

"La France, tout un monde à explorer", nouvelle campagne de TBWA\Corporate pour le SIG

Le Gouvernement lance aujourd'hui une campagne de communication sur le web et les réseaux sociaux pour promouvoir les destinations touristiques françaises, auprès des voyageurs hexagonaux. Signée TBWA\Corporate, la campagne repose sur l'idée que la France représente *"tout un monde à explorer"*, et qu'il n'est pas nécessaire de partir à l'étranger pour être surpris, dépaysé, conquis.

"La beauté est bien souvent en bas de chez soi... et on ne le sait pas ! Même si le reste du monde le sait (plus de 80 millions de touristes chaque année dans notre pays), les Français, eux, oublient parfois à quel point leur pays est magnifique ! Cette campagne était donc pour notre agence et le Gouvernement, une formidable opportunité d'en rappeler la magie, voire l'exotisme" explique Jean-Charles Davin, directeur de la création de TBWA\Corporate.

Le concept de "Françonaute"

En mettant en scène un spationaute sur la falaise de Fécamp, devant le château de Chambord, dans la cour des hospices de Beaune, au pied de la Philharmonie de Paris... la campagne crée un décalage esthétique et réussit à incarner le fait que le touriste français, en décidant de visiter l'une de ces destinations, va (re)découvrir les richesses de son pays, ses forêts, ses châteaux, ses villes côtières, ses musées, ses terroirs.

Des bannières géolocalisées

Grâce à un maillage fin du territoire et à des bannières géolocalisées, les internautes se verront proposer d'explorer la destination touristique la plus proche de leur lieu de vie. Ainsi, un internaute résidant à Rouen, sera invité à découvrir Fontainebleau, "à moins de 2h de train", alors que pour un habitant de Marmande, ce sera La Dune du Pilat "à 1h32 de voiture".

Un jeu concours

Dans le cadre de la campagne, un jeu concours en partenariat avec Voyages SNCF, est lancé sur les comptes Facebook et Instagram du Gouvernement. Le jeu concours propose des devinettes sur Facebook pour inciter à découvrir une destination française mystère à partir d'un visuel flouté, en s'aidant d'indices disséminés sur Instagram. Les gagnants, tirés au sort chaque soir, recevront des billets de train pour deux personnes vers la destination de leur choix, en France métropolitaine.

Un espace dédié sur [France.fr](http://france.fr)

Pour soutenir tout le dispositif, un espace dédié a été créé sur le site d'Atout France. Sur <http://france.fr/fr/franconautes>, une carte recense les destinations de la campagne et renvoie vers des pages qui mettent en valeur les richesses naturelles, patrimoniales ou culturelles de ces destinations, ainsi que les activités à pratiquer sur place, entre amis ou en famille.

La campagne “La France, tout un monde à explorer” sera en ligne du 3 au 21 avril. Le Gouvernement espère qu'elle sera largement relayée sur les réseaux sociaux, peut-être même par notre envoyé spatial très connecté, Thomas Pesquet !

CRÉDITS DE CAMPAGNE

TBWA\Corporate

Pilotes : Anne-Cécile Thomann & Mathilde Renoir

Consultants : Gaëlle Clarisse & Juliette Fraile

Directeur de création : Jean-Charles Davin

Direction Artistique : Pierre-André Cuny – Jérôme Diez

Concepteur-Rédacteur : Hélène Level

Réseaux sociaux : Chloé Balleix

SIG

Directrice du SIG : Virginie Christnacht

Responsables de la campagne : Aude Morvan, Hélène Jacuszin, Quentin Lardeau

À PROPOS DE TBWA\Corporate

TBWA\Corporate est l'agence de TBWA\Groupe, qui développe l'advocacy des entreprises, de leurs marques et leurs dirigeants.

En s'appuyant sur des spécialistes de chaque partie-prenante de l'entreprise (médias, pouvoirs publics, e-influenceurs, investisseurs, candidats...) et en développant des approches disruptives, partenariales et entrepreneuriales, l'agence conjugue focus créatif, culture de l'idée et du KPI avec 5 prix Effie au cours des 5 dernières années, et deux Grand Prix Stratégies en 2014, l'un en Affaires Publiques, l'autre en communication RH, Sociale et Formation.

TBWA\Corporate compte parmi ses clients Accenture, Airbus group, Alstom, APRR, Axa, BNP Paribas, BNP Paribas Cardif, Cetelem, Club Med, La Croix-Rouge française, Disney Business Solutions, EDF, Emirates, Entreprise Rent a car, Fondation des Femmes, Gemalto, Google, Le Défenseur des Droits, Le Service d'Information du Gouvernement, PemiGo, SNCF, Total, Valeo, Vicat.

TBWA\ fait partie du 2e groupe de communication au monde et compte 267 agences dans 77 pays et près de 12 000 collaborateurs. TBWA\Worldwide (www.tbwa.com) crée des idées disruptives pour des clients globaux tels que Accenture, Adidas, Apple, AirBnB, Henkel, Mars, McDonald's, Michelin, Nissan, Pernod Ricard, Samsonite, Standard Chartered Bank, Singapore Airlines.

Contact TBWA\Corporate

Ségolène Guertin – segolene.guertin@tbwa-corporate.com - + 33 (0)1 49 09 82 38