offrant un système de marque partagé à son écosystème.

Le principe du logo One Provence est en effet déclinable pour les acteurs phares de l'attractivité locale. Il permet en priorité de fédérer les agences et les événements en première ligne du rayonnement du territoire.

Par ailleurs, l'icotype 1P de One Provence peut être quant à lui utilisé comme un coup de tampon fédérateur, « labellisant » les communications positives d'ambassadeurs et partenaires du programme.

Le système de marque One Provence est un outil original et versatile imaginé pour devenir le marqueur visible des personnalités, organisations et initiatives qui font la force et la richesse d'Aix-Marseille-Provence.



NB : exemples, visuels non validés



Grands partenaires



Bernard Deflesselles

CONSEILLER

MÉTROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE



Martine Vassal

PRÉSIDENTE

MÉTROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE

DÉPARTEMENT BOUCHES DU RHONE



Solange Biaggi

CONSEILLÈRE

MÉTROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE



Aurélie Cousi

DIRECTRICE GÉNÉRALE

EUROMÉDITERRANÉE



Eric Berton

PRÉSIDENT

AIX-MARSEILLE UNIVERSITÉ



Philippe Bernard

PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE

AÉROPORT MARSEILLE PROVENCE



Guy Teissier

CONSEILLER

MÉTROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE



François Bernardini

VICE-PRÉSIDENT

MÉTROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE



Danielle Milon

VICE-PRÉSIDENTE

MÉTROPOLE AIX-MARSEILLE-PROVENCE



Hervé Martel

PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE

GRAND PORT MARITIME DE MARSEILLE



Serge Magdeleine

PRÉSIDENT

TOP 20



Dominique Bluzet

DIRECTEUR

LES THÉÂTRES



Sabine Bernasconi

VICE-PRÉSIDENTE

DÉPARTEMENT BOUCHES-DU-RHÔNE



Cédric Angelone

MEMBRE ÉLU

CCI AIX MARSEILLE PROVENCE



Frédéric Busin

PRÉSIDENT CERCLE AVENIR

UPE 13

Membres de droit



Isabelle Brémond

DIRECTRICE GÉNÉRALE

PROVENCE TOURISME



Philippe Stéfanini

DIRECTEUR GÉNÉRAL

PROVENCE PROMOTION



Corinne Innesti

PRÉSIDENTE

CPME 13

Les ressources

Equipe



Lionel Flasseur
DIRECTEUR GÉNÉRAL



Maria Lacombe
RESPONSABLE COMMUNICATION



Christophe Imbert
RESPONSABLE PARTENARIATS



Axelle Baheux
SOCIAL MEDIA MANAGER



Scheherazade Kacimi
CHARGÉE DES RELATIONS INTERNES & EXTERNES

Ressources budgétaires

Budget de 1.460.000 €

Métropole Aix-Marseille-Provence : 1.000.000 €
Département des Bouches-du-Rhône : 100.000 €
Partenaires stratégiques : 350.000 €
Membres partenaires : 10.000 €



Le collectif actuel

Partenaires stratégiques



Membres partenaires



Membres de droit et d'honneur



Contacts presse :

Le programme One Provence vise à faire rayonner Aix-Marseille-Provence et ses acteurs localement, nationalement et internationalement. Envie d'en savoir plus ? Besoin d'informations ? Contactez-nous !

Maria Lacombe

Responsable Communication
mlacombe@oneprovence.com
+33 (0)6 08 87 64 76

Christophe Imbert

Responsable Partenariats
cimbert@oneprovence.com
+33 (0)6 08 72 50 32

Agence One Provence

Sky Center

2 bis bd Euroméditerranée - Quai d'Arenc
13002 Marseille - France

Suivez nos actualités et découvrez les excellences et initiatives positives made in Aix-Marseille-Provence sur les réseaux sociaux :



[oneprovence.com](https://www.oneprovence.com)