



PUBLICIS GROUPE

Pékin 2008 pour le CNOSF : « Avec nos athlètes, pour l'amour des Jeux »

Paris, 29 Avril 2008

La campagne de communication Pékin 2008 a été conçue par Publicis Groupe pour accompagner le Comité National Olympique et Sportif Français et pour soutenir les athlètes sélectionnés pour les Jeux Olympique de Pékin ; elle repose sur une signature destinée à fédérer les français derrière leurs champions : « *Avec nos athlètes, pour l'amour des Jeux* ».

L'intention est de créer, dans le contexte complexe que l'on connaît, une vraie dynamique de soutien et d'encouragement autour des athlètes qui, après des années, des mois de préparation intensive et de concentration, s'apprêtent à aller conquérir les plus hautes marches du podium. Cette campagne a été conçue de manière très holistique, impliquant plusieurs filiales du Groupe.

- Un film d'animation, en rupture avec les codes habituels de la communication sportive, illustre dans un univers symbolique et poétique différents sports Olympiques (et paralympiques). Il sert d'invitation auprès de chacune et chacun à encourager les sportifs de la délégation française. Ce film, est réalisé par Saatchi & Saatchi, qui a fait appel au réalisateur illustrateur Joris Clerté.
- Ce film sera diffusé à la télévision et au cinéma à partir de fin Juin (plan média conçu par ZenithOptimedia, avec l'appui de Mediavision)
- Sur Internet, dès le 29 avril (J-100), un site dédié aux supporters de l'Equipe de France Olympique a été créé par le tandem Leo Burnett – Publicis.net. Il repose sur des animations et une interactivité entre le public et les athlètes. C'est un site de soutien auprès des athlètes, pour que ces derniers, même loin à Pékin, ou avant dans leur dernière phase de préparation puisse sentir que la population les encourage.(www.franceolympique.org)
- Cette campagne trouve son prolongement dans un certain nombre de réalisations graphiques (Carré Noir) et d'éditions complémentaires (Verbe, Mundocom).

Publicis Groupe, partenaire du CNOSF, retrouve dans les valeurs du sport et surtout dans celles de l'Olympisme, des valeurs qui lui sont proches, notamment le dépassement de soi, le goût de la performance, l'esprit sportif, le 'fair play' et surtout le respect de l'autre, qui correspondent bien à l'esprit de collaboration du Groupe. Ces valeurs ne sont pas nouvelles : elles constituent le ciment culturel du Groupe et sont inscrites dans son histoire depuis l'origine, en 1926.

Le partenariat avec le Comité National Olympique et Sportif Français, qui a débuté en mars 2007, associe toutes les filiales du Groupe en France, afin d'incarner très concrètement cet esprit d'équipe et d'effort en commun.

Publicis Groupe, 4^{ème} groupe mondial de communication, 2^{ème} Groupe mondial en conseil et achat d'espace, leader mondial dans la communication digitale et santé, compte 44 000 collaborateurs dans 104 pays sur les cinq continents.

AVEC NOS ATHLÈTES POUR L'AMOUR DES JEUX

SOUTENEZ L'EQUIPE DE FRANCE OLYMPIQUE
Pékin du 8 au 24 août 2008
www.franceolympique.com

