EXPLORA JOURNEYS LANCE SA NOUVELLE CAMPAGNE « *OUT OF OFFICE* » AVEC JANNIK SINNER, SON AMBASSADEUR MONDIAL

A l'approche des fêtes de fin d'année, Explora Journeys présente une nouvelle campagne pleine d'humour mettant en scène Jannik Sinner qui embrasse l'Ocean State of Mind.

- Lancement de la nouvelle campagne le 12 novembre 2026
- Jannik Sinner en est le personnage principal
- La campagne détourne de manière ludique le traditionnel message d'absence du bureau : Jannik Sinner troque son agenda d'entrainement de haut niveau pour une toute autre routine

GENÈVE, SUISSE – 12 novembre 2026 – Où se trouve Jannik Sinner lorsqu'il est « Out of Office » (absent du bureau) ? En mer, naturellement. En tant qu'ambassadeur mondial d'Explora Journeys, le champion de tennis a déjà goûté à l'Ocean State of Mind ; alors, au moment de programmer sa réponse automatique d'absence, une seule destination s'impose à lui.

Tournée en juillet 2026 lors du Prélude inaugural à bord d'EXPLORA III, la campagne marque une étape essentielle : Jannik a été le tout premier hôte du plus récent navire de la flotte. Conçue en collaboration avec McCann Paris, sous la direction artistique de Carmen Saenz de Tejada, la campagne explore avec malice la notion de performance, montrant à quel point ralentir et prendre le temps de se ressourcer est essentiel pour donner le meilleur de soi-même. En détournant joyeusement la vie de Jannik loin des courts de tennis, la campagne révèle une facette plus détendue du champion tandis qu'il savoure la liberté d'un voyage en mer.

Jannik dicte son message d'absence en profitant de matinées paisibles face à l'océan, en dégustant une gastronomie d'exception et en prenant le temps de déconnecter pour trouver son propre rythme. Il devient alors évident qu'un voyage en mer avec Explora Journeys est avant tout une affaire de liberté de choix et de flexibilité absolue.

Dans la continuité de la campagne d'Explora Journeys « *Et si...* », qui questionnait les perceptions traditionnelles du Voyage en Mer, « *Out of Office* » apporte une interprétation fraîche et ludique à la philosophie de l'Ocean State of Mind de la marque.

Anna Nash, Présidente d'Explora Journeys, a déclaré : « *Nous n'avons jamais été aussi connectés ni joignables, même loin du bureau. Les frontières entre vie professionnelle et vie personnelle se font de plus en plus floues : elles nous offrent une plus grande flexibilité mais sollicitent aussi davantage notre temps. Le temps est devenu l'un de nos plus précieux luxes, et disposer de la liberté de choisir la manière de le passer n'a jamais eu autant de valeur. "Avec* Out of Office*, nous souhaitions refléter cette réalité moderne avec une touche d'humour. Il ne s'agit pas de se déconnecter totalement, mais d'avoir la liberté de décider quand être connecté, quand explorer, poursuivre ses passions ou simplement ne rien faire du tout. L'océan offre l'espace et la liberté nécessaires pour trouver son propre rythme, selon ses propres envies. Jannik incarne parfaitement cet équilibre, en comprenant qu'une performance exceptionnelle exige autant d'engagement que de temps pour se ressourcer. »*

La campagne joue sur le contraste entre le dévouement de Jannik à son sport et l'importance de s'accorder du temps loin de la compétition. Tandis qu'il décrit ce qui ressemble à un programme d'entraînement rigoureux, le film révèle une tout autre routine : relaxation, découvertes et plaisirs du voyage en mer. Un rappel amusé que le temps consacré à se ressourcer est aussi primordial que l'engagement pour atteindre l'excellence.

Jannik Sinner a déclaré : *« On parle souvent du travail accompli sur le court, mais personne n'évoque le travail effectué en dehors : savoir quand s'arrêter, prendre du recul et simplement respirer. On ne peut pas aller de l'avant chaque jour sans faire de pause. »*

Dans la campagne, Jannik conclut son message d'absence avec une touche d'esprit : « *Je reviendrai... quand je reviendrai*. » Une référence ludique à l'idée centrale de la campagne. S'il s'agit là de l'interprétation personnelle de Jannik de l'absence du bureau, le récit finit par s'adresser directement aux spectateurs avec une seule question : « *Et vous*, comment vivez-vous *votre Out of Office* ? »

Explora Journeys a présenté en avant-première *Out of Office* lors d'une soirée exclusive à l'historique Società del Giardino à Milan, le 11 novembre 2026, en présence de Jannik Sinner et de membres de son équipe. Présidée par Anna Nash, présidente d'Explora Journeys, la soirée a réuni une sélection de médias et d'amis de la marque pour le dévoilement de la nouvelle

campagne, suivi d'un dîner intime et d'une soirée placée sous le signe des échanges et de la célébration.

Déploiement de la campagne :

- **Un film de 70 secondes,** réalisé par Julien Faucher et produit par Craft Paris, décliné en formats courts pour le digital et les réseaux sociaux.
- **Diffusion en télévision et en digital à partir du 12 novembre 2026**, pendant les Nitto ATP Finals à Turin (du 15 au 22 novembre), en France ainsi que sur les marchés clés de la marque.
- Visionner le film sur **YouTube**
- Visuels HD disponibles sur demande.

– FIN –

À propos d'Explora Journeys

Explora Journeys est la marque de voyages en mer d'exception du MSC Group, dont le siège social se trouve à Genève, en Suisse. S'appuyant sur l'héritage maritime de 300 ans de la famille Aponte, Explora Journeys redéfinit l'expérience des séjours en mer avec sa signature « Ocean State of Mind », une philosophie qui connecte les voyageurs avec la mer, eux-mêmes et les uns aux les autres. Les itinéraires immersifs équilibrent destinations célèbres et ports méconnus, créant des voyages qui inspirent la curiosité et la découverte.

Chaque navire, inspiré par l'univers du yachting privé, fait office d'hôtel de luxe flottant avec l'océan pour adresse. Toutes les suites font face à la mer et disposent de terrasses privées, de baies vitrées allant du sol au plafond et d'intérieurs spacieux au design européen évoquant une élégance décontractée et contemporaine, un véritable « Home at Sea ».

Les hôtes peuvent choisir parmi 11 expériences culinaires distinctes, dont six restaurants, une « Chef's Kitchen » expérientielle, 12 bars et salons, ainsi qu'un service de restauration en suite 24h/24. Le spa « Ocean Wellness » est complété par cinq piscines intérieures et extérieures chauffées, un vaste programme de bien-être holistique, de généreux espaces de pont extérieurs et des divertissements raffinés conçus pour créer l'ambiance parfaite à chaque instant.

Inspirée par ses racines européennes et guidée par une hospitalité suisse d'exception, Explora Journeys propose un service intuitif et une approche moderne et naturelle du luxe.

La marque a lancé son premier navire, EXPLORA I, en juillet 2023, suivi d'EXPLORA II en septembre 2024. EXPLORA III, propulsé au GNL, a rejoint la flotte en juillet 2026, tandis qu'EXPLORA IV arrivera en 2027. EXPLORA V et EXPLORA VI suivront en 2027 et 2028, chacun intégrant des technologies environnementales avancées dans le cadre de l'engagement de la marque en faveur du développement durable.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur explorajourneys.com ou suivez Explora Journeys sur Instagram, X, Facebook, et LinkedIn.