

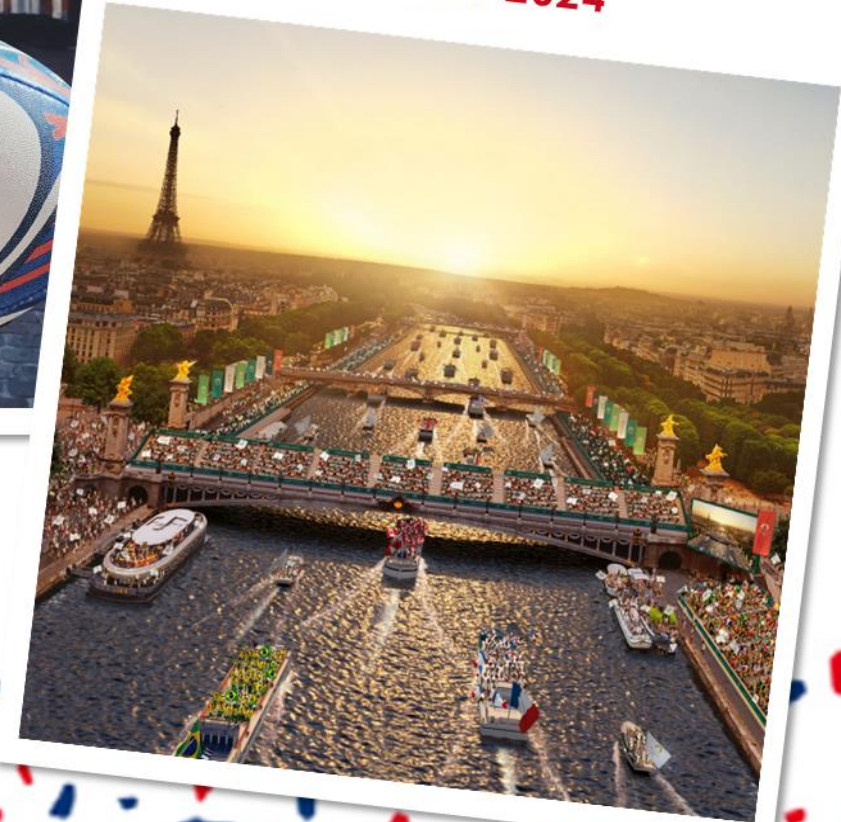
Explore France™ 

# MAJOR EVENTS 2023. 2024

RUGBY WORLD CUP FRANCE 2023



PARIS 2024



# — Les grands événements sportifs internationaux

## ⇒ Les enjeux de la stratégie grands événements



Renforcer  
**l'attractivité** de la  
destination France  
et se concentrer sur  
les **points forts qui  
différencient** la  
France  
*(gastronomie, patrimoine  
culturel et naturel)*



Renforcer la **qualité  
de l'accueil**



Optimiser les  
**retombées  
économiques** de ces  
événements en  
incitant les visiteurs  
internationaux à  
**étendre la durée de  
leur séjour**



Promouvoir le **savoir-  
faire événementiel** de  
la France

# ACTIVATIONS RWC



#1.

**Campagne  
Sharing French Flair  
et activations à  
l'internationale**

#2.

**Modules  
de formation  
& de sensibilisation  
à l'accueil**

# Coupe du Monde de Rugby France 2023

Entre deux matches de rugby,  
il reste tellement à découvrir !



## Objectifs

Stimuler les désirs de voyage dans les  
9 destinations hôtes

&

Inciter les porteurs de billet à prolonger  
leurs séjours dans les 7 territoires hôtes

## Thématiques valorisées



Nature  
& itinérance  
douce



Art de vivre &  
gastronomie



Culture &  
patrimoine

## Cibles prioritaires



Familles



Couple



Primo  
visiteurs



Groupe de  
supporter

## Marchés cibles



Nouvelle  
Zélande



Australie



Afrique  
du Sud



Pays de  
Galles



Angleterre



Ecosse



Irlande



Italie



Japon



Etats-Unis



Portugal



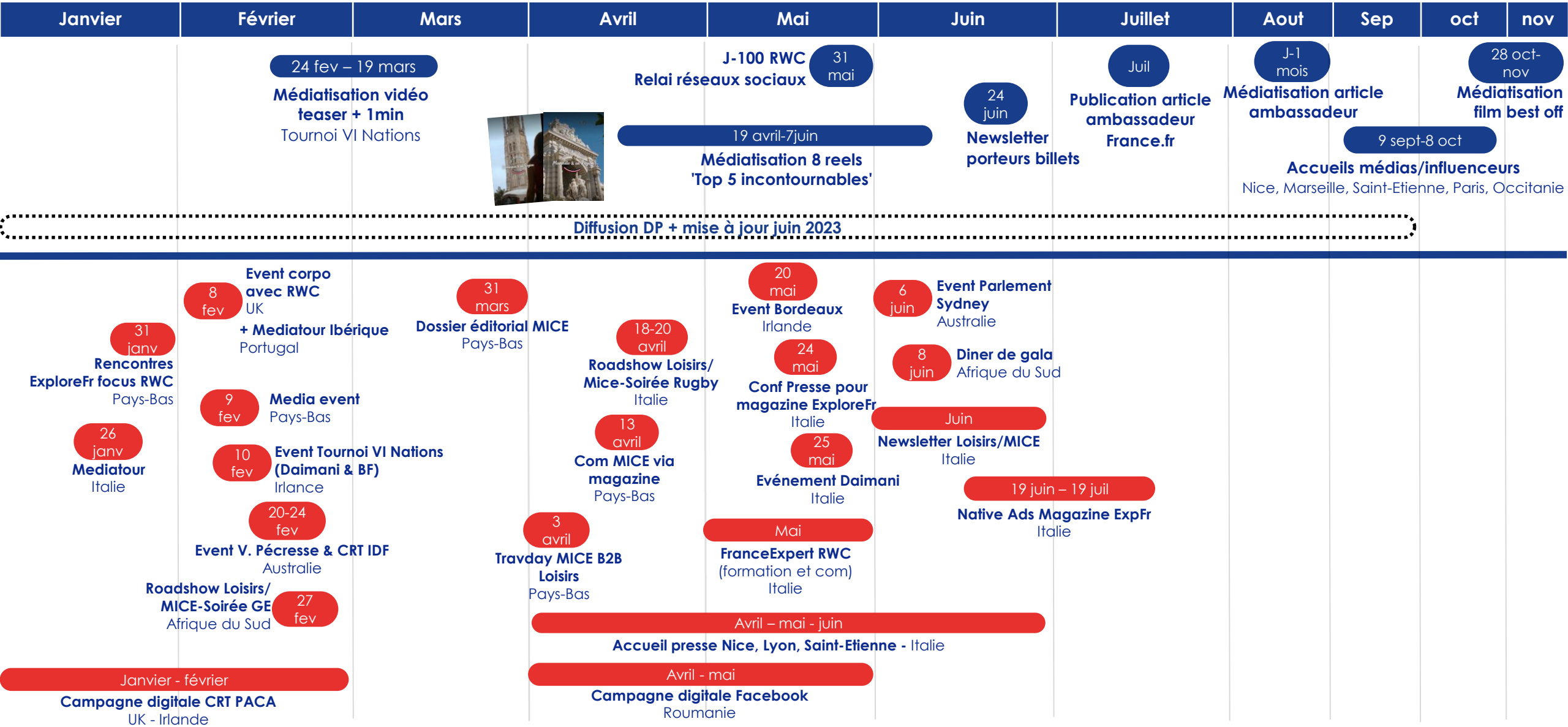
VIVRE L'EXCEPTION. STADEFRANCE

VIVRE L'EXCEPTION. STADEFRANCE

# Timeline 2022

Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
			<p>21 - 26 juil</p> <p><b>Accueil média</b> Lille</p>	<p>5-19 sept</p> <p><b>Accueil média /influenceur</b> Marseille, Nice, Toulouse</p>	<p>22 sep-6 oct</p> <p><b>Médiatisation vidéo teaser</b></p>		<p>1<sup>er</sup> nov-30 nov</p> <p><b>Médiatisation vidéo 1min</b></p>	<p>1-31 décembre</p> <p><b>Médiatisation 4 reels</b> Lille, Marseille, Toulouse, Nice</p>
							<p>12 nov</p> <p><b>Newsletter porteurs billets</b></p>	
<p>Diffusion DP</p>								
<p>avril</p> <p><b>Dossier presse rugby Occitanie</b> Japon</p> <p>20 avril</p> <p><b>Événement VIP</b> Japon</p> <p>6 avril</p> <p><b>ITV Bryan Habana</b> Marseille &amp; Toulouse Afrique du sud</p>	<p>22-31 mai</p> <p><b>Campagne promo</b> OT Nice et CRT PACA Japon</p> <p>25 mai</p> <p><b>Rugby Cruise clients haute contribution</b> Australie</p> <p>25 mai</p> <p><b>Event presse annonce camp base</b> Japon</p> <p>30 mai</p> <p><b>Roadshow PACA</b> Afrique du Sud</p> <p>31 mai 11 juin</p> <p><b>Accueil presse</b> Japon</p>	<p>22 juin</p> <p><b>Conf presse CRT PACA</b> Japon</p> <p>22-24 juin</p> <p><b>Eductours</b></p> <p><b>Agences de voyage ZAF</b> OTCP – CRT IDF – OT Marseille</p> <p><b>Agences de voyage UK</b> CRT HDF</p>	<p>15 juil</p> <p><b>Événementiel match AUS – EN</b> Australie</p> <p>29 juil</p> <p><b>Evenementiel Corporate</b> Australie</p> <p>1 août</p> <p><b>Lancement expo Les Gueules du Rugby</b> Australie</p>	<p>1 août-15 sept</p> <p><b>Campagne digitale Join the Frogs</b> Australie</p> <p>1 août</p> <p><b>Lancement expo Les Gueules du Rugby</b> Australie</p>	<p>5-9 sept</p> <p><b>Workshop France</b> Australie / NZ</p> <p>7 sept</p> <p><b>Soirée PACA</b> Australie</p> <p>8 sept</p> <p><b>Événement 1YTG</b> Afrique du Sud &amp; Australie</p> <p>9 sept</p> <p><b>Déjeuner Presse</b> CRT IDF - NZ</p>	<p>6 nov</p> <p><b>Événement Gironde Tourisme</b> UK</p>	<p>Sept-déc</p> <p><b>Communication vers porteurs de billets via agences accréditées</b> Australie</p> <p>14-24 nov</p> <p><b>Eductour agence officielles</b> Japon</p> <p>22-23 nov</p> <p><b>Événement corporate, haut de gamme</b> UK &amp; Irlande</p> <p>nov</p> <p><b>Accueil presse</b> Marseille et Toulon Afrique du Sud</p> <p>14-17 nov</p> <p><b>Accueil presse</b> Japon</p>	

# Timeline 2023 – actions bureaux



# Synthèse des réalisations 2022-2023



1 visuel générique

9 déclinaisons par destination hôte



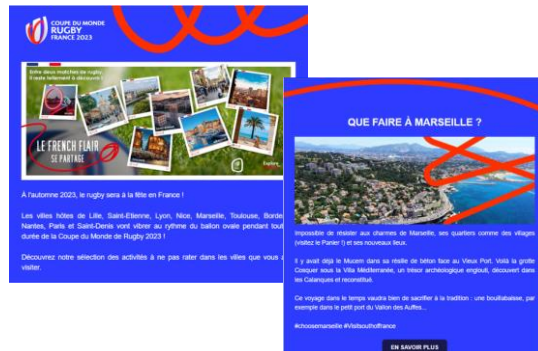
1 vidéo 1min



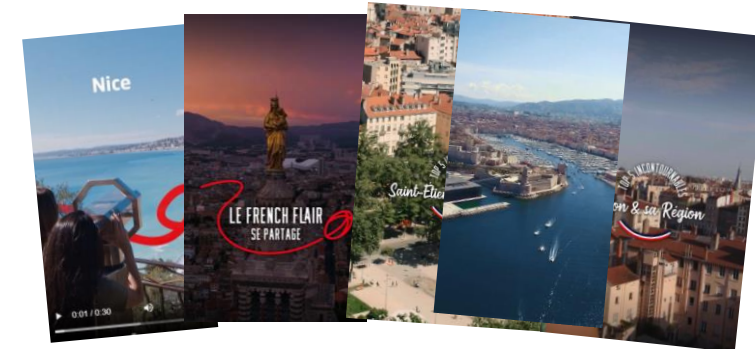
1 dossier de presse grand public



2 newsletters à destination des porteurs de billet



1 vidéo teaser 15sec



12 reels

Dont 8 "Top 5 incontournables"

# — Résultats de la campagne (du 8 septembre 2022 au 22 juin 2023)

## Relations Presse

**1 dossier de presse sur les territoires hôtes**

**10 K**  
contacts presse sensibilisés

## Newsletter RWC

**2 newsletters adressées aux porteurs de billets**

**120 K**  
contacts sensibilisés

**59%\***  
Taux d'ouverture

\*Résultat newsletter nov. 2022

## Activations Digitales et RS

**Campagne d'image**  
(inspirer, donner envie de visiter ou revisiter la France pendant la RWC et en dehors)

**+  
12 campagnes régionales**

**2,9 M**  
vidéos vues

**48,1 M**  
impressions

**4,4 M**  
engagements

**271,5 K€**  
investis

## France.fr

**1 homepage dédiée**

**12 articles sur les villes hôtes**

Déclinaison en anglais, espagnol, italien, japonais, néerlandais et français

**181 K** visites sur les sites France.fr

## Média / Influence 7 destinations

**9 accueils influenceurs / média**

Rugby journal (UK) : Lille, Paris  
2 influenceurs (JP) : Toulouse  
Rugby News (AU) : Marseille, Nice, Paris  
Drew Mitchell (AU) : Saint-Etienne, Nice

Résultats des 4 accueils 2022

**8 articles média**  
**24 posts / stories (TW/IG)**  
**4 vidéos Youtube**

**215 K\***  
reach

**2,9 M\***  
impressions

**33 K \*\***  
Vidéos vues

\* Hors UK

\*\* Vidéos Japon

#1.

Campagne  
Sharing French Flair  
et activations à  
l'internationale

#2.

Modules  
de formation &  
sensibilisation  
à l'accueil

# — Modules de sensibilisation à l'accueil

## ⇒ Dispositif d'accueil des Grands Evénements



**Objectif du dispositif :** renforcer la qualité de l'accueil en re-donnant aux professionnels, les clés pour mieux connaître et mieux accueillir les clientèles internationales venant en France à l'occasion de la Coupe du Monde de Rugby et des JOP Paris 2024.

### Vidéos

- Séries de courtes vidéos d'1'30, tournées et sous-titrées en français présentées par une personne ayant la double-nationalité
- Tournées sur un ton léger et volontairement décalé afin de retenir l'attention
- Accessibles gratuitement sur la chaîne Youtube et le site Internet d'Atout France
- Vidéo teaser de 15 secondes

# — Modules de sensibilisation à l'accueil

## Marchés ciblés

### Coupe du Monde de rugby



### JOP Paris 2024



## Thématiques abordées

- le pays en quelques mots et les traits de caractère,
- le profil des voyageurs sportifs qui viendront en France pour les Grands Evénements,
- leurs centres d'intérêt et leurs attentes spécifiques,
- les règles de l'accueil,
- les mots de l'accueil traduits

## — Exemple de vidéo



# — JOP Paris 2024



## Objectifs

Renforcer la notoriété et l'attractivité de la destination France et stimuler les désirs de voyage en France

Inciter les porteurs de billet et visiteurs à prolonger et diversifier leurs séjours

Limiter les effets d'éviction

# — Plan d'actions Atout France

⇒ Les principaux axes de notre plan d'actions

#1.



## FORMATION & SENSIBILISATION

Fournir les outils et accompagner les professionnels (hébergeurs / transporteurs) à améliorer l'expérience du visiteur

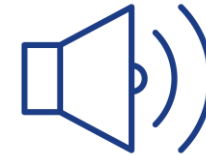
#2.



## OBSERVATION

Mesurer l'impact de Paris 2024 sur le tourisme, avec un focus court terme mais surtout en termes d'image

#3.



## PROMOTION

Capitaliser sur l'attention médiatique et les valeurs communes avec Paris 2024 pour faire rayonner la destination France à l'international

# — #3. Promotion . Actions BtoB

## Salons internationaux

WTM 2022 (Londres)  
IMEX 2023 (Francfort)



## Learning Expedition de Paris (avril 2023)



## Conférence JOP Rendez-Vous en France (mars 2023)



# #3. Promotion . Actions presse

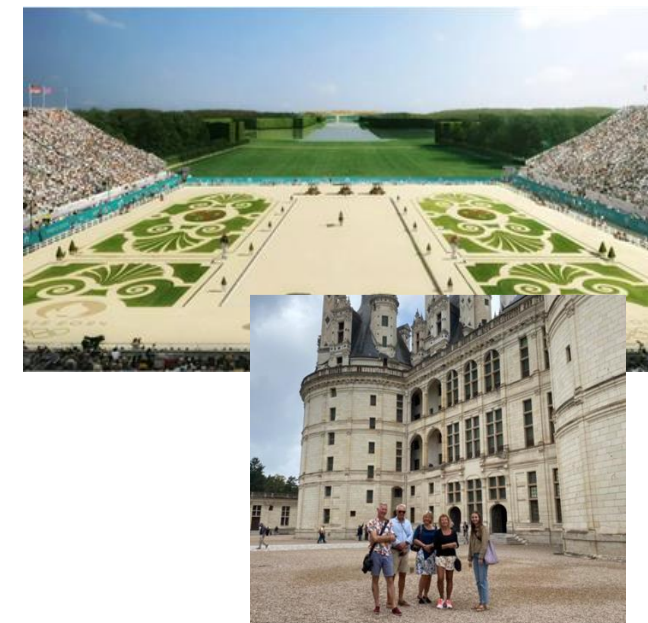
## Dossier de presse dédié



## Conférences de presse



## Accueil de presse multi marchés



## — #3. Promotion . **Actions grand public**

Campagne GP à l'international

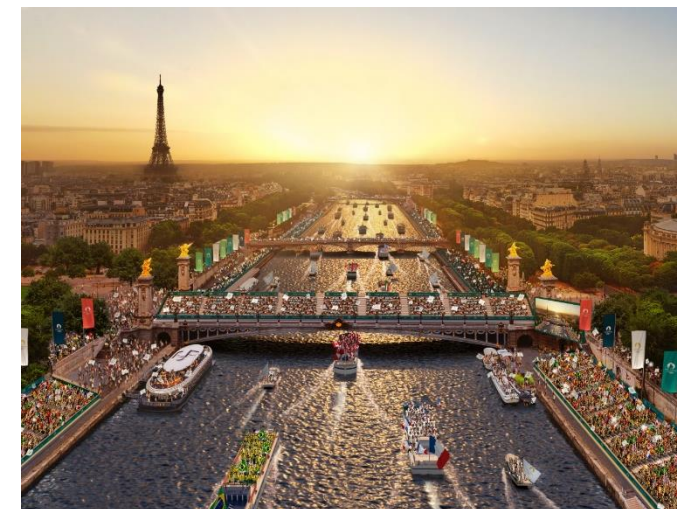
**DECOUVRIR UNE FRANCE  
MODERNE, VIVANTE, FOUGUEUSE,  
EN MOUVEMENT, LOIN DES  
CLICHES.**

**UNE FRANCE QUI VIBRE POUR LE  
SPORT ET QUE TOUT LE MONDE  
REVE DE VISITER**

Relais des temps forts sur nos  
réseaux sociaux



à venir création d'une page  
dédiée sur France.fr



# Timeline 2022 - 2023 - 2024

Nov. Déc. Jan. Fév. Mars Avr. Mai Juin Juil. Aout Sept. Oct. Nov. Déc. Jan. Fév. Mars Avr. Mai Juin Juil. Aout Sept. Oct. Nov



WTM Londres



RDV en France



IMEX Francfort

Collaboration éditoriale : page dédiée France.fr et relais réseaux sociaux

Relais de la flamme création de contenus?

IBTM Barcelone & WTM Londres

Accueils presse multi-marchés

RDV en France

IMEX Francfort

Learning Expedition Paris



Dossier de presse



Films de campagne

Campagne média v1

Campagne média v2

VR Events?

Campagne Média pd JOP

Campagne Média post JOP

Conférences de presse

		
<b>Actions B2B</b>	<b>Actions Grand Public</b>	<b>Actions Presse</b>

**A** T O U T  
F R **A** N C E

Agence de développement  
touristique de la France