

“Toi, moi et Paris”

La nouvelle campagne de promotion de la destination Paris Ile-de-France

Le Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France lance à partir du 10 novembre une nouvelle campagne de promotion de la destination en France et en Europe, intitulée “Toi, moi et Paris”.

Cette campagne vise à renforcer l’attractivité de Paris Ile-de-France, tout en valorisant son effervescence événementielle, la richesse et la diversité de son offre culturelle, son énergie populaire et créative.

Pour Henriette Zoughebi, Présidente du CRT “Entre Paris et ses visiteurs, c’est une histoire d’amour. Paris est tout proche et ils aiment y revenir. Au-delà des incontournables, chaque visite est l’occasion de faire de nouvelles découvertes. Les attentes évoluent de plus en plus vers l’envie de vivre le Paris des Parisiens. Il était primordial de faire évoluer l’image de la destination en la montrant telle qu’elle est vraiment : une métropole métissée et moderne où la création, la mode et l’art contemporain trouvent toute leur place. Avec la campagne “Toi, moi et Paris”, nous souhaitons renforcer l’idée que chaque séjour à Paris est une expérience unique”.

Pour soutenir son ambition, la campagne s’appuie sur un dispositif de communication multi-supports.

Un film d’auteur crée l’événement

Le CRT a fait appel à Yvan Attal pour illustrer sa vision du “nouveau Paris Ile-de-France”. Le réalisateur a mis son talent au service de la destination et son film “Kisses from Paris” (3’30) offre au spectateur un regard singulier sur la ville, où se mêlent intensité, romantisme et modernité.

En effet, Paris, berceau du cinéma, a toujours inspiré les artistes et son image se renouvelle sans cesse à travers leur caméra...

“Kisses from Paris” sera diffusé sur le site www.nouveau-paris-idf.com dès le 10 novembre.

Un teaser du film est déjà disponible sur le site www.nouveau-paris-idf.com ainsi que sur Youtube et Dailymotion, avec une ouverture d’une page “fan” sur Facebook.

Une campagne d'affichage décalée et impertinente

Pour la première fois la destination s'adresse au public français. Dès le 9 novembre deux visuels où domine l'autodérision s'afficheront dans 4 grandes villes françaises : Lyon, Marseille, Strasbourg et Nantes.

Campagne européenne, "Toi, moi et Paris" s'adresse également aux visiteurs Britanniques, Suisses et Belges et se déploie dans les villes de Genève, Lausanne et Bruxelles.

Les villes ciblées par la campagne sont toutes reliées à Paris par le train à grande vitesse. La campagne met ainsi en avant la proximité de Paris Ile-de-France, destination privilégiée pour les courts séjours urbains.

Un dispositif on line ambitieux

Enfin, à travers cette campagne, le CRT développe sa présence sur internet, le media du voyage par excellence. Ainsi, à partir du 10 novembre, un dispositif mis en ligne sur www.nouveau-paris-idf.com permettra aux internautes de déclarer leur flamme et de donner "rendez-vous à Paris" aux personnes de leur choix via des mini video originales.

Du 10 novembre au 20 décembre, les bloggers associés à la campagne seront invités à animer leur réseau en imaginant le scénario d'un "week-end idéal" à Paris Ile-de-France.

Un jury déterminera le 10 décembre les "week-ends idéaux" les plus originaux parmi les quatre catégories suivantes : fashion, culturel, nightlife, amoureux. Les bloggers gagnants seront invités les 19 et 20 décembre à vivre leur week-end idéal et à le faire partager en direct aux internautes.

Les internautes pourront eux aussi gagner un week-end idéal à Paris en s'inscrivant sur www.nouveau-paris-idf.com (20 week-end à gagner). Ce jeu sera également relayé via Facebook, Youtube, Dailymotion et Twitter.

Contacts presse :

Comité Régional du Tourisme Paris Ile-de-France
Delphine Perl - Tél. : 01 73 00 77 91 - Fax : 01 73 00 77 20 - dperl@nouveau-paris-idf.com

Laurence Phitoussi Communication
Tél. : 01 58 18 60 30 - Fax : 01 53 43 08 53 - crt@phitoussicom.com