

J.OPARIS2024, quelle stratégie innovante pour mobiliser les français autour de la candidature olympique ?



QUOI

- Candidature aux J.O

QUI

- L'ensemble des citoyens français
- Sportifs de haut niveau – Fédérations - Clubs sportifs

OU

- Paris

QUAND

- 2024

OBJECTIF

- Trouver une stratégie innovante pour mobiliser les français au soutien de la candidature



PARIS 2024
VILLE CANDIDATE

Pourquoi les J.O 2024 à paris ?

100 ans des J.O en France

Le symbole de la France, de Paris

Besoin de se rassembler

J.O à Paris = source d'espoir et de



Analyse de la campagne actuelle

630 410 € collectés

20,24 € TTC pour apparaître sur le mur numérique



Le mur digital des contributeurs
Rejoignez-nous
et faites partie de l'aventure !



Vente de bracelets 2€



Communauté Instagram



Teaser promotionnel du bracelet



Vente aux enchères

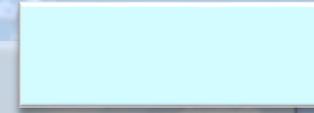


0,65€ le sms

LE SMS 2024

Envoyez « 2024 » au 72024 pour soutenir la candidature de Paris au JO 2024.

Analyse du lieu de candidature



- Paris centre de certaines valeurs **uniques et reconnaissables dans le monde entier**

(Rencontre, partage, être ensemble, fierté, solidarité, festif)

- Création d'emploi

- Retombées (économiques, touristique) sur plusieurs années

- **80% des structures existent déjà**

- Crise économique

- **Peur de la population à cause des évènements terroristes**

Risque :

Augmentation des impôts, des prix en CHR

Public ciblé

Cible prioritaire :

- ▶ Le grand public (Parisiens/ les provinciaux)
- ▶ Les sportifs "amateurs"
- ▶ Les clubs amateurs
- ▶ Les acteurs économiques influents (ex: grands chefs d'entreprises)



Cible secondaire :

- ▶ Les fédérations
- ▶ Les sportifs professionnels de haut niveau
- ▶ Les institutionnels



Persona- Objectifs- Stratégies adaptées



- Les J.O sont un plus pour les enfants (**valeurs du sport- éducation, partage, fairplay, modernité, tolérance, mixité**)
- Enfants = **futurs athlètes de haut niveau**



Moment unique à partager +Qualité du spectacle sportif
Création d 'emploi



- Devenir partenaire = notoriété ++ de son entreprise
- JO2024 = rassemblement + partage faire rêver sur **l'ambiance festive et conviviale**



- Les J.O véhiculent des **valeurs** + rôle important : communication, (soutien) de l'évènement (**ambassadeur**)



- Support: **média sociaux**
- Inciter le **crowdsourcing** : créations et partages de contenus
- Illustrer les **valeurs du sport, de la France**, les matérialiser sur les visuels

Le crowdsourcing



- **Inciter la force créative de chacun**

Mobiliser les talents des français (multimédia – prose – vidéos- photos- dessins)

- **Comment le faire?**

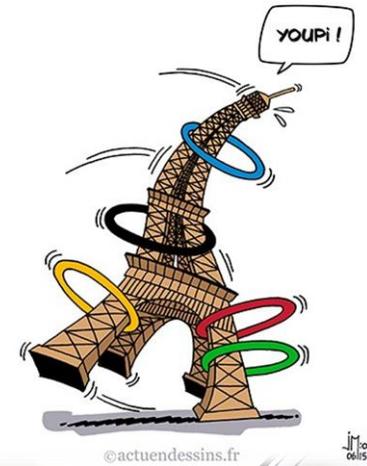
Avec des concours à thème :
montrer les valeurs des J.O en 1 minutes 30



J-1

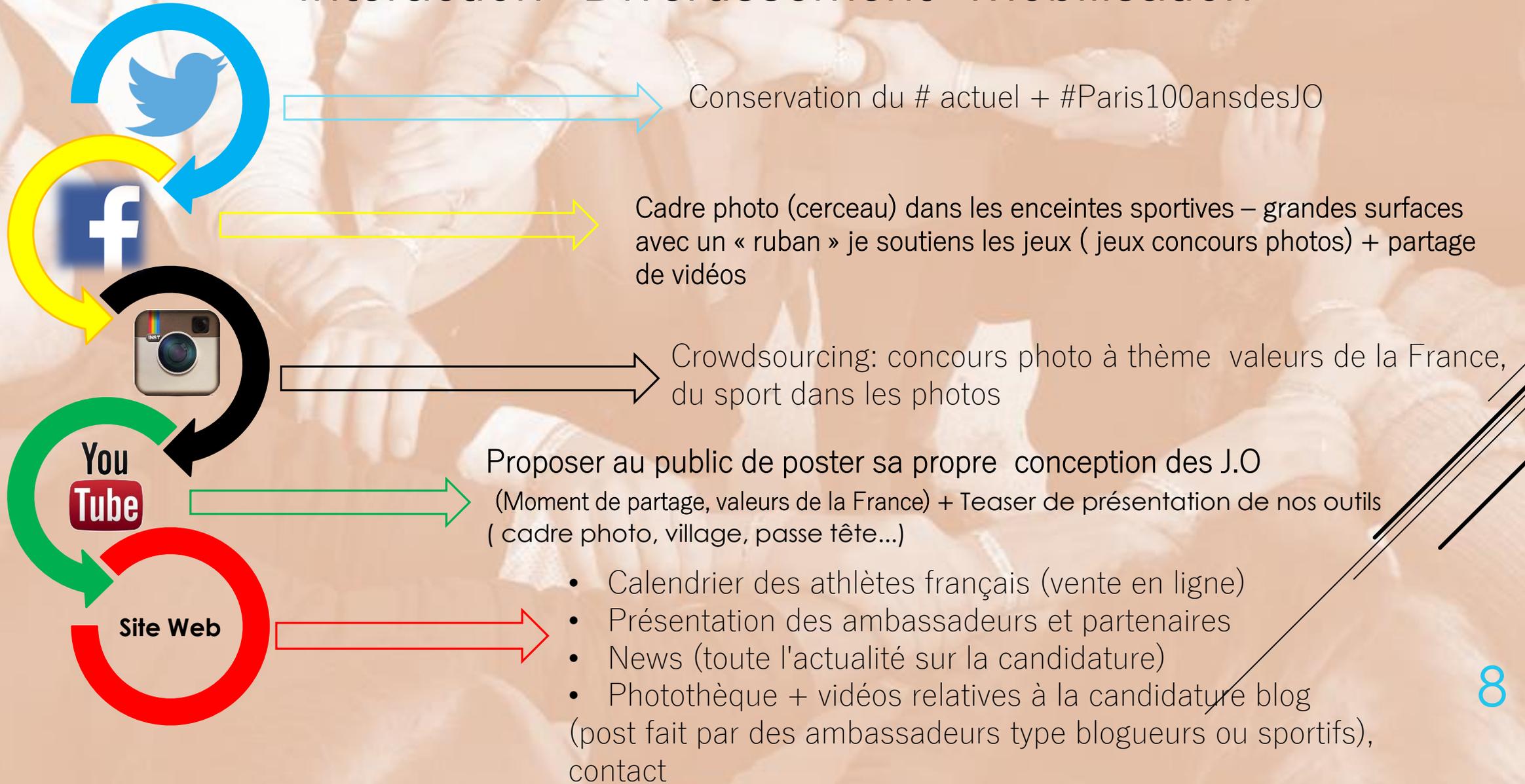


JEUX OLYMPIQUES
PARIS CANDIDATE POUR 2024



Véhiculer des valeurs par les émotions

Interaction- Divertissement -Mobilisation



Autres actions



Proposer aux français de devenir des ambassadeurs

- **Evènement**

Journée porte ouverte

(Initiation aux sports avec présence d'un sportif de haut niveau par discipline, dans des villes stratégiques)

- **Outils pour les réseaux sociaux:**

Pancarte photo

(street art éphémères) -> inciter les selfies

Peluche /porteclé

Qu'on peut mettre en scène facilement (Mascotte des JO Paris 2024)

Photo passe tête / Cadre photo Facebook

Présent dans les grandes surfaces et clubs de sport pour inciter à partager la photo et véhiculer des émotions positives

Exemple d'actions #Le calendrier des athlètes français



Janvier 2016

lun.	mar.	mer.	jeu.	ven.	sam.	dim.
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
RDV....						
11	12	13	14	15	16	17

Un calendrier
(agenda interactif en ligne)
1 photo par mois / 1 photo /
semaine / 1 photo/ jour

Plusieurs catégories de photos
de calendrier:

- Sportives féminines
- Sportifs masculins
- Temps forts du sport
- Par discipline
- Des champions

Exemple d'outils #Cadre photo

Où?

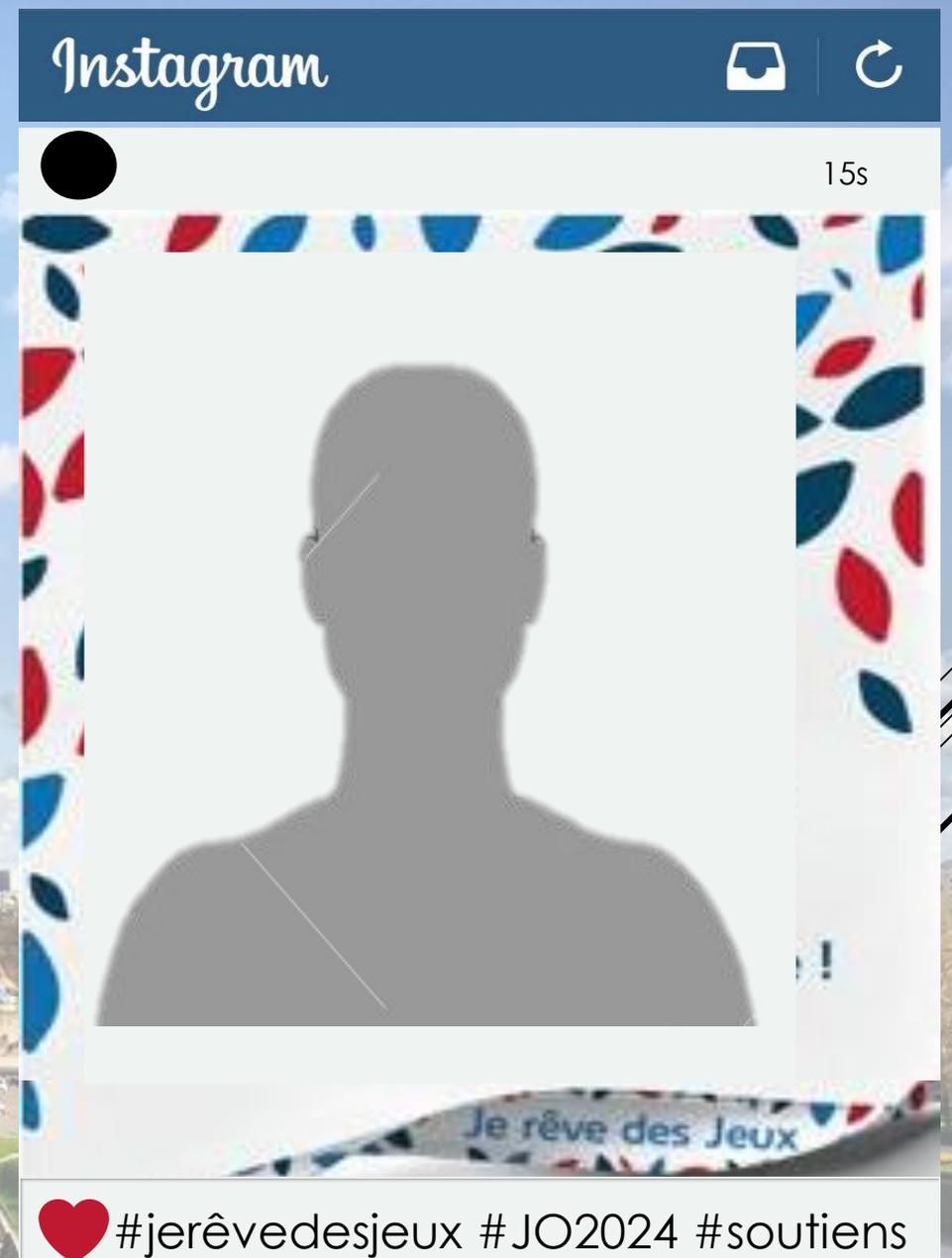
- Dans des lieux stratégiques :
- Stades ou équipements sportifs publics
 - Lieux très fréquentés

Comment?

- Accroché sur des poteaux
- En dur, fixé au sol
- Avec un fond sportif ou culturel

Qui ?

- Toutes personnes voulant revendiquer son soutien au JO
- Des actifs sur les réseaux sociaux
- Entre 15 et 40 ans
- Influenceur



Exemple d'outils # La photo passe tête

Où ?

Dans les clubs de sports – grandes surfaces

Comment ?

Grandes pancartes à l'entrée des complexes sportifs, des stades, des gymnases, etc

Qui ?

- Les licenciés
- Les pratiquants amateurs ou professionnels
- Les pratiquants réguliers ou occasionnels



Parce que l'athlète de demain c'est peut être VOUS !
Votre enfant ! Un ami ! Un proche !

Exemple d'outils #La pancarte

Où ?

- Dans les clubs de sports et grandes surfaces

Comment ?

- Grandes pancartes à l'entrée des complexes sportifs, des stades, des gymnases, etc
- Pour que les sportifs se prennent en photo avec leur idole

Qui ?

- Les licenciés
- Les pratiquants amateurs ou professionnels
- Les pratiquants réguliers ou occasionnels



« Mot du sportif »

Teddy Riner

Budget prévisionnel approximatif

Poste	Calcul	TOTAL	Description
Community manager	1466,62 X 8 + 30% de charges patronales	15 252,85€	CDD de 8 mois (jusqu'au mois de septembre date de délibération)
Chargé de marketing	1466,62 X 8 + 30% de charges patronales	15 252,85€	CDD 8 mois (jusqu'au mois de septembre lors de la délibération)
Photographe + shooting des sportifs	A négocier gratuitement	0€	Négociation partenariat
Affiches street art	Variable selon le besoin	876€ HT	1000 grandes affiches * prix indicatif
Planche photo	200 * 80	16 000€ TTC	Passerelle
Village ambulant	1* 5 000	5 000€	Journée porte ouverte avec sportifs présents
TOTAL		53 075,7 €	



MERCI POUR VOTRE ATTENTION

Sportivement, Axelle, Camille, Maeva et Mathilde