

# ONLYLYON TOURISME

## RUGBY WORLD CUP 2023

MAI 22



## LYON OL STADIUM

**C** WALES v AUSTRALIA  
Sun, 24 Sept

**A** URUGUAY v AFRICA 1  
Wed, 27 Sept

**A** NEW ZEALAND v ITALY  
Fri, 29 Sept

**A** NEW ZEALAND v URUGUAY  
Thurs, 5 Oct

**A** FRANCE v ITALY  
Fri, 6 oct

## SAINT-ÉTIENNE STADE GEOFFROY GUICHARD

**A** ITALIE - AFRIQUE 1  
Samedi 9 septembre

**C** AUSTRALIE - FIDJI  
Dimanche 17 septembre

**D** ARGENTINE - SAMOA  
Vendredi 22 septembre

**C** AUSTRALIE -  
VAINQUEUR DU TOURNOI FINAL  
Dimanche 1<sup>er</sup> octobre

### En France :

- 450 000 visiteurs étrangers attendus - 350 000 accueillis lors de l'édition 2007
- 2.6 milliards de téléspectateurs
- 48 matches
- 10 villes hôtes et 9 stades Paris-Saint-Denis, Lille, Nantes, Lyon, Saint-Etienne, Bordeaux, Toulouse, Nice et Marseille

# A LYON !

5 matchs - 285 000 places sur Lyon

Billetterie réservée à 97%

54% Français 46% étrangers dont beaucoup de britanniques

### Mais pas que :

- LYON camp de base des Néozélandais
- ST ETIENNE camp de base des Australiens
- BOURGOIN camp de base des Italiens



## COMMUNICATION

# Opérations MICE

## FRANCE MEETING EVENT

LEARNING EXPEDITION 2022

DESTINATIONS HÔTES

### Learning expedition (juin 2022)

- Organisation par Atout France d'une "tournée" de 8 étapes pour des buyers européens (anglais, belges, allemands, espagnols).
  - Lyon est la 1ère étape en juin, 12 professionnels attendus
  - Capitaliser sur les grands événements à venir : RWC 2023 et JO 2024 pour communiquer sur la relance du marché MICE
  - Mettre en avant les atouts et spécificités des villes hôtes
- 
- Accompagnement et conseils aux agences MICE recherchant des lieux pour des événements d'entreprise dans le cadre de la RWC 2023



## J-1 AN COUPE DU MONDE DE RUGBY 2023

Type d'action	Événementiel
Marché d'intervention	Irlande, Royaume-Uni
Cible	B2B Loisirs, B2B Mice, Presse/Influence
Espace géographique	Villes, Littoral, Campagne
Thématiques	Culture et événements, Tourisme d'affaires

Networking à Londres et à Dublin mettant en avant les destinations hôtes, leurs nouveautés et programmes 2023 auprès de la cible presse, MICE, tours opérateurs ainsi que VIP en collaboration avec les organisateurs à confirmer.

## COMMUNICATION

# Opérations B to B

### Opération "1 year to go" à Londres et Dublin (septembre 2022)

- Rencontre avec des agences de voyages / tour opérateurs et des agences MICE intéressés par les villes hôtes
- Accompagnement et conseils aux agences de voyage officielles de la RWC
- Venue d'agences en éductours / voyages de repérage ,

Exemple Fédération Italienne de Rugby

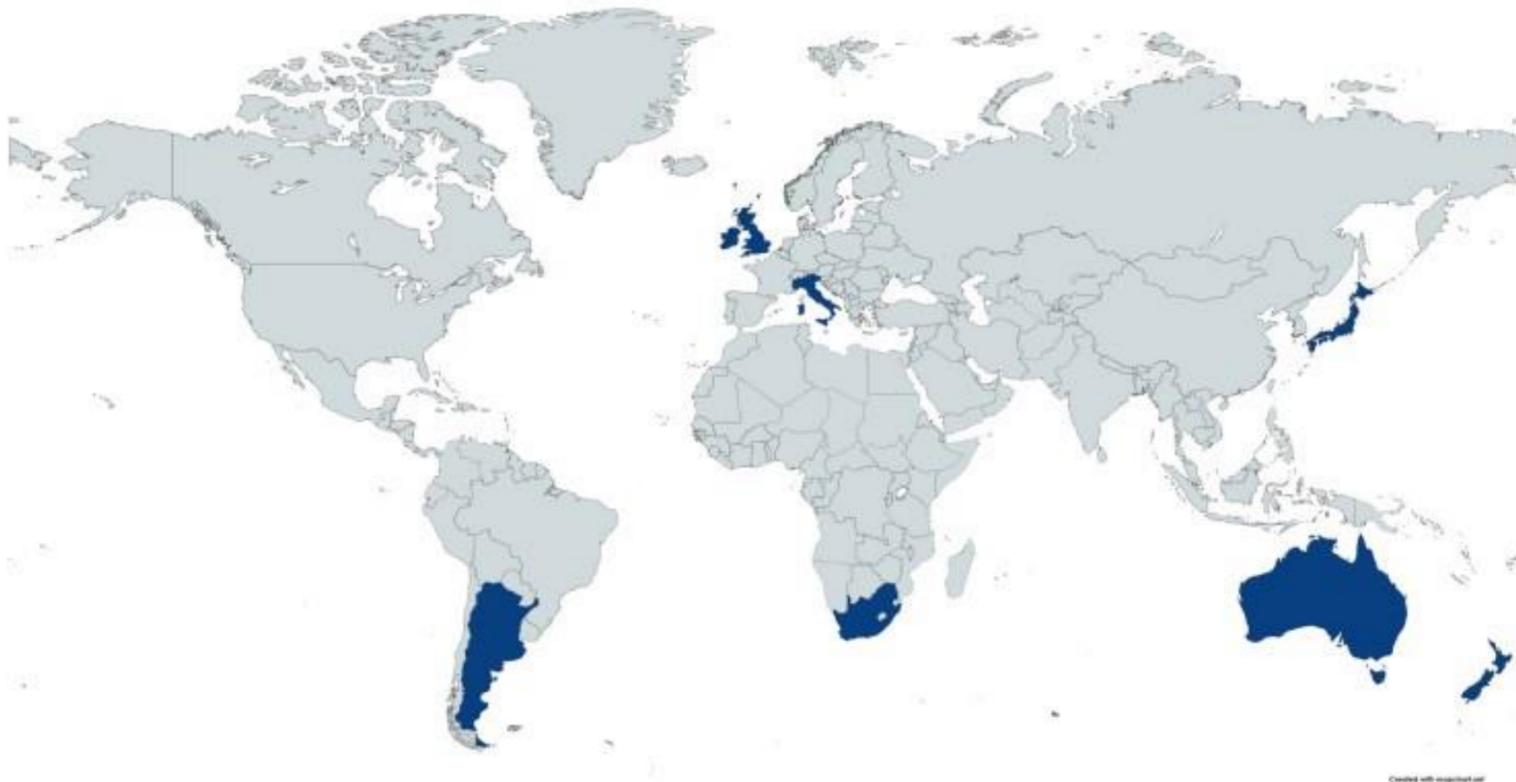
## — LES MARCHÉS VISÉS

- **Marchés prioritaires :**

Royaume-Uni / Irlande  
Australie / Nouvelle Zélande  
Afrique du Sud  
Japon

- **Marchés secondaires :**

Etats-Unis  
Allemagne



## COMMUNICATION

# Campagne Atout France

- Une campagne de communication internationale lancée par Atout France pendant 1 an jusqu'à l'événement
- Valoriser l'identité des villes hôtes à travers une vidéo promotionnelle
- Communiquer sur la France, ses villes et ses atouts afin de favoriser l'allongement des séjours des supporters
- Communiquer sur les destinations auprès des porteurs de billets

# Campagne Atout France

## — PLAN D' ACTIONS

### ⇒ Notoriété « 9 territoires hôtes » – volet 1



#### Vidéo générique

**Une vidéo** (1mn et sa version courte 15 sec) mettant en avant les **9 territoires hôtes**.

**Un message incarné par une personnalité qui évoque le Rugby.**

*Déclinaison dans les 4 langues avec sous-titres (français, anglais, japonais, allemand)*



#### Médiatisation

Promotion de la vidéo générique via un **plan média dédié** à l'occasion du One Year to Go.

Proposition de formats digitaux agiles adaptés à la segmentation (ville hôte/cible/pays)



#### Boîte à outils

**Une boîte à outil comprenant des templates de création de campagne**

1. Format image simple
2. Format story
3. Format bannière (entête page d'atterrissage)
4. Format IAB, décliné dans les 5 langues.



#### Dossier de presse

**Un dossier de presse RWC** présentant la stratégie grands événements et mettant à l'honneur les spécificités des **9 territoires hôtes**.

Un dossier traduit et adressé aux marchés prioritaires et secondaires.



#### Espace France.fr

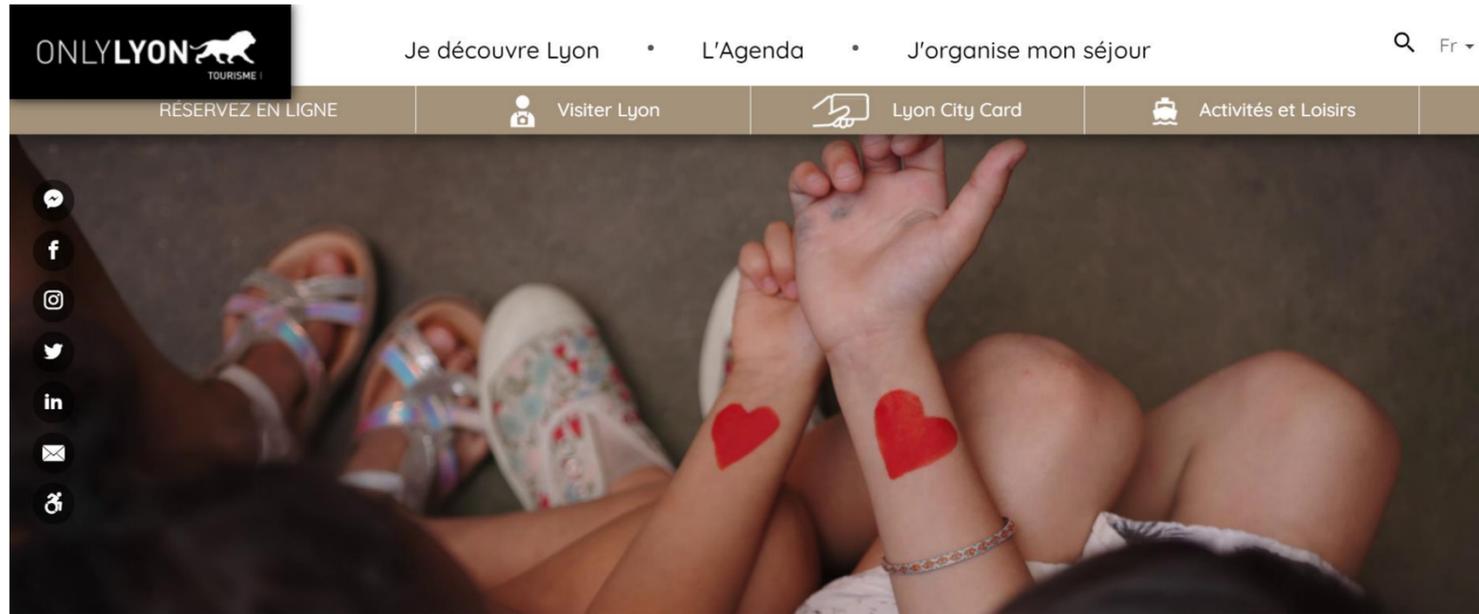
Création d'une **page dédiée** sur le site France.fr avec des **liens** vers le site officiel **RWC France 2023**

**A CONFIRMER AVEC RWC**



#### Newsletter porteurs de billets

**Création de contenus ciblés par territoire hôte** visant à inciter les porteurs de billets à rester plus longtemps et à densifier leurs séjours



## COMMUNICATION

Des pages d'accueil dédiées dès mai 2022 sur notre site vitrine lyon-France.com pour orienter les visiteurs :

où séjourner ? Que faire en marge des matchs ?

Dès 2022 : des ventes de Lyon City Cards aux groupes de supporters pour faire découvrir l'offre de la métropole

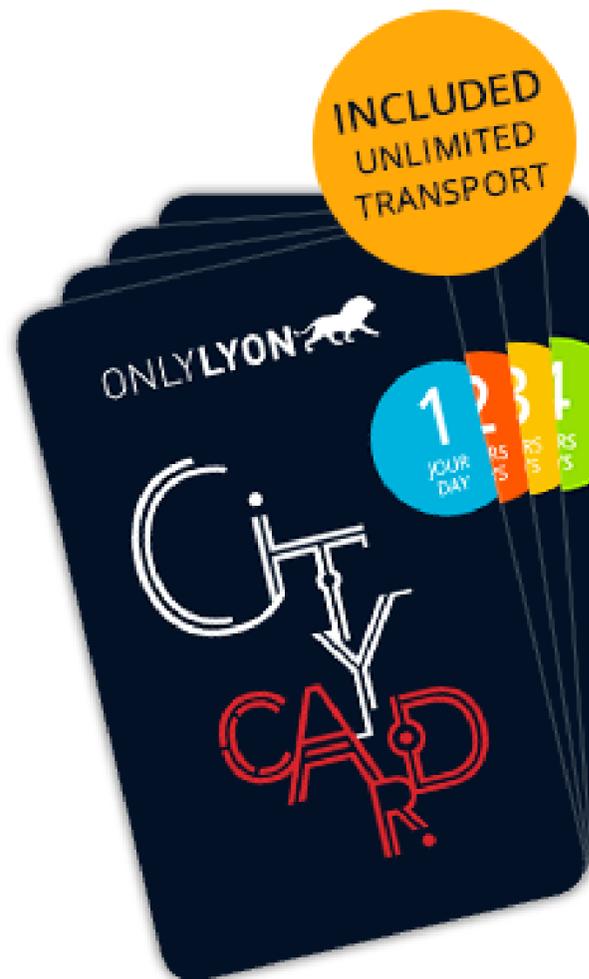
## Accueil des supporters

Un village supporters à Gerland, avec dispositif mobile d'accueil touristique (à confirmer)

un plan de mobilité dédié

Et renouveler des initiatives qui avaient bien fonctionné pour le foot féminin en 2019:

- Un guide du supporter, co-édité avec la Métropole de Lyon
- Déployer les volontaires du tourisme sur le terrain pour aider et orienter les supporters sur Lyon centre
- Former la communauté des bénévoles à la destinations et à l'accueil des publics empêchés
- Proposition d'une offre spécifique, visites guidées adaptées et en différentes langues
- Organisation d'un espace d'accueil identifié et privilégié au sein du pavillon d'Accueil



**Merci de votre  
attention  
A vos questions !**

Virginie Carton  
Directrice générale  
ONLYLYON Tourisme et Congrès  
[vcarton@lyon-france.com](mailto:vcarton@lyon-france.com)