Marianne symbole République Française
Logo Atout France
Ouvrons les portes Ouvrons les Jeux

Jeux de Paris 2024 : Atout France lance sa campagne internationale "Open Doors Open Games" !

Communiqué de presse Grands évènements

La campagne "Open Doors Open Games" célèbre une France fière d’accueillir le monde à l'occasion des Jeux de Paris 2024.
En association avec le Comité d’Organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, Atout France valorise à l’international une destination France inspirante, audacieuse et inclusive.

Une campagne qui s’appuie sur les atouts de la destination France : patrimoines naturel, culturel et gastronomiques inégalés, art de vivre et hospitalité

Ce 15 décembre, Atout France lance une campagne internationale à l’attention du grand public dans 12 pays. Alors que depuis la fin de la pandémie, la France enregistre un retour grandissant et accéléré des différentes clientèles internationales, cette campagne vise à amplifier le rayonnement et l’attractivité de la destination France au moment où tous les regards seront tournés vers Paris et les villes françaises hôtes des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024.
Open Doors Open Games est une invitation à découvrir une France riche de sa diversité, audacieuse et loin des clichés habituels, une France qui vibre pour le sport et que le monde entier rêve de visiter.
Le slogan « Open Doors Open Games » témoigne de notre fierté d’accueillir le monde à l’occasion des Jeux de Paris 2024, 100 ans après les derniers Jeux Olympiques d’été en France et d’accueillir, pour la première fois, les Jeux Paralympiques d’été.

Un concept faisant écho aux spécificités des Jeux de Paris 2024

A l’instar des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, qui placent le patrimoine culturel et naturel français au cœur de leur projet, le film de cette campagne prend place dans un lieu culturel emblématique : Le Petit Palais. Ce site iconique sert d'écrin de prestige au film.

Dans ce décor exceptionnel deux danseurs réinterprètent des disciplines olympiques comme le breakdance, l’escrime, le skateboard ou le basket.
Au cours de sa course-poursuite, le duo s’arrête pour ouvrir des portes sur des scènes de la vie française et

observer des tableaux qui révèlent les atouts iconiques de nos territoires (Château de Versailles, Mont-Saint-Michel, Lille, Marseille, les vignobles, les phares bretons…).

Plusieurs personnalités françaises représentant différents secteurs (le monde du sport évidemment mais aussi de l'industrie musicale, de la gastronomie, de l'exploration spatiale) prennent part au spectacle. Le DJ français **AGORIA**, compositeur de la musique du film, le champion olympique de boxe **Tony Yoka**, la multi-médaillée paralympique et Présidente du Comité Paralympique et Sportif Français **Marie-Amélie le Fur**, le chef étoilé **Thierry Marx** ou encore l'astronaute **Thomas Pesquet**, incarnent l'excellence dans leur domaine et viennent nourrir l'image d'une France iconique et accueillante.

Une campagne en fil rouge pour marquer les esprits durablement sur toute l'année 2024

Le plan média déployé à partir de la mi-décembre 2023 vivra tout au long de l'année 2024, profitant notamment des grands temps forts de l'événement tel que le Relais de la Flamme par exemple. La campagne se poursuivra jusqu'à la fin de l'année 2024, les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 contribuant fortement à produire des leviers de développement touristiques majeurs durables.
La priorité sera donnée aux médias digitaux et au marketing d'influence. Des dispositifs de création de contenus complémentaires seront déployés pour valoriser l'ensemble de la destination France avec des portes ouvertes sur les offres de séjours dans les régions françaises.

Une page dédiée à l'événement a également été développée sur France.fr. Cette page, qui sera enrichie de nouveaux contenus début 2024, a vocation à inspirer les visiteurs, et notamment des porteurs de billets, avec des idées de séjours dans toutes les régions françaises au départ de Paris ou de Marseille.

D'autres actions de promotion auprès de la presse et de la distribution continueront à être déployées :

- Outre la rédaction, traduction en 10 langues et diffusion d'un dossier de presse permettant de sensibiliser la presse internationale à l'événement et aux expériences à vivre en France, 13 conférences de presse ont été organisées par les bureaux d'Atout France présents à l'international en lien avec les Ambassades (Corée du Sud, Etats-Unis, Allemagne, Espagne, Pays-Bas, Japon, Australie, Italie, Suisse, Chine, Grèce, Canada, Royaume-Uni).

- Un accueil de presse multi-marchés sera organisé fin janvier 2024 en partenariat avec Paris je t'aime, Choose Paris Région, Marseille Tourisme, Hello Lille, les Comités régionaux de tourisme des Hauts-de-France et de Provence-Alpes-Côte d'Azur. Il permettra à une vingtaine de journalistes internationaux de découvrir la destination France autrement, décor du spectacle hors du commun promis par les Jeux de Paris 2024.

- L'événement continuera à être valorisé à l'occasion des grands salons internationaux et événements liés au tourisme d'affaires auxquels Atout France participe.

Dossier de presse Jeux de Paris 2024 - Atout France

- Télécharger le document Dossier de presse Jeux de Paris 2024 - Atout France_.pdf PDF – 9.41 Mo

Communiqué de presse Campagne "Open Doors Open Games"

- Télécharger le document Lancement Campagne Open Doors Open Games.pdf PDF – 1.46 Mo