

# Bilan des actions Paris 2024

Chose Paris Region, moteur de l'attractivité et acteur majeur des Jeux



# Édito

« Lors de ces Jeux, l'agence Choose Paris Region s'est fortement mobilisée afin d'accueillir et faire vivre une expérience 360 aux investisseurs, visiteurs, producteurs d'image, talents du monde entier et de valoriser les atouts de la Région. C'est l'aboutissement d'un long travail d'équipe au service d'un héritage qui renforce l'attractivité de l'Île-de-France pour les années à venir. »

Avec Paris 2024, notre premier objectif était de souligner les atouts solides du 1<sup>er</sup> territoire européen à travers l'expérience des Jeux et l'exploration des lieux remarquables olympiques et non olympiques.

Notre second objectif était que l'agence soit clairement identifiée comme l'interlocuteur et le partenaire majeur de la destination.

À travers ses 4 piliers, l'Agence a mis en place des actions de 4 natures : des actions vers des investisseurs et prescripteurs économiques ; de la production et de la diffusion de contenus ; des actions d'influence vers des cibles presse ; et des actions liées à l'accueil des visiteurs. L'engagement de Choose Paris Region a permis une présence continue sur le terrain et une organisation minutieuse de rencontres et d'événements. De nombreux verbatims et témoignages soulignent que nos ambitions ont été tenues. Ces initiatives ont permis non seulement de présenter l'excellence de la région, mais aussi de tisser des liens avec des partenaires clés de secteurs stratégiques et prioritaires comme l'industrie, l'intelligence artificielle, la santé, la finance.

Avec la création de sa plateforme unique d'échanges, l'agence a capitalisé sur l'effervescence mondiale des Jeux pour attirer l'attention d'acteurs économiques de premier plan et avec l'ambition d'implanter de nouveaux projets. Cet investissement s'inscrit donc dans une vision à long terme pour renforcer la position de l'Île-de-France dans la compétition internationale des grandes métropoles du monde et à promouvoir ses territoires.

Les retombées attendues vont bien au-delà de l'événement lui-même, avec des perspectives d'investissements, de création d'emplois, et d'une visibilité internationale renforcée pour les années à venir.

Dans ce document, vous découvrirez en détail les actions menées par Choose Paris Region avant, pendant et après les Jeux Olympiques et Paralympiques à travers ses 4 piliers : Invest, Visit, Film, Work and Live. »



**Alexandra Dublanche**

Présidente  
Choose Paris Region



**Lionel Grotto**

Directeur Général  
Choose Paris Region



**Invest**



**1 500**  
entreprises et prescripteurs ciblés



**500**  
CEO et prescripteurs internationaux



**130**  
projets d'investissement directs ou indirects en lien avec Paris 2024\*



**26**  
projets identifiés pendant les jeux de Paris 2024

\*14 000 emplois directs, indirects, induits



**Visit**



**6,6 millions** +4%\*  
de touristes en Île-de-France



**37 470**  
professionnels du tourisme incités à se former à l'accueil et à l'accessibilité\*\*\* [LB1] [FM2] [FM3]



**10,5 millions**  
de passagers\*\* touchés par la campagne " Welcome Paris Region "

\* période d'accueil olympique & paralympique \*\* film de promotion diffusé sur 28 000 vols longs courrier entre mai 2024 & octobre 2024  
\*\*\* (via les dispositifs de l'agence : brochures Do you speak touriste? Et capsules e-learning site pro, réseaux sociaux, app serious game, formations et webinaires)



**Film**



**4 400**  
journalistes accompagnés pour les autorisations de tournage au sein du Paris Media Center\*



**21**  
communes participantes au programme " Easy Filming "



**78**  
productions accompagnées en Île-de-France pendant l'été

\*Dispositif au sein du media center du carreau du temple en collaboration avec la mission Cinéma de la ville de Paris

# Sommaire

<b>1. Paris 2024, moteur de l'attractivité pour l'Île-de-France, une région inspirante, innovante, durable et accueillante</b>	6
<b>2. Un guichet unique pour renforcer l'attractivité de la région Île-de-France</b>	10
a. Visit : Améliorer l'expérience touristique sur l'ensemble du territoire régional	
b. Invest : Impulser une stratégie d'influence & d'actions ciblées	
c. Film : Accompagner et accueillir les producteurs et médias du monde entier	
d. Influencer la presse et déployer des outils de communication institutionnelle	
e. Produire & diffuser des contenus avec un storytelling dédié à l'Île-de-France	
f. Développer une audience 360 réseaux sociaux	
<b>3. Choose Paris Region a transformé l'essai</b>	30
a. Résultats des actions : Les chiffres clés	
b. Séquences inaugurale et de clôture de Paris 2024	
c. À la découverte de la région hôte ! : le succès des Explorer Tours	
d. L'accueil des cibles stratégiques avec des hospitalités puissantes, émouvantes, inspirantes	
e. La mobilisation des équipes Choose Paris Region sur plus de 50 événements extérieurs	
<b>4. Des liens professionnels et « amicaux » renforcés</b>	46
<b>5. Conclusion</b>	52
<b>6. Remerciements</b>	54
<b>7. Annexes</b>	56
a. Photos des événements / cartons d'invitation	
b. Questionnaire de satisfaction	
c. Liste & photos des hospitalités	
d. Vue d'ensemble des séquences organisées par Choose Paris Region	

# 1. Paris 2024, moteur de l'attractivité pour l'Île-de-France, une région inspirante, innovante, durable et accueillante



Du 26 juillet au 8 septembre 2024, les Jeux Olympiques et Paralympiques ont accueilli plus de 6 millions de visiteurs sur 25 lieux emblématiques de l'Île-de-France. **Depuis le début de l'année (1er janvier 2024), la collectivité hôte a conforté sa position de première destination touristique mondiale avec plus de 22 millions de touristes accueillis (soit +3% par rapport à la même période en 2023).** Durant la période estivale, les Jeux ont modifié et fortement dynamisé la fréquentation touristique habituelle. De forts pics d'activité ont été enregistrés pendant cette période qui a elle seule a enregistré la venue de plus de 4 millions de touristes<sup>1</sup>. Plusieurs millions de Franciliens et d'excursionnistes ont également dynamisé l'activité en participant aux épreuves ou en étant présents sur les fan zones. Sous les feux des projecteurs du monde entier, le territoire a vécu au rythme de l'esprit olympique et de cette grande fête populaire : excellence, inclusion, sens du collectif.

**Avec ce formidable accélérateur de politiques publiques (sport, emploi, transport et accessibilité), la Région Île-de-France s'est engagée dans toutes les phases de ce projet exceptionnel avec plus de 500 millions d'euros investis, ce qui fait d'elle le premier financeur de Paris 2024 après l'État<sup>2</sup>.**

Au-delà de l'événement planétaire regardé, visionné, partagé par plus de 3 milliards d'individus<sup>3</sup>, l'ambition des collectivités hôtes dont la Région est de léguer un héritage matériel, avec des infrastructures de qualité, accessibles et durables, un héritage immatériel, en soutenant dans la durée l'innovation, l'emploi, l'attractivité économique et le tourisme.

Dans sa dimension sportive, ce moment historique a représenté une formidable opportunité pour souligner et faire découvrir les atouts majeurs de Île-de-France. En effet, les grands événements sportifs internationaux constituent une occasion unique de montrer que l'Île-de-France est une destination innovante, inspirante, du futur et durable.

**Les nombreux témoignages de visiteurs, d'invités, de prescripteurs, de médias démontrent la capacité de notre collectif et de nos territoires à faire rêver le monde. Certaines retombées presses internationales se sont faites l'écho d'une « Révolution paralympique », d'une « Révolution inclusion » qui a démontré la pleine réussite de ses Jeux à inclure l'ensemble des talents. De toute l'histoire des olympiades, aucun site de compétition n'avait été aussi accessible tant pour les athlètes que pour les publics à mobilité réduite.**

Quelques chiffres évoquent cet investissement<sup>4</sup> :

- La mise en accessibilité de 240 gares soit 95% du trafic de train et de RER.
- 10 lignes de navettes gratuites pour accéder aux sites de compétition éloignées des gares.
- 150 navettes pour les spectateurs en fauteuil roulant.
- 1 000 bus pour transporter les athlètes et les accrédités.

**À noter que la région Île-de-France souhaite continuer cet héritage en rendant l'accessibilité complète du métro parisien avec un projet de grand plan d'investissement de 20 milliards<sup>5</sup>.**

<sup>1</sup> Extrait du communiqué de presse du Ministère des Sports et des Jeux Olympiques et Paralympiques du 10 septembre 2024

<sup>2</sup> <https://www.iledefrance.fr/toutes-les-actualites/jeux-2024-en-chiffres-ce-que-ile-de-france-et-les-franciliens-y-gagnent>

<sup>3</sup> <https://olympics.com/loc/news/loc-president-praises-broadcast-operations-as-paris-2024-reaches-record-audiences>

<sup>4</sup> <https://www.iledefrance.fr/presse/1-100-avant-les-jeux-de-paris-2024-organisation-et-dispositifs-prevus-par-la-region>

<sup>5</sup> <https://www.leparisien.fr/info-paris-ile-de-france-oise/transports/a-paris-un-metro-100-accessible-nous-sommes-pret-s-a-le-faire-et-sans-impot-supplementaire-affirme-valerie-peresse-26-08-2024-CUMDRUCCI5AKBMZYB6UB62EBHE.php>

**Enfin les Jeux de Paris 2024 tout comme les précédentes olympiades ont un impact sur l'image du territoire. D'ailleurs selon les résultats du Global Cities Investment Monitor 2023<sup>6</sup>, 55 % des entreprises sondées avant les jeux considéraient que les Jeux Olympiques et Paralympiques 2024 allaient augmenter l'attractivité de l'Île-de-France. (Enquête OpinonWay : étude quantitative réalisée auprès d'un échantillon de 200 dirigeants et responsables d'entreprises internationales)**

**Les épreuves ont valorisé les territoires autour des sites de compétition partout dans la région, et cela tant à l'international que pour les habitants. Par exemple :**

#### • Quartier de La Défense, autour de l'Arena La Défense

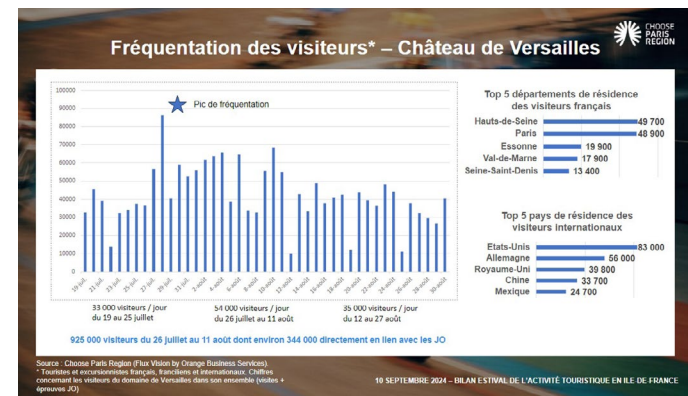
La Défense Arena a accueilli les épreuves de natation depuis le 27 juillet où des pics de fréquentation nationaux et internationaux ont été observés avec plus de 50 000 visiteurs sur la zone (principalement des Français, une grande majorité d'Américains et d'anglosaxon comme des Australiens et des Anglais).

#### • À Saint-Denis, autour du Stade de France et du Centre Aquatique Olympique

Après un premier pic de fréquentation de 143 000 visiteurs lors du tournoi de rugby à 7 qui s'est déroulé pendant la première semaine des Jeux Olympiques, le Stade de France a atteint un nouveau pic le 4 août avec plus de 183 000 présents sur site à la faveur des épreuves d'Athlétisme (principalement des Français, des Américains, des Anglais et des Allemands).

#### • Au Château de Versailles, une affluence hors norme pour les sports équestres

Le 28 juillet, plus de 83 000 visiteurs<sup>7</sup> (c'est 3 fois plus qu'en temps normal) se sont retrouvées dans le Parc du Château de Versailles pour le Cross, l'épreuve reine du concours complet d'équitation des Jeux Olympiques 2024, un cadre qui a transcendé les cavaliers français, qui, ce jour-là, se sont hissés à la deuxième place du classement provisoire par équipes.



Dans ce contexte, Chose Paris Region a investi significativement des ressources pour mettre en lumière les différentes facettes des territoires de la collectivité hôte.

<sup>6</sup> <https://gp-investment-agency.com/gcim-2023/>

<sup>7</sup> 27 000 visiteurs en moyenne par jour source le Parisien

## 2. Un guichet unique pour renforcer l'attractivité de la région Île-de-France



Depuis 2017, les préparatifs des Jeux, tout comme ceux de la Coupe du Monde de Rugby 2023, ont été un catalyseur des grands projets de développement urbain, d'investissements dans des secteurs aussi variés que la santé, la construction, l'énergie, les mobilités, le marketing, le sport, l'économie sociale et solidaire, etc. Ils ont permis de rappeler (ou de prouver de nouveau dans cette compétition monde entre grands territoires) que l'Île-de-France est le hub européen pour les affaires, la créativité, l'innovation et la qualité de vie.

En amont des Jeux, en juillet 2023, Choose Paris Region a fusionné avec le Comité Régional du Tourisme devenant ainsi un guichet unique global de la collectivité hôte à travers ses missions : accueillir les investisseurs, les touristes, les producteurs d'images et les talents du monde entier. Ses 4 piliers se nourrissent les uns les autres et permettent d'assurer un rayonnement à 360°.

Ainsi, à date et depuis la date d'attribution de l'organisation des Jeux, **130 investissements directs étrangers** sont gagnés pour l'Île-de-France et vont créer près de **14 000 emplois directs, indirects et induits et à 3 ans**, répartis en créations d'entreprises, partenariats commerciaux, et projets d'extension. Ces projets sont tous accompagnés par l'agence avant, pendant et après les JOP. Dans le cadre de ce travail et à l'instar de ce que nous avons mis en place à l'occasion du Brexit, une équipe projet de l'agence a été dédiée au suivi de ces projets.

À travers ses actions, l'agence a proposé une expérience 360 unique aux touristes, aux producteurs d'image, aux investisseurs et aux talents internationaux qui a valorisé la collectivité hôte en tant que destination : inspirante (patrimoine historique et culturel fort), innovante et durable (mobilité du futur, bâtiments durables, infrastructures intelligentes), inclusive et qui offre une haute qualité de vie (diversité des paysages, territoires, sport, art, culture et expériences).

#### L'agence a ciblé plus de 1 500 investisseurs et décideurs internationaux avec pour objectif de :

- **Positionner Choose Paris Region comme interlocuteur majeur de la destination et de valoriser nos compétences et savoir-faire internes**
- Nouer de nouveaux contacts avec le réseau des prescripteurs internationaux
- Renforcer nos liens avec des contacts existants
- Partager des expériences uniques avec nos cibles (visiteurs, investisseurs, acheteurs et partenaires en termes de qualité de l'accueil, d'hébergement, de déplacements en transports publics, de restauration...)
- **Valoriser les filières prioritaires** (mobilité, santé, agro-alimentaire...) de la région et les acteurs qui font tous les jours l'attractivité de l'Île-de-France et qui sont pour beaucoup membres de notre gouvernance (SNCF Transilien, Sanofi, RATP, IDF Mobilités, etc.)
- Inversement, les intervenants de ces lieux ont contribué à valoriser l'Île-de-France, reprenant nos messages clefs
- Identifier des projets d'investissements et/ ou des projets de réinvestissement
- Identifier de nouveaux ambassadeurs et prescripteurs
- Valoriser le patrimoine, les lieux événementiels et lieux remarquables de la région
- Avoir un taux de satisfaction très élevé de la part des invités

À travers ses 4 piliers, l'Agence a notamment pu, mettre en place des actions de 4 natures : des actions vers des investisseurs et prescripteurs économiques ; de la production et diffusion de contenu ; des actions d'influence vers des cibles presse ; et des actions liées à l'accueil des visiteurs.

**En 2023, les retombées économiques sur le territoire ont confirmé l'influence de la destination avec 410 investissements directs internationaux créant plus de 32 000 emplois (+4%), 47,5 millions de touristes accueillis (+8%) et 10 745 jours de tournages recensés (représentant 70% des jours de tournages en France).**

Le maintien du niveau d'investissements est d'autant plus remarquable qu'on observe un repli marqué par l'investissement international dans les pays européens selon le dernier rapport de la CNUCED<sup>8</sup> publié en janvier 2024. L'Île-de-France a réussi à faire preuve de résilience, à conserver la confiance des investisseurs et à maintenir son niveau d'attractivité. Au-delà du rayonnement de Paris, c'est toute l'Île-de-France qui bénéficie de cette attractivité avec près de 40% des flux d'investissement et de tourisme qui se situe hors Paris.

<sup>8</sup> [https://unctad.org/system/files/official-document/wir2024\\_overview\\_fr.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/wir2024_overview_fr.pdf)



## a. Visit : Améliorer l'expérience touristique sur l'ensemble du territoire régional

En 2023, le nombre de touristes accueillis à Paris Île-de-France est de 47,5 millions et la consommation générée atteint les 21,7 milliards d'euros<sup>9</sup>. C'est un pilier stratégique de l'attractivité francilienne.

Valérie Pécresse, Présidente de la Région Île-de-France, a affiché l'ambition d'être « la meilleure destination mondiale<sup>10</sup> » pour les visiteurs. L'expérience de l'accueil est donc stratégique car cela influence la réputation, la recommandation, la revisite. Dans nombre de cas, les visiteurs venus de loin parfois pour la première fois ont une attente forte pour vivre pleinement une destination rêvée, et parfois idéalisée. La qualité de l'accueil est identifiée comme un levier du développement économique touristique. Le bilan de l'attractivité touristique de Choose Paris Region atteste que 79% des touristes sont satisfaits de l'accueil en Île-de-France<sup>11</sup>.



© Choose Paris Region/Helisy

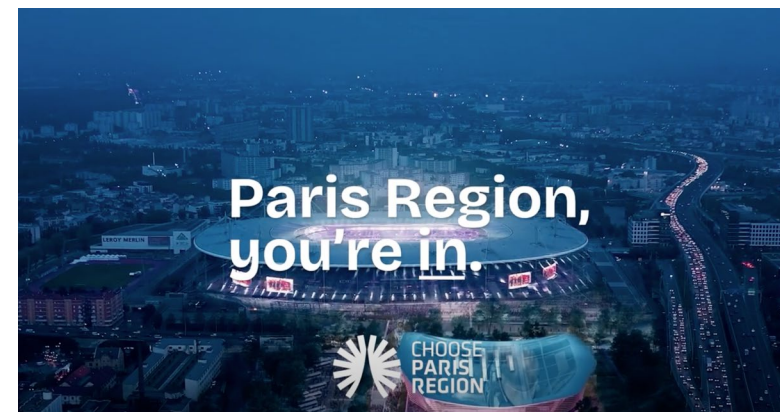
<sup>9</sup> Téléchargez le document : [Bilan 2023 de l'attractivité touristique en Île-de-France](#)

<sup>10</sup> Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs 2022-2026

<sup>11</sup> Enquête de fréquentation touristique Avion-Train-Route - Choose Paris Region - données annuelles 2023 - échantillon de 27 423 touristes

### Les actions pour améliorer le parcours des visiteurs ont été priorisées :

- Dans les aéroports de Roissy CDG et Paris Orly, les agents des 10 points d'Informations Tourisme (1,8 millions de visiteurs par an) ont donné des conseils et informations sur les sites olympiques et paralympiques. Ils ont pu proposer des parcours touristiques. Du 26 juillet au 9 septembre cela représente des milliers de visiteurs orientés<sup>12</sup> :
  - 160 000 visiteurs renseignés à CDG
  - 80 000 visiteurs renseignés à Orly
  - 12 000 visiteurs renseignés à Disney Paris
  - 4 800 visiteurs renseignés aux Galerie Lafayette
- Un carnet de voyage 100% numérique a aussi permis aux visiteurs de se laisser porter hors des sentiers battus, vers des territoires moins connus du Grand Paris. L'objectif était de faciliter l'accès à l'ensemble de la destination car 12 des 25 sites olympiques étaient hors Paris. Ce support a connu un certain succès avec un taux d'ouverture de 57 % soit 2 000 téléchargements.
- Un film de bienvenue<sup>13</sup> a été réalisé par l'agence et a été diffusé entre mai et octobre 2024 sur 28 000 vols long-courriers : 10,5 millions de passagers auront ainsi vu le film durant cette période.



Film Paris Region you're in. Dispositif Welcome Paris Region

© Choose Paris Region

<sup>13</sup> Lien vers le film: [Welcome in the Paris Region](#)

- Déploiement d'une campagne de communication en collaboration avec Paris Je t'aime pour valoriser des jeux 100% accessibles en transports publics tout en associant les territoires et les collectivités hôtes. Pour ce faire, mise en lien d'un site paralympique et olympique à Paris et un site paralympique et olympique en Île-de-France, soit 16 parcours x 32 disciplines sportives, 8 parcours en région, 8 parcours dans la Métropole du Grand Paris.

## Welcome – Bienvenue



Une campagne a été réalisée en partenariat avec France Bleu pour mettre en avant le dynamisme touristique des territoires franciliens à travers des quotidiennes du lundi au vendredi et le week-end avec une équipe mobile présente sur les différents lieux pour une diffusion en direct.

Le fil rouge conducteur a été les Jeux Olympiques et Paralympiques avec des focus sur : les sites de compétition olympiques, les sites d'entraînement, les bases-arrières des équipes, les centres de préparation aux jeux « Terres de jeux 2024 », les lieux d'animation grand public « Club 2024 », les Clubs Houses des équipes, les sites touristiques aux couleurs JOP ...

## L'info JOP du mois

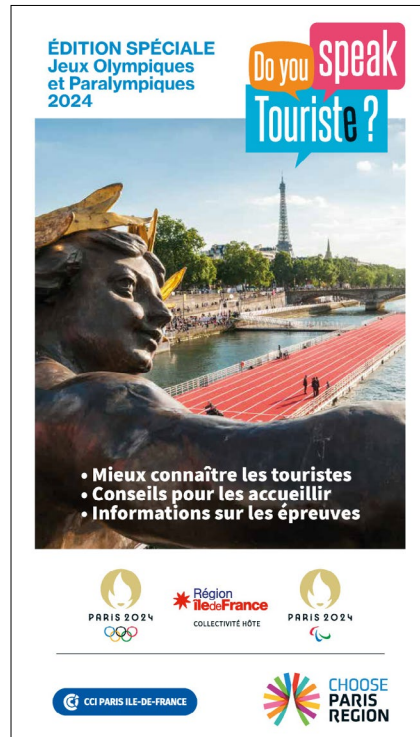


Dispositif d'accueil des visiteurs dans la newsletter special Paris 2024

**En parallèle, l'Agence a mis en place des moyens humains pour accueillir les visiteurs avec le déploiement de 150 Volontaires du Tourisme, sur plusieurs mois, dans de très nombreux sites touristiques, tels que des musées, monuments, offices de tourisme, gares et aéroports, et pour les deux tiers situés hors de Paris.** Les Volontaires du Tourisme, stagiaires issus de formations en langues, en tourisme, en écoles de commerce, ont ainsi été déployés en complément des équipes permanentes des sites touristiques, et ont concouru à l'amélioration de la qualité de l'accueil et de l'offre de services aux visiteurs. Durant la période des JOP, tous ont été habillés de la même tenue que les Volontaires de Paris 2024, leur permettant ainsi de s'inscrire dans une chaîne d'accueil cohérente à l'échelle régionale. Des formations, organisées par Choose Paris Region et ses partenaires, leur ont quant à elles permis d'accueillir les principes fondamentaux de l'accueil et de la sécurité et d'être prêts à informer et orienter.

Un guide « [Do You Speak Touriste](#) » spécial JOP 2024<sup>14</sup> a été édité en partenariat avec la Chambre de Commerce et d'Industrie Paris Île-de-France. Ce guide met à disposition des informations sur le profil des touristes, leurs habitudes ainsi que les bonnes pratiques et préconisations pour satisfaire les touristes tout au long de leurs séjours et les besoins et attentes spécifiques des spectateurs des JOP accompagnés de portraits, et vise à mieux accueillir les visiteurs des JOP (y compris en situation de handicap). La brochure réalisée en version digitale et imprimée à 5 000 exemplaires qui ont été diffusés via le réseau de Choose Paris Region, des chambres de commerce et des offices de tourisme, des sites culturels et touristiques, des Clubs hôteliers, des centres commerciaux, des associations de commerçants parisiens réunis par la FACAP (Fédérations des Associations de Commerçants et Artisans Parisiens), etc.

- Bilan de l'opération presse « **Do You Speak Touriste** » : 22 articles et 2,5 millions de contacts touchés soit un équivalent Achat d'Espace de 315 000 €
- Top 10 par source : LeParisien.fr, France Info, RMC Info, sudouest.fr, BFM Paris IDF, Le Parisien Val d'Oise, L'industrie Hôtelière, France Bleu, 94 citoyens.com, La Gazette du Val d'Oise.



**Serious Game « Do You Speak Touriste » spécial JOP 2024** : une application numérique en marque grise, téléchargeable gratuitement sur les app stores grâce à un QR Code au dos de la brochure et via 800 stylos brandés NFC. Il s'agit d'une façon ludique de se former et de se sensibiliser à l'offre touristique locale et à l'accueil des visiteurs et spectateurs des JOP 2024. Associant des mécanismes de motivation et d'engagement du jeu, des contenus pédagogiques qualifiés (cours, quiz et vidéos), de la donnée touristique géolocalisée et un algorithme de recommandation, cette application apporte une véritable innovation dans l'apprentissage touristique.

**Un programme de formation directement ou indirectement en lien avec les Jeux Olympiques et Paralympiques** ouvert à tous les professionnels du tourisme de la région : 4 webinaires entre mars et juin et des modules e-learning sur le site professionnel de l'Agence. A noter le webinar « Besoins et attentes des spectateurs des Jeux Olympiques et Paralympiques Paris 2024 » avec 116 participants.

<sup>14</sup> [Do You Speak Touriste](#) » spécial JOP 2024

Une communication dédiée « Parissport » sur les salons, les workshops ou les déplacements à l'international a aussi été mise en place et un film promotionnel de la destination a été diffusé lors de nombreuses opérations de promotion, comme lors de la visite au Centre d'entraînement olympique de Corée du Sud avec l'Office du Tourisme de Fontainebleau.

Les outils de promotion ont mis l'accent sur les sites, offres et territoires liés à l'organisation des JOP et des épreuves :

- Guide de la Destination 2023-2024 ([lien](#))
- Magazine Destination Groupes (n°8 en couv et à chaque numéro, un article dédié. [lien](#))

Des actions terrains :

- L'organisation d'éducteurs avec la thématique des Jeux avaient comme objectif de valoriser les produits commercialisables comme les visites de stades (dans une perspective d'héritage des Jeux).
- L'opération « Spirit in motion » réalisée conjointement avec entre Atout France, et Paris Je t'aime s'est déroulée pendant les Jeux Paralympiques pour faire la promotion de la destination accessible.
- De nombreuses prises de paroles ont été organisées sur ce sujet à l'international, par exemple à l'Ambassade d'Italie, au Royaume-Uni avec Atout France, etc.

**A venir le 5 décembre 2024 : les 3e Rencontres Franciliennes Culture et Tourisme auront pour thème "le Sport et l'attractivité touristique et culturelle des territoires comme héritage des JOP Paris 2024".**

Organisées dans le contexte du plan national de reconquête et de transformation du tourisme "Destination France" et du nouveau Schéma régional de développement du Tourisme et des Loisirs (SRDTL) d'Île-de-France 2022-2028, ces Rencontres visent à accroître les synergies entre les professionnels du tourisme et de la culture, les élus et administrations publiques, les entreprises, fondations et associations et à renforcer le développement économique, social et culturel des territoires franciliens.

## b. Invest : Impulser une stratégie d'influence & d'actions ciblées

Dans le cadre du « guichet unique » dédié à l'accompagnement d'entreprises étrangères, les équipes de Choose Paris Region ont mis en place des actions de prospection et de fidélisation très soutenues afin d'identifier et de gagner des projets. Cela a permis aussi d'enrichir la base de contacts.

Rappelons que l'un des objectifs stratégiques pour l'agence était d'être mieux identifié comme interlocuteur incontournable sur l'investissement international dans la région.

Au total, plus de 1 500 profils ont été sollicités et invités à découvrir la région et les services de l'agence.

Les Jeux Olympiques et Paralympiques ont attiré des leaders économiques de filières stratégiques, faisant de l'évènement un levier de développement d'affaires. Dans cette perspective d'opportunité, Choose Paris Region a mis en place et réalisé des programmes d'hospitalités dont :

- Un programme exclusif de réceptions pendant la période de compétitions sur les épreuves (cf **Nos résultats : quelques chiffres clés**)
- 4 expériences immersives « Explorer tours » sur des filières stratégiques incarnées par des sites emblématiques (cf **Choose Paris Region a transformé l'essai**)



© Choose Paris Region

## c. Film : Accompagner et accueillir les producteurs et médias du monde entier

L'agence a également mis en place **un processus simplifié d'autorisation de tournage** dans 21 communes d'Île-de-France volontaires du 1er juillet au 15 septembre 2024 (Easy Filming). Le dispositif a été déployé pour faciliter les autorisations de tournages des journalistes internationaux, orienter leurs sujets et valoriser la diversité de nos territoires franciliens.

### Hollywood et Bollywood ont été accueillis à Versailles pour les épreuves de jumping

Le lundi 5 août au Château de Versailles en présence du nouveau président de l'établissement public, Christophe Leribault, l'agence a accueilli 3 producteurs de premiers plans : Matthew Wiener (Mad Men, les Roumanoff...) Ted Gagliano Président de la Twenty Century Fox, avec des films comme All is true sur la vie de Shakespeare, des superproductions comme la Guerre des étoiles, ou encore Titanic. Samir Sarkar producteur indien a fait le voyage. Il a notamment produit l'Odyssée de Pi mais aussi plus d'une centaine de films et de documentaires. Le président de Motion Picture Association avait aussi fait le déplacement, Stan Mc Coy a d'ailleurs apprécié particulièrement le somptueux décor du jumping de Versailles.

L'agence a aussi été présente durant les Jeux Olympiques et Paralympiques au **Paris Media Center au Carreau du temple** aux côtés de la Mission Cinéma de la ville de Paris, pour permettre de **faciliter les démarches pour les équipes de tournages et journalistes durant la période des jeux** soit 4 400 journalistes accrédités, principalement des Français et des correspondants étrangers à Paris.



© Choose Paris Region

## d. Influencer la presse et déployer des outils de communication institutionnelle

La stratégie de l'agence durant cette période si particulière pour l'attractivité de notre pays a été de préparer des sujets, des images, des lieux, des angles pour les médias et journalistes étrangers présents sur place.

En effet, pour alimenter les 7 000 journalistes non accrédités (presse écrite web, TV, radios internationale, nationale, régionale, professionnelle, agences de presse, les correspondants étrangers à Paris, les broadcaster, etc.), l'agence a mis en ligne un [kit média](#), ce qui a permis de partager du matériel clé en main : guides & brochures, dossier de presse international, banque de visuels & de vidéos HD, témoignages, anecdotes et belles histoires, etc. Ce kit a été téléchargé 150 fois sur une période très courte.

Une cellule d'observation sur la fréquentation touristique a été renforcée pendant la période, ce qui a permis de disposer de chiffres quasiment en temps réel. Deux communications ont eu lieu dont on pourra retrouver ci-dessous les liens :

- [À J+7 du début des Jeux Olympiques de Paris 2024, les Jeux répondent de façon encourageante aux attentes de la destination Paris Île-de-France.](#)
- [La destination Paris Île-de-France poursuit sa dynamique touristique à J+14 du début des Jeux Olympiques de Paris 2024](#)

La sortie de ces deux flashes presse sur l'activité touristique pendant la 1ère et la 2ème semaine des Jeux ont eu une forte résonance médiatique :

- 89,2 millions d'audience ;
- 165 articles (médias français) ;
- 18 interviews (France Info, Europe 1, LCI, France Culture, BFM TV, Channel9 Australie, RTBF, CNN, Telegraph, BBC, TV Suisse Allemande, TV Canada...);
- Près de 3,5 millions € d'équivalent Achat d'Espace (EAE)



## e. Produire & diffuser des contenus avec un storytelling dédié à l'Île-de-France

De nombreux supports de communication ont été créés spécifiquement pour l'occasion.

À noter en particulier la réalisation d'un support « [Paris Region Key Messages](#) » qui a permis de diffuser les messages sur le territoire régional et sur les Jeux à l'ensemble de nos cibles avant et pendant les JOP, sur le modèle de ce qu'a fait Londres lors des Jeux de 2012.

Ce support a été imprimé à 2 000 exemplaires incluant une liste de 34 « **lieux remarquables en Île-de-France** » qui ont pour vocation l'illustration des chiffres mis en avant dans le document par des exemples représentatifs des richesses de la destination, qu'elles soient patrimoniales, technologiques, industrielles... avec en toile de fond, les JOP Paris 2024 et leur héritage. Chaque invité au cours des sessions sportives et événements organisés par l'agence a reçu un exemplaire des key messages.



© Adobe Stock

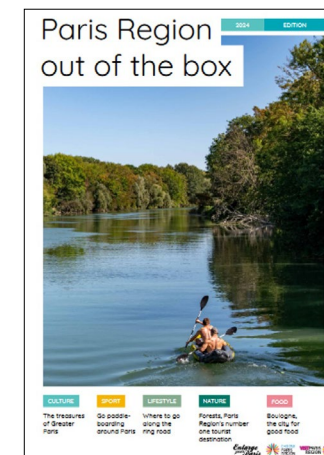
Un parcours éditorial JOP a été créé sur le site [visitparisregion.com](#) avec de nombreuses animations sur les réseaux sociaux en lien avec la thématique. **Cela a permis de valoriser des sites touristiques qui méritent parfois de gagner en notoriété aux yeux des publics franciliens et internationaux** : le Haras de Jardy (92), Versailles (78), le restaurant Les Coqs (91), Fontainebleau (77), le Canal de l'Ourcq (93), tout en abordant ces thématiques : art de vivre/gastronomie, culture/patrimoine et activités outdoor.

Des [Success Stories](#) d'entreprises, d'athlètes, de territoires, de lieux... des partenaires institutionnels et des entreprises de l'agence ont été collectées en amont des Jeux, puis traitées, rédigées et relayées à travers les différents canaux de communication ; une série de 25 articles a ainsi été rédigée. L'agence a ainsi mis en avant par exemple l'expérimentation de nouvelles solutions technologiques durant les Jeux<sup>15</sup>, rappelé que Paris est plus grand que Paris<sup>16</sup>, souligné de nouvelles destinations en mettant en lumière Saint-Denis et l'Est francilien<sup>17</sup> etc.

L'agence a également valorisé le Grand Paris et ses expériences à travers la réalisation d'un support spécifique « [Paris Region out of the box](#) » avec l'éditeur Enlarge Your Paris. **L'objectif de ce support était d'intégrer dans le site de Choose Paris Region une dimension marketing de destination plus en lien avec l'univers de Visit Paris Region. (Rubriques : cultures, Food, Lifestyle, Sport...).** Le support a été promu via des articles et les réseaux sociaux de l'agence.



[Paris Region Key Messages](#)



[Paris Region out of the box](#)

<sup>15</sup> « Les Jeux olympiques et paralympiques, un bond en avant technologique et durable »

<sup>16</sup> « Paris plus grand que Paris »

<sup>17</sup> « Est francilien : sur le parcours du marathon paralympique, des territoires en pleine mutation » ou encore « Plaine Commune (Seine-Saint-Denis), cœur battant des Jeux de Paris 2024 »

Les pages JOP des sites web de l'agence ont enregistré les fréquentations suivantes :

- plus de 13 700 visiteurs uniques sur les pages JOP du site [visitparisregion.com](https://www.visitparisregion.com) (<https://www.visitparisregion.com/fr/paris-2024-actualites>) entre janvier et septembre 2024 ;
- plus de 2 000 visiteurs uniques sur les pages JOP du site [chooseparisregion.com](https://www.chooseparisregion.org) (<https://www.chooseparisregion.org/paris-olympics-and-paralympics-2024>) entre mai et septembre 2024 ;
- près de 550 visiteurs uniques sur les pages JOP du site [filmparisregion.com](https://www.filmparisregion.com) (<https://www.filmparisregion.com/fr/actualites/jeux-olympiques-2024-tourner-paris-et-en-ile-de-france>)

L'agence a également diffusé des informations en lien avec les JOP2024 vers les territoires et ses parties prenantes : création d'une [newsletter institutionnelle « Île-de-France Attractivité »](#) de l'agence a été envoyée en amont des JOP le 11 juillet 2024. La newsletter attractivité de juin 2024 était titré « Le collectif des jeux olympiques et paralympiques de Paris Region 2024 », avec une diffusion à 1 657 destinataires et un taux d'ouverture de 29% .

Cette newsletter a informé ses contacts sur les actualités de la région Île-de-France, outils tel que le guide pratique des JOP, le Kit Media JOP, mais aussi sur les événements réalisés par l'Agence et à venir.

De plus, des newsletters à destination des professionnels du tourisme ont été enrichies tous les mois à partir de février avec une section « Infos JOP » pour notamment valoriser nos actions et partager des bons plans.

L'info JOP du mois



- Le périmètre « organisateur » autour des infrastructures
- Le périmètre « État » pour la sécurité des riverains et spectateurs

Pour circuler dans le périmètre de sécurité, il est nécessaire de demander un **laissez-passer numérique** sur la plateforme **Pass Jeux**.

Pour en savoir plus, consultez le [dossier de presse de la préfecture](#).

**Le savoir-vous ?**  
Le drapeau Paralympique est formé de trois « agitos » de couleur rouge, bleu et vert ce qui signifie en latin « Je bouge », symbolisant le mouvement et la force de volonté de chaque athlète paralympique.

**Anticiper les déplacements :**  
Le site Internet du gouvernement <https://anticiperlesjeux.gouv.fr/> aide à préparer les trajets durant les JOP, conseille pour les déplacements et indique les prévisions d'affluence dans les transports en commun grâce à une carte interactive. (outil indispensable du 26 juillet au 8 septembre 2024)

**Les périmètres de sécurité :**  
Les périmètres présentés ont été élaborés avec le double objectif de maintenir un haut niveau de sécurité, et de préserver les activités et les flux piétons et cyclistes. Les périmètres régulent ou restreignent la circulation motorisée.

Deux périmètres ont été élaborés :

L'info JOP du mois



Symbole d'unité et de paix, la flamme olympique arrivera en Île-de-France le 19 juillet. Elle se déplacera dans les différents départements avant de rejoindre la Seine, le 26 juillet, pour la très attendue cérémonie d'ouverture.

Découvrez les étapes du relais de la Flamme Olympique en Île-de-France :

- Vendredi 19 juillet dans le Val d'Oise, de Théméricourt à Soisy-sous-Montmorency, en passant par les villes de Pontoise, Cergy, Cormelles-en-Parisis, Argenteuil, Méry-sur-Oise, Auvers-sur-Oise, Sarcelles, Garges-lès-Gonesse, Saint-Prix et Deuil-la-Barre.
- Samedi 20 juillet en Seine-et-Marne, de Fontainebleau à Meaux, en passant par Pontault-Combault, Lagry-sur-Marne, Torcy, Melun, Vaires-sur-Marne, Chelles et Provins.
- Dimanche 21 juillet dans le Val-de-Marne, de Orly à Créteil, en passant par Ormesson-sur-Marne, Champigny-sur-Marne, Rungis, Vincennes, Maisons-Alfort, Boiszy-Saint-Léger, Vilpoux et Vitry-sur-Seine.
- Lundi 22 juillet en Essonne, de Étampes à Evry, en passant par Chamarande, Palaiseau, Maasy, Marcoussis, Gravel, Montgeron et Dourdan.
- Mardi 23 juillet dans les Yvelines, de Rambouillet à Versailles, en passant par les Mureaux, Mantes-la-Ville, Saint-Quentin-en-Yvelines, Poissy, Saint-Germain-en-Laye et Saint-Rémy-lès-Chevreuse.
- Mercredi 24 juillet dans les Hauts-de-Seine, de Sceaux à Nanterre, en passant par Clamart, Marnes-la-Coquette, Sèvres, Issy-les-Moulineaux, Rueil-Malmaison, Gennevilliers, Colombes et Suresnes.
- Jeudi 25 juillet en Seine-Saint-Denis, de Noisy-le-Grand au Parc Georges-Valbon, en passant par Neuilly-sur-Marne, Tremblay-en-France, Montreuil, Bagnolet, Sevran, Bobigny, Romainville, La Courneuve, Drancy et Pierrefitte-sur-Seine.

A partir du 14 mai, vous pourrez retrouver des informations sur les passages des flammes olympiques et paralympiques et beaucoup d'autres informations dans notre brochure et l'application numérique *Do You Speak Touriste ? special Paris 2024* !

**Le savoir-vous ?**  
A sa naissance, le rugby *tauteuil* s'appelait « Murderball », en raison de la brutalité des chocs entre les *tauteuils*.

Le COJOP a été un précieux soutien pour faciliter l'accueil des visiteurs et la diffusion de ces supports et d'autres informations pratiques. Le Comité d'organisation des Jeux a ainsi envoyé une série de newsletters aux détenteurs de billets (plus de 1M en volume) qui incluent un lien vers le site [Visit Paris Region](https://www.visitparisregion.com), ainsi que vers le lien de l'Office du tourisme de Paris ([Paris je t'aime](https://www.parisjetaime.com)). Paris 2024 a également fait des redirections vers les sites de l'agence en matière d'expérience spectateurs (<https://www.paris2024.org/fr/spectateurs>) et d'accessibilité ([Paris 2024 - Infos pratiques accessibilité](https://www.paris2024.org/fr/infos-pratiques-accessibilite)). Une collaboration avec la Direction de la Culture de Paris 2024 a également été mise en place pour valoriser les offres de l'Olympiade Culturelle sur les sites web de l'Agence et le carnet de voyage numérique (« roadbook ») à destination des visiteurs.

Clickiez [ici](#) pour lire la newsletter dans votre navigateur.

**Île-de-France Attractivité**

**Le collectif des jeux olympiques et paralympiques de Paris Region 2024**

Chers partenaires,

Nous sommes à J-16 ! Certains ont du mal à imaginer que tous les projecteurs du monde vont bientôt être tournés vers notre territoire pour 29 jours de compétition, avec 28 sports représentés, plus de 200 pays participants, et autant d'occasions de mettre en avant les grands projets de l'Île-de-France.

Certaines disciplines et épreuves seront individuelles. Mais la nôtre, celle de l'attractivité, est intrinsèquement collective ! Nous avons tous un rôle à jouer pour que l'héritage matériel mais aussi immatériel soit à la hauteur des investissements consentis ces dernières années. Soyez assurés que Choisir Paris Region et la Région Île-de-France seront à votre service pour faire rayonner vos projets et initiatives. Soyons tous pleinement mobilisés durant ces 2 mois de compétition pour accueillir au mieux les visiteurs, les délégations, les influenceurs, les équipes de presse, et nos clients et partenaires.

Vous trouverez dans cette newsletter un certain nombre de messages clés que vous pourrez relayer autour de vous durant toute cette période. Je vous souhaite à tous un bel été, de belles rencontres et de beaux partenariats sur ce terrain fertile et cette expérience unique que sont les Jeux Olympiques et Paralympiques.

Alexandra Dublanche  
Présidente de Choisir Paris Region  
Vice-Présidente de la Région Île-de-France chargée de la Relance, de l'Attractivité, du Développement économique et de l'Innovation

Paris 2024

L'Île-de-France : « Destination inspirante, destination innovante, Destination Durable, Destination future »

Retrouvez toutes les infos utiles pour les investissements en Île-de-France dans la nouvelle rubrique Paris 2024 du site de Choisir Paris Region ! Messages clés, actions de Choisir Paris Region dans le cadre des JOP, bilan des investissements liés aux JOP en Île-de-France, tourisme, tournages ... Pour offrir une expérience 360° de la Région Île-de-France !

[Newsletter](#)

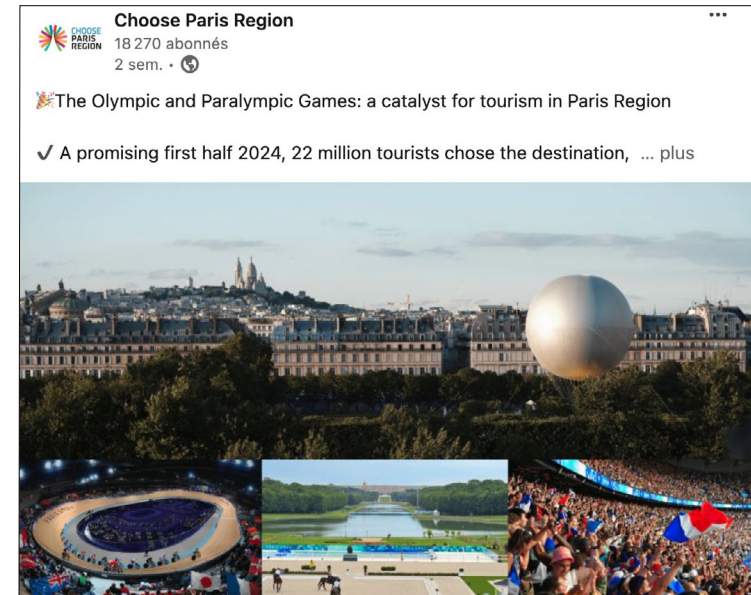
## f. Développer une audience 360 réseaux sociaux

Sur les réseaux sociaux, des thématiques très larges ont été relayées avec pour fil conducteur évidemment la venue des Jeux, avec des thématiques comme le MIPIM, le village olympique, le Pass Jeux, l'extension de la ligne 14, le tourisme pendant les Jeux, Plaine Commune Seine-Saint-Denis, les Key figures de l'Île-de-France, le J-50 des jeux paralympiques, La Défense Arena, les investissements liés aux JOP, les actions de l'agence dans le cadre des JOP, le J-7 de JOP, le relais de la flamme, l'héritage, les chiffres clés des JOP, la cérémonie d'ouverture, les athlètes franciliens, les explorer tours, etc. En chiffres voici les résultats de l'activité réseaux sociaux liée aux JOP :

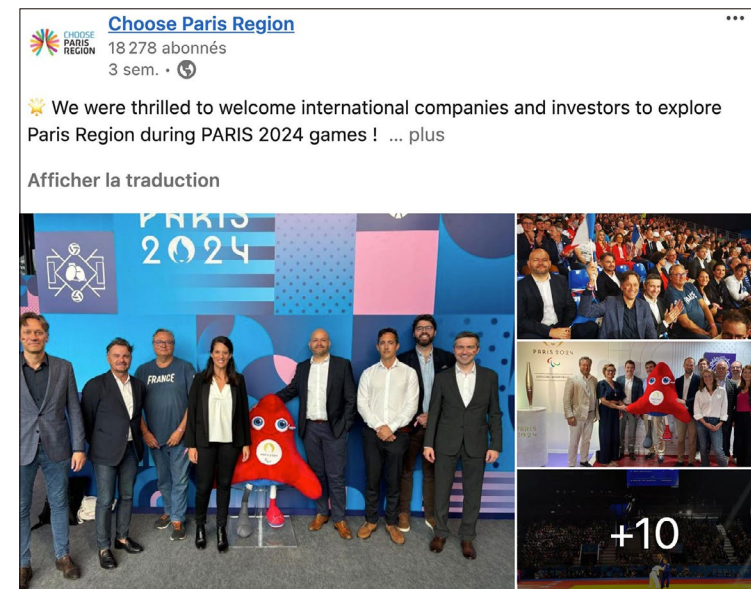
- Visit (Instagram, Facebook et X) : plus de 300 posts/stories qui ont généré plus de 1 050 000 impressions
- Invest (Linkedin) : plus de 75 posts qui ont généré près de 88 000 impressions.
- Invest (X) : 105 posts et partages qui ont généré près de 1 046 000 impressions.
- Film (Instagram et Twitter) : 90 posts / stories qui ont généré plus de 10 500 impressions.



© Choose Paris Region



© Choose Paris Region



© Choose Paris Region



### 3. Choose Paris Region a transformé l'essai



## Dans la perspective de Paris 2024, la Coupe du Monde de Rugby a été une opportunité de valoriser la région Île-de-France.

Ce premier temps fort a permis aux équipes de l'agence de rôder le dispositif. C'est dans ce contexte qu'a été mis en place un programme d'actions ciblées pour accueillir des publics internationaux de haut niveau à travers une soirée inaugurale et des hospitalités autour de rencontres sportives internationales.

Pour les Jeux Olympiques et Paralympiques, le défi est monté d'un cran. Il était plus important dans sa dimension universelle historique car ces olympiades étaient attendues depuis un siècle.

Choose Paris Region a donc mis les moyens à la hauteur de l'évènement tant sur la mobilisation des équipes que sur les investissements durant les JOP. Près des deux tiers des 130 collaborateurs étaient mobilisés sur le sujet avant et pendant l'évènement.



© Choose Paris Region

## a. Resultats des actions : Les chiffres clés

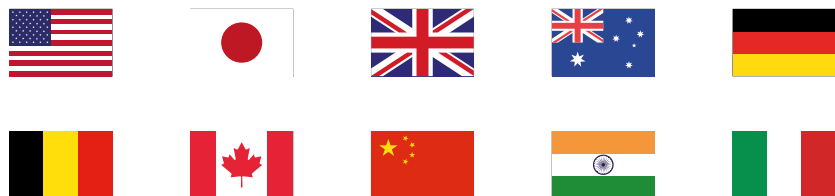
En ce qui concerne les événements d'hospitalité et d'influence, c'est plus de **1500 entreprises et partenaires** qui ont été contactés dont plus de **500 CEO et décideurs internationaux** sur les opérations d'influence organisées par l'agence tel que des Explorer Tours thématiques, des sessions sportives olympiques et paralympiques, des événements au Musée Marmottan Monet en marge de l'ouverture des Jeux Olympiques et au Musée d'Orsay en marge de la clôture des Jeux Olympiques.

À noter que 21 ambassadeurs représentant leur pays en France ont participé à au moins un évènement.

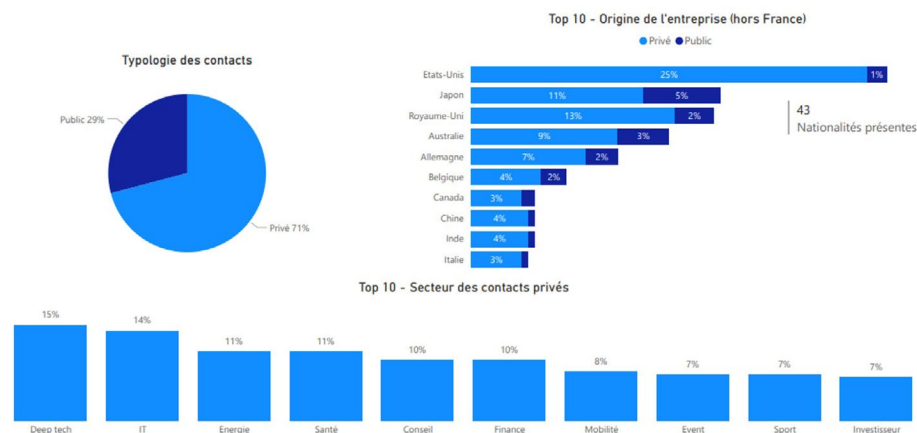


© Choose Paris Region

**Top des pays internationaux représentés dans toutes les actions confondues :**



De nouveaux outils ont été développés pour présenter un reporting automatisé des invités confirmés, sans pour autant remettre en cause l'intelligence humaine et les liens professionnels qui restent stratégiques dans une telle action de promotion et de prospection. Des milliers d'heures ont été passées à téléphoner, identifier les bonnes cibles, solliciter des partenaires qui se sont faits le relai des efforts des équipes internes.



## b. Séquences inaugurale et de clôture de Paris 2024

Dans le cadre des Jeux Olympiques et Paralympiques, Choose Paris Region et la Région Île-de-France ont organisé deux soirées dédiées à renforcer l'attractivité francilienne. Les musées ont particulièrement été à l'honneur car l'Agence souhaitait mettre en lumière des hauts lieux de l'impressionnisme sachant que 2024 célébrait l'anniversaire des 150 ans de l'impressionnisme. Date où la première exposition de ce mouvement artistique a vu le jour, en 1878 dans l'atelier de Nadar, boulevard des Capucines à Paris.

**La première soirée de lancement des Jeux a eu lieu le samedi 27 juillet au Musée Marmottan Monet,** autour d'une exposition intitulée « **En jeu ! Les artistes et le sport 1870-1930** ». Ce musée situé à deux pas du Trocadéro est un haut lieu de l'Impressionnisme avec en moyenne 300 000 visiteurs par an. Il est incontournable pour les amateurs de l'Impressionnisme étant donné qu'il s'agit de la plus importante collection de tableaux de Monet au monde en nombre d'œuvres – dont le célèbre « Impression soleil levant » – et de la plus large collection publique des œuvres de Berthe Morisot.

En présence de Valérie Pécresse, Présidente de la Région Île-de-France et d'Alexandra Dublanche, Présidente de Choose Paris Region, étaient présents :

- 270 invités en comptant les équipes de l'agence et de la Région Île-de-France
- 160 présents sans compter les équipes de l'agence et de la Région Île-de-France
- Soit 25 % de déperdition ce qui est classique sur un tel événement
- 85% d'étrangers, 15% de Français



Tableau de Ferdinand Gueldry, exposition « En jeu ! Les artistes et le sport (1870-1930) »

**La seconde soirée s'est déroulée au Musée d'Orsay** avec une vue unique sur la vasque olympique, le vendredi 9 août 2024. Cela fut l'occasion de célébrer la clôture des Jeux Olympiques et de fêter à nouveau les 150 ans de l'impressionnisme. Valérie Pécresse et Alexandra Dublanche ont pris la parole pour saluer la réussite des Jeux et rappeler les fondamentaux économiques et d'influence de la première région d'Europe. Les chiffres clés concernant cet événement étaient les suivants :

- 424 invités en comptant les équipes Choose Paris Region et de la Région Île-de-France
- 190 présents sans compter les équipes de l'Agence et de la Région Île-de-France
- **Soit 20% de Français**
- **Soit 80% d'internationaux**
- Soit 48% de déperditions



© Choose Paris Region/Signatures



© Choose Paris Region/Signatures



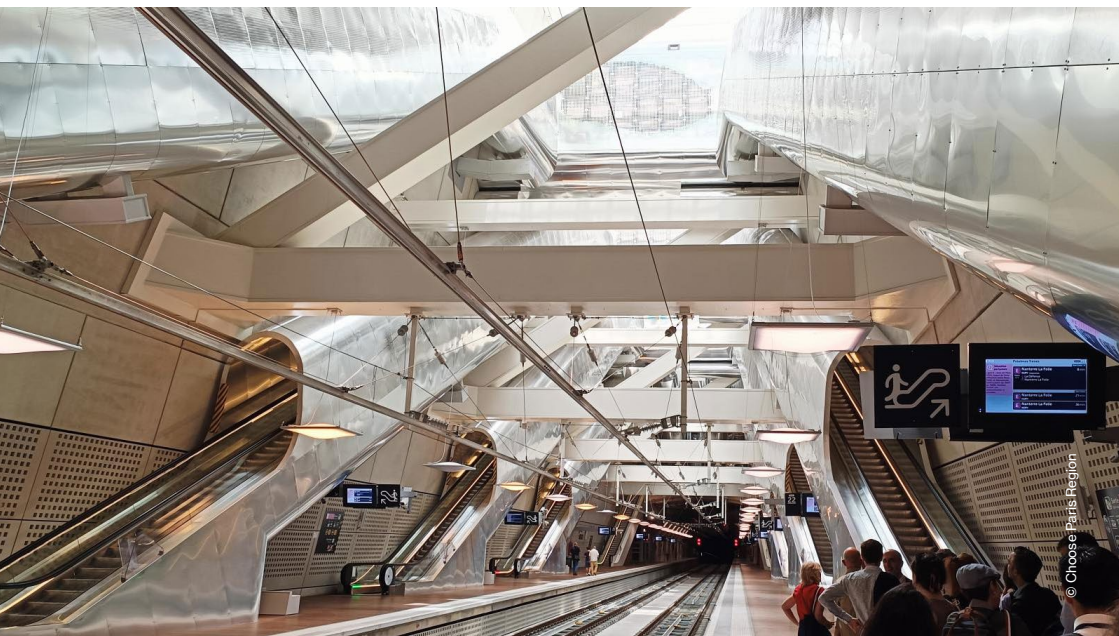
© Choose Paris Region/Signatures

## c. À la découverte de la région hôte ! : le succès des Explorer Tours

Choose Paris Region a organisé 4 Explorer Tours du 27 juillet au 4 août avec des programmes dédiés aux entreprises et prescripteurs internationaux hautement qualifiés. Un des explorer tours a été spécifiquement dédié aux enjeux du tourisme d'affaire avec des cibles spécifiques tel que les organisateurs de congrès et de salon internationaux.

Ces séquences ont été l'occasion de montrer le paysage économique dynamique de l'Île-de-France avec un accès exclusif à des sites emblématiques et un engagement direct avec des influenceurs clés. Ces visites immersives ont favorisé le networking et les échanges stratégiques. En plein été mais néanmoins durant le temps fort olympique, les équipes de Choose Paris Region ont relevé ce défi avec un réel succès avec 44 participants dont les témoignages reflètent le succès de ce format. Par exemple : *"Not every day that I get the desire to spend the day in a train station. A big thank you to Choose Paris Region, Alstom and Île de France Mobilité for this fascinating visit of the new stations on RER E, la Défense and Porte Maillot. Quite incredible design and construction feat ».* **Sonda D'Alton, Head Tech Trade Scottish Development International.**

Les cibles étaient des entreprises internationales et des prescripteurs internationaux (réseau des Ambassades, chambres de commerce franco-étrangères, agences de développement économique).



### Quelques chiffres clés sur cette opération :

- 44 participants aux 4 Explorer Tours sachant que 10 ont participé à 2 Explorer Tours, soit 32 participants hors doublons
- 11 représentants d'Ambassades
- 10 représentants d'entreprises internationales
- 7 représentants d'agences internationales de développement économique
- 4 représentants de Chambre de commerce franco-étrangères
- 9 désistements
- 11 pays représentés : Belgique, Chine, Ghana, Hongrie, Hong-Kong, Japon, Lettonie, Mexique, Portugal, Royaume-Uni, Etats-Unis

Pour chaque Explorer tour, l'Agence a construit un parcours autour des messages clés sur des thématiques bien définies, en lien avec des lieux inspirants et remarquables qui incarnent l'excellence des entreprises françaises sur des sujets tels que la mobilité, la construction durable, la gestion de l'énergie, la santé, la logistique durable, etc.

Pour chaque lieu, une ou plusieurs entreprises ont été mises en avant ainsi que les technologies, techniques ou innovations associées.

Ces visites ont également permis en filigrane d'illustrer la révolution des transports en cours et l'accessibilité nouvelle ou à venir de « nouveaux » territoires image du Grand Paris.

### Voici les lieux visités durant ces Explorer tours :

- Marché d'intérêt national de Rungis (MIN)
- Nouvelles gares EOLE (ligne E) de la Porte Maillot et la Défense (visite guidée avec SNCF Transilien, Alstom et IDF Mobilités), extension ligne 14 vers Orly (connectivité)
- Salle de crise du Poste de contrôle et commandement de la ligne 14 à la station Bercy
- Rencontre avec le Professeur Fabrice André de l'Institut Gustave Roussy, personnalité exceptionnelle de la recherche au sein d'un leader mondial de traitement du cancer

### Au-delà de ces KPI, l'agence a pu à travers ces Explorer Tours :

- Nouer de nouveaux contacts avec le réseau des prescripteurs internationaux et renforcer des liens avec des contacts existants
- Valoriser les filières régionales prioritaires (mobilité, santé, agro-alimentaire...) et les membres de la gouvernance de l'agence (SNCF Transilien, Sanofi, RATP, IDF Mobilités...)
- Inversement, les intervenants de ces lieux ont contribué à valoriser l'Île-de-France, reprenant les messages clefs communs

### Retour d'expérience :

- Les retours sont élogieux au niveau de l'expérience car on constate un « Effet whaou garanti » quand on visite un lieu remarquable dans un cadre exclusif avec des experts.



© Choose Paris Region

MIN Rungis (Marché International National) Le plus grand marché de produits frais du monde.



© Choose Paris Region

Gare Eole afin de promouvoir le Grand Paris Express et les actions de Île-de-France Mobilités.

Du vendredi 2 août au dimanche 4 août a eu lieu un **Explorer tour « Tourisme d'affaire » de 3 jours dédié aux grands décideurs de salons et congrès internationaux** en partenariat avec Atout France et VIPARIS. Ces Explorer tours ont permis de nouer de nouveaux contacts avec le réseau des prescripteurs internationaux, de renforcer les liens avec des contacts existants, de valoriser les filières prioritaires de la région (mobilité, santé, agro-alimentaire) et les membres de la gouvernance de l'agence. Les intervenants des lieux ont contribué à valoriser l'Île-de-France en utilisant les messages clés définis par la Région Île-de-France et Choose Paris Region.

#### Contexte, enjeux et objectifs :

- Capitaliser sur les Jeux Olympiques et Paralympiques Paris 2024 pour renforcer l'attractivité de l'Île-de-France en tant que destination leader d'accueil des grands événements MICE internationaux.
- Informer sur la transformation de l'Île-de-France, montrer notre savoir-faire événementiel et partager notre art de vivre.
- Focus sur l'héritage des Jeux Olympiques et Paralympiques et dessiner les contours des grandes rencontres business internationales des prochaines années.

#### Cibles :

- 24 décideurs et prescripteurs hautement qualifiés, agences MICE, associations congrès et événements corporate

#### Cet explorer tour nous a permis :

- De positionner Choose Paris Region comme interlocuteur majeur de la destination et de valoriser nos compétences et savoir-faire internes,
- De rencontrer des nouveaux contacts avec le réseau des prescripteurs internationaux,
- De consolider nos liens avec des contacts existants mais aussi avec les partenaires franciliens présents tout au long de l'événement,
- De partager des expériences uniques avec acheteurs et partenaires en termes de qualité de l'accueil, d'hébergement, de déplacements en transports publics, de restauration...
- De montrer notre patrimoine et nos lieux événementiels dans des conditions remarquables

#### Retours d'expériences :

- Le format et le programme proposés, alliant expériences, art de vivre, visites, participation à plusieurs épreuves au sein de lieux événementiels et séances de travail et networking a permis de valoriser notre destination et favoriser les échanges entre les participants, acheteurs et partenaires.
- La présentation de la transformation de la destination à 2030, distribution des key messages lors de l'événement en parallèle, a fortement intéressé et impressionné tous les participants,
- Les tables rondes à la suite de la présentation ont montré l'implication de tous les participants avec de nombreux témoignages et échanges sur les meilleures pratiques et retours d'expérience en matière de :
  - Développement durable et événementiel
  - Expérience, attentes et besoins des visiteurs et exposants des grands événements internationaux
  - Héritage des grands événements pour les destinations
  - Evolution et futur du secteur événementiel

**Témoignage :**

“

Dear Team, Thank you all for an exceptional and unforgettable weekend in Paris. What a fantastic (Olympic) experience. You truly showed Olympic Excellence! I loved the sports (that I didn't know I would like), the extremely relaxed but exciting atmosphere, the guests (what a fantastic group) and obviously the great hosts. Everything! A really glorious experience from getting on board the (excellent) Eurostar, the magnificent hotel (loved the Domaine Reine Margot - shall recommend wherever and whenever I can), the superb hospitality, the sights and the wonderful venues (the Grand Palais... WOW and the transformed convention locations). The program - including the professional sessions on Saturday - was balanced, extremely insightful, and a joy to participate in. And then as a bonus, seeing the IBC. Thank you! "

**Le petit grand +**

Présence de Panos Tzivanidis : Directeur des événements et services institutionnels du CIO, qui a été notre meilleur ambassadeur pour la destination en expliquant la collaboration avec les acteurs locaux pour l'organisation des JOP <https://olympics.com/cio/directeurs/panos-tzivanidis>

## d. L'accueil des cibles stratégiques avec des hospitalités puissantes, émouvantes, inspirantes

De toute l'histoire des olympiades modernes, aucune ville et région hôtes n'avaient osé accueillir les épreuves sur des sites aussi inspirants et historiques. De la Concorde au Champs de Mars en passant par le Château de Versailles mais aussi le stade Yves du Manoir à Colombes aux nouvelles infrastructures de Vaires-sur-Marne, les hospitalités de Paris 2024 resteront dans les annales. Elles ont donné le cadre idéal pour partager autour d'un verre des moments mémorables, voir des héros se révéler, des records tomber, la compétition atteindre de nouveaux sommets.

Tout comme pour la Coupe du Monde de Rugby de 2023, l'accueil et le networking sont en effet au cœur des hospitalités durant les épreuves olympiques.

Le COJOP avait confié cette importante mission à On Location, une entreprise américaine que l'Agence a accompagné dans son implantation en Île-de-France depuis 2020.

Dans le cadre d'un partenariat global avec On Location, l'agence a coorganisé deux événements d'envergure en janvier (sur la péniche Ducasse) et avril 2024 (dans un lieu éphémère) et a aussi pris l'initiative stratégique d'investir dans **106 places d'hospitalités sur les Jeux Olympiques et 44 sur les Jeux Paralympiques.**

Ces moments privilégiés ont offert aux équipes de Choose Paris Region une opportunité unique de promouvoir notre territoire et de rencontrer un large éventail de décideurs et d'acteurs économiques. Au-delà de l'expérience sportive, ces temps forts ont été utiles pour identifier des entreprises porteuses de projets à fort potentiel, qu'ils soient en cours ou à venir.

Ce networking renforce l'attractivité de l'Île-de-France en favorisant l'implantation de nouveaux projets économiques, mais aussi en stimulant l'innovation et la collaboration internationale. Les retombées économiques potentielles sont considérables, à la fois en termes de création d'emplois, de dynamisme économique, et de notoriété accrue à l'échelle mondiale.

En capitalisant sur ces opportunités, l'agence contribue directement à positionner la région comme incontournable pour les investissements à venir.



© Choose Paris Region

## e. La mobilisation des équipes Choose Paris Region sur plus de 50 événements extérieurs

Les équipes de Choose Paris Region ont participé à 50 événements du réseau diplomatique étranger ou de chambre de commerce franco-étrangères de plus de 20 pays : Royaume-Uni (8 événements), Suède (5 événements), Danemark (4 événements), Australie, Autriche, Hong-Kong, Irlande, Serbie, Italie, Etats-Unis, Finlande, Belgique, Portugal, Bulgarie, Allemagne, Espagne, Argentine, Luxembourg, Malaisie, etc.

Durant les Jeux Paralympiques, les équipes Choose Paris Region ont également contribué à plusieurs événements comme l'**Accor Momentum Paris** au Club France à la Villette avec environ 200 clients inscrits sur les 3 journées, MICE, Sport et Corporate. Plusieurs partenaires : hôteliers Accor dont majorité Paris Region, Metropolis DMC + Choose Paris Region (Visit Paris Region).

Une autre opération **Spirit in Motion** a été coorganisé avec Paris Je T'Aime et Atout France, pour un accueil de 3 \* 8 clients : 8 agences MICE, 8 Luxe et et 8 associations et sociétés savantes durant les Jeux Paralympiques. Plusieurs séquences privilégiées ont été mises à l'honneur comme des hospitalités épreuves et dîners, une table ronde à SPOT24 pour un temps de parole sur inclusion, accessibilité, transports...



© Choose Paris Region/Signatures



## 4. Des liens professionnels et « amicaux » renforcés



Avec près de 1 500 invitations envoyées et plus de 500 invités accueillis durant les Jeux, nos actions nous ont permis de solliciter et mobiliser notre écosystème. Nous avons reçu de nombreux témoignages, de messages, d'appels de remerciements, de posts LinkedIn qui témoignent tous d'une très grande joie de nous avoir rencontrés et d'avoir vécu ce moment historique en Île-de-France. Cette liste de verbatim non exhaustive montre l'impact direct de nos événements pour renforcer notre leadership régional en Europe et créer une dynamique de coopération concernant de futurs projets.



Thanks to Choose Paris Region (...) Now, I am even more determined to build a long-lasting cooperative relationship. I am deeply grateful for your hospitality! Thank you very much!.

**Rumi Kono, Head of Alliance, DMM Crypto Co., Ltd**

« Nous tenons à vous exprimer notre profonde gratitude pour l'épreuve des JO et la merveilleuse soirée au musée d'Orsay que vous avez organisée. ( ...). Nous espérons avoir l'occasion de vous revoir très bientôt et de renforcer la coopération solide entre Choose Paris Region et ProLogium. »

**Calvin Hsieh, Vice-Président Europe, Prologium**

« Celebrating the Paris 2024 Olympic Games was magic ! Thank you Choose Paris Region and Région Île-de-France for this exciting event at Musée d'Orsay yesterday. Inspiring speech and talks with Valérie Péresse, highlighting the importance of public transport services during such a massive and demanding event. And a huge thanks to Paris 2024 - Comité d'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024 for the amazing work done ! »

**François Destribois, Cadre Supérieur, Hitachi Rail**

« Dear Team, Thank you all for an exceptional and unforgettable weekend in Paris. What a fantastic (Olympic) experience. You truly showed Olympic Excellence! (...) We (Maritz) are delighted that we get to do business in Paris and France and with the wonderful partners you bring together, including our great hotel partners Accor and Marriott. Our clients can most definitely count on you, and we get to deliver great experiences together. This event has, undoubtedly, shown how an exceptional location can (and will) work. Thank you again for the invitation and for taking such great care of me. »

**Ben Goedegbuure, Chief Global Strategy Officer, Maritz**



Hier soir, Choose Paris Region, l'agence d'attractivité de la Région Île-de-France, conviait quelques-uns de ses partenaires pour une soirée exceptionnelle au Musée d'Orsay (.....) Merci à Valérie Péresse et Alexandra Dublanche (et toutes les équipes menées par Lionel Grotto) pour leur invitation (...)

**Fabrice Baron, Coordinateur Collectivités territoriales, Systematic Paris Region**

« I had the absolute privilege to participate in an extraordinary event celebrating the Olympics and 150 years of Impressionism (.....) Heartfelt thank you to Choose Paris Region, Alexandra Dublanche and Valérie Péresse for the invitation and merci. »

**Tanya Bencheva, Fondatrice et CEO, Native Spaces**

« A very big thank you to the Choose Paris Region team for the wonderful invitation at Musée d'Orsay to celebrate the Paris Olympics and the coming together of business and government leaders from around the globe (...) A huge congratulations to Alexandra Dublanche and her dedicated team for delivering a first-class business program alongside the games. We are so grateful for the incredible support the agency has provided. The team spirit of our partnership definitely deserves a gold medal. Lionel Grotto Olivier Allegret Arnaud Melilli »

**Gönül Serbest, Commissaire Europe, Moyen-Orient, Afrique, Global Victoria**

« Les #Jeux #Olympiques à Paris et à travers la France ont été véritablement extraordinaires, couronnés par un événement exceptionnel organisé par Choose Paris Region (...) Un grand merci à Alexandra Dublanche, Lionel Grotto, et Olivier Allegret pour avoir chaleureusement accueilli ma famille et The Pure Food Co France à Paris. Je me sens extrêmement chanceux de pouvoir développer notre entreprise dans cette ville magique et ce pays merveilleux. »

**Maia Royal, The Pure Food Co.**

« Chère Alexandra, Cher Lionel, Et toute l'équipe de Choose Paris Region, Un grand merci pour votre message et nous sommes absolument ravis du rayonnement des jeux de Paris 2014 sur la Région et nos grands enjeux, dont la santé. Je vous remercie à mon tour pour cette magnifique collaboration. »

**Audrey Derveloy, Responsable des Affaires Générales Monde, COMEX SANOFI**



Je tiens à vous remercier grandement pour votre invitation par l'intermédiaire de la Chambre Franco-Allemande de Commerce et d'Industrie / AHK hier et votre accueil à La Défense Aréna à l'occasion des jeux paralympiques 2024 (...). Soyez les bienvenus au siège social de Dräger France récemment rénové à Antony (92) sur le tracé de la ligne 18 du Grand Paris Express au niveau d'ANTONYPOLE, qui nous permet de renforcer notre présence en Île-de-France.

**Yves Le Gougec, Direction Générale, Dräger France**

« Huge thanks to Alexandra, Helene and Eugenie for such an amazing evening. I enjoyed meeting you all, and of course the fencing event was beautiful and one to remember!! Looking forward to staying in touch and hope you enjoy the rest of the Olympic Games. »

**Nahoko Hoshino, Directrice d'Investissement, Soft Bank Vision**

« Dear Eugenie and Thomas, Hope you are well. I'd like to thank you for inviting me to such a brilliant event yesterday – I had a fantastic time, shed a few tears (a Polish gold medal!) and met incredible people. I really appreciate the opportunity to be there and connect with other professionals as well as your fantastic team! »

**Sabina Jasinska, CMO, Team Internet**

« Sur le plan professionnel, la rencontre avec des représentants d'entreprises et l'équipe Choose Paris Region a été très enrichissante (...). Je remercie chaleureusement l'équipe Choose Paris Region pour cette opportunité unique. Votre accueil et votre organisation ont grandement contribué au succès de cette expérience, aussi bien sur le plan professionnel que personnel. »

**David Benavides, XTECHCLOUD**

« A big thank you to Choose Paris Region, Alstom and Île de France Mobilité for this fascinating visit of the new stations on RER E, la Défense (photos) and Porte Maillot. Quite incredible design and construction feat »

**Sonda D'Alton, Chef, Tech Trade Scottish Development International**



# 5. Conclusion

**Les Jeux sont finis depuis le 8 septembre 2024 avec une clôture au Stade de France sous les applaudissements et l'admiration du monde entier. Nul doute que les XXXI<sup>e</sup> olympiades ont marqué l'histoire de notre territoire et de l'agence Choose Paris Region sur le plan de l'expérience collective et de la bonne organisation.**

Après ce marathon de 7 ans à investir et se préparer à 4 semaines de Jeux, de nombreuses collectivités, institutions, entreprises participantes s'interrogent sur leurs bilans et les premiers enseignements.

À la hauteur des investissements et des actions de Choose Paris Region, les principaux objectifs ont été atteints. L'Agence a su valoriser les atouts solides du 1<sup>er</sup> territoire européen à travers l'expérience des Jeux et les messages clés diffusés à l'international. L'Agence est à présent clairement identifiée comme le partenaire majeur de la destination.

En plus d'être un formidable accélérateur d'opportunités, d'attractivité et de business, les JOP ont également permis à l'agence Choose Paris Region de s'unifier après la fusion de 2023, cela a été une aventure collective fédératrice et a révélé un nouveau collectif engagé et passionné. L'ADN des équipes est la qualité de l'accueil, la promotion et la connaissance des territoires et de leurs acteurs locaux et internationaux.

Nos piliers sortent renforcés par de nouveaux projets identifiés, de nouveaux ambassadeurs passionnés de la destination Paris Region. En effet, à la différence de la Coupe du Monde de Rugby, l'organisation de ces moments d'échanges pendant les Jeux Olympiques et Paralympiques ont également permis au-delà l'identification de futurs projets, de rencontrer des personnes qui pourront relayer nos messages, des prescripteurs d'excellente qualité.

Les actions entreprises, les chiffres, les témoignages, les résultats cités dans ce document ne doivent pas faire oublier que le suivi régulier des prochaines années les bénéficiera pour la région et son agence d'attractivité.

# 6. Remerciements

**L'ensemble de l'agence s'est engagée dans l'aventure des jeux depuis 2017 avec des résultats collectifs. Entre deux temps, une nouvelle équipe est née avec la fusion de juillet 2023.**

L'état d'esprit et la volonté de réussir l'accueil des jeux a nécessité des heures de travail, des équipes nouvelles ont montré leur agilité à collaborer avec l'ensemble de notre écosystème en tout premier avec la région Île-de-France.

Merci à Valérie Péresse, la présidente de la Région Île-de-France pour sa confiance dans nos missions. L'attractivité et l'accueil est une chaîne de valeur collective à l'échelle des territoires franciliens.

L'Agence remercie :

- Le conseil d'administration et la gouvernance de l'Agence pour son soutien et sa confiance dans ses actions réalisées pour les jeux.
- L'ensemble des acteurs publics et privés engagés tout particulièrement pendant la période estivale, on citera les forces de l'ordre, les transports, les volontaires (des jeux, du tourisme), les acteurs de la santé.
- Un remerciement particulier pour nos médaillés franciliennes, franciliens olympiques et paralympiques qui nous ont fait vibrer, pleurer et rendu si fier de notre Île-de-France si durable et inclusive !

# 7. Annexes

## a. Photos des événements / cartons d'invitation



Carton d'invitation à la soirée au Musée Marmottan Monet



© Choose Paris Region/Signatures

Alexandra Dublanche en présence de C-level internationaux (Biocon et Telehouse)



© Choose Paris Region/Signatures

Discours de Valérie Pécresse



© Choose Paris Region/Signatures

Valérie Pécresse et Alexandra Dublanche



© Choose Paris Region/Signatures

L'équipe de Choose Paris Region



Carton d'invitation à la soirée au Musée d'Orsay



Alexandra Dublanche et Valérie Pécresse

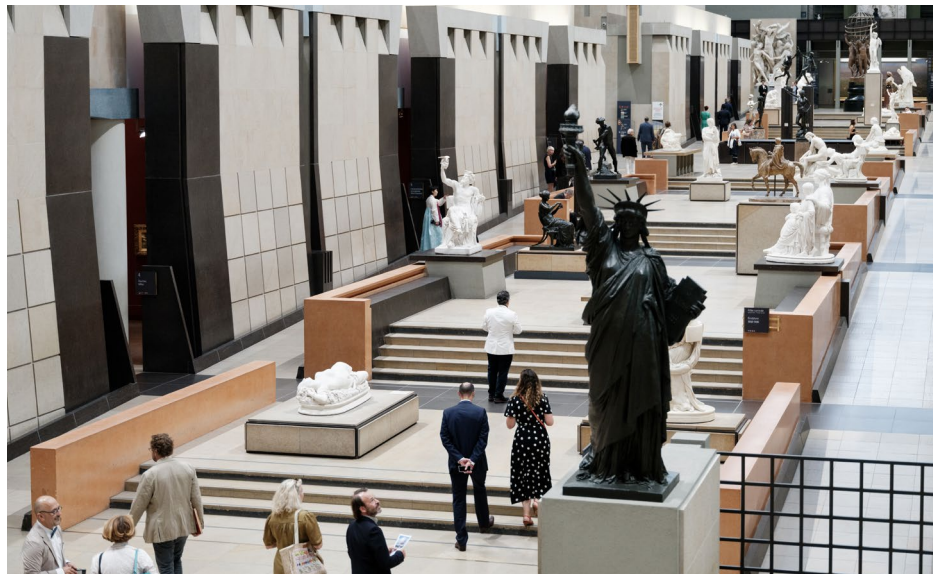
© Choose Paris Region/Signatures



Thomas Jolly et Alexandra Dublanche

© Choose Paris Region/Signatures





© Choose Paris Region/Signatures



© Choose Paris Region/Signatures



© Choose Paris Region/Signatures

## b. Questionnaire de satisfaction :



- 400 envois
- 29 retours
- 4.79/5 le taux de satisfaction du programme organisé par Choose Paris Region
- 4/5 pour la pertinence pour faire du networking et du business
- 4.6/5 pour la pertinence d'établir un business en Île-de-France
- Le mot qui revient en terme « d'highlight » : Team

## c. Liste & photos des hospitalités

### Natation (24 pax) Loges Privatives (2 sessions de 12 personnes)

- 28 juillet, Paris La Défense Arena - 11h et 20h30
- H/F - Séries, H/F - Demi-finales, finales

### Volley Ball de plage (12 pax) Salon partagé

- 30 juillet, Stade Tour Eiffel - 9h
- H/F - Tour préliminaire

### Judo (12 pax) Salon partagé

- 1er août, Arena Champ-de-Mars - 10h
- H/F - Eliminations

### Athlétisme (12 pax) Loge privative

- 3 août, Stade de France - 10h
- H/F - Tour préliminaire, 1er Tour, repêchages

### Escrime (12 pax) Salon partagé

- 3 août, Grand Palais - 19h
- F par équipe - Sabre : bronze, finale

### Sports équestres – Sauts d'obstacles (10 pax) Salon partagé

- 5 août, Château de Versailles - 14h
- Qualifications

### Basketball (24 pax) Loge privative (2 sessions de 12 personnes)

- 8 août, Arena Bercy - 17h30 et 21h
- H - Demi-finales

### Para Natation (10 pax) Salon partagé

- 28 août, Paris La Défense Arena - 17h30
- H/F - Finales

### Para Cyclisme (14 pax) Fan Kit

- 30 août, Vélodrome SQY- 11h30
- H/F - Contre - la montre, poursuite : qualifications, finales

### Para Judo (10 pax) Salon partagé

- 5 septembre, Arena Champ-de-Mars- 16h30
- H/F - Bronze, finales

### Tennis Fauteuil (10 pax) Salon partagé

- 6 septembre, Roland Garros - 13h30
- H/F - Simple & double Finale



© Choose Paris Region



© Choose Paris Region

## d. Vue d'ensemble des séquences organisées par Choose Paris Region

Type de Hospitalité	Séquence	Objectif de la Séquence	Cibles	Nombre de Places	Date	Lieu
Hospitalité Hors Epreuve	Cérémonie d'Ouverture Olympique	Rencontrer des profils de très haut niveau	CEO Monde de Grands Groupes, des prescripteurs et des investisseurs.	12 à 20	26/07	Face Tour Eiffel, Rive droite au niveau du Palais de Tokyo
Hospitalité Hors Epreuve	Séquence Inaugurale	- Réseautage de haut niveau - Diffuser les messages régionaux	- 70% étrangers, 30% français - CEO Monde et C-level d'entreprises étrangères et françaises - Prescripteurs - Grands investisseurs internationaux (fonds de PE, asset managers, family office, etc.)	150	27/07	Musée Marmottan
Hospitalité Epreuve	Hospitalités Epreuves Olympiques	- Détecter des projets - Faciliter l'émergence d'opportunités business	CEO Monde et France de comptes stratégiques étrangers et français	106 sur 9 séquences	27/07 – 08/08	Sites d'épreuves
Hospitalité Hors épreuve	Séquence de Clôture	- Réseautage de haut niveau - Diffuser les messages régionaux	- 70% étrangers, 30% français - CEO Monde et C-level d'entreprises étrangères et françaises - Prescripteurs - Grands investisseurs internationaux (fonds de PE, asset managers, family office, etc.)	300	09/08	Musée Orsay
Hospitalité Epreuve	Hospitalités Epreuves Paralympiques	- Détecter des projets - Faciliter l'émergence d'opportunités business	CEO Monde, France et C-level de comptes stratégiques étrangers et français	44 sur 4 séquences	29/08 – 06/09	Sites d'épreuves
Expérience Immersive de l'IDF	Exposition « Sport et santé »	- Echanger entre pairs - Découvrir des lieux uniques du territoire	- Entreprises - Prescripteurs - Institutionnels	15 à 20	27/7	Maison Sanofi (Paris 17)
Expérience Immersive de l'IDF	Exposition « Sport et santé »	- Echanger entre pairs - Découvrir des lieux uniques du territoire	- Entreprises - Prescripteurs - Institutionnels	15 à 20	01/08	Maison Sanofi (Paris 17)
Expérience Immersive de l'IDF	Explorer Tour « Leaders de l'innovation »	- Echanger entre pairs - Découvrir des lieux uniques du territoire	- Entreprises - Prescripteurs - Institutionnels	15	29/7 ou 31/7 ou 2/8	MIN de Rungis et Cancer Campus (ligne 14)
Expérience Immersive de l'IDF	Explorer Tour « Leaders de l'innovation »	- Echanger entre pairs - Découvrir des lieux uniques du territoire	- Entreprises - Prescripteurs - Institutionnels	15	09/08	Mobilité/Economie circulaire ou Energie



[chooseparisregion.org](http://chooseparisregion.org)

[contact@chooseparisregion.org](mailto:contact@chooseparisregion.org)

 [ChooseParisRegion](https://www.youtube.com/ChooseParisRegion)  [ChooseParisRegion](https://www.linkedin.com/company/ChooseParisRegion)