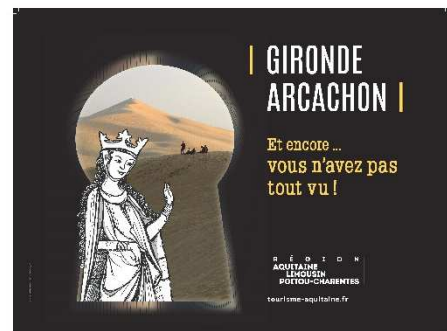


**Tourisme : la région Aquitaine Limousin Poitou-Charentes
 affiche ses atouts à Paris et à l'étranger**

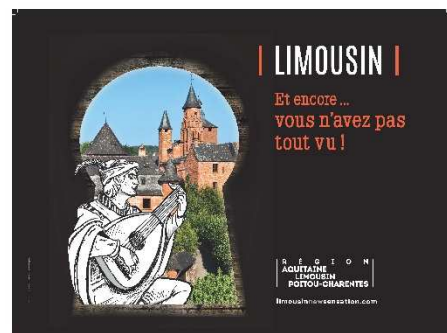
La Région investit le métro parisien

Dans le cadre de la promotion touristique auprès de la clientèle parisienne, la région Aquitaine Limousin Poitou-Charentes affiche ses destinations dans les couloirs du métro parisien. **Déclinées en 13 visuels, les 1 470 affiches au format 2 x 1.5 m seront réparties dans le métro du 21 mars au 19 avril 2016.** Cette campagne a été réalisée conjointement avec les Comités Régionaux du Tourisme et en partenariat avec le Futuroscope.



Cette campagne à Paris, en amont de la saison touristique et des vacances de Pâques, vise une cible jeune, consommatrice de voyages et/ou de courts-séjours.

Le métro parisien - qui concentre chaque jour 6,6 millions de voyages et 2,9 millions de voyageurs - est donc un lieu d'affichage privilégié, d'autant que **Paris/Île-de-France reste le premier bassin émetteur de clientèle touristique** : plus de 20% des nuitées françaises pour l'Aquitaine, 21% pour le Limousin et près de 33% pour le Poitou-Charentes.



La campagne 2016 s'appuie sur l'affectif pour développer le capital sympathie de la grande région et souligner sa différence.

Avec pour axe de communication « les secrets », le concept créatif intègre un personnage ou un élément vivant dessiné. Symbole d'une réalité, d'une référence historique ou mythologique forte, il fait appel à l'imaginaire, traduit la personnalité et met en avant les spécificités des destinations. Sur chaque visuel, cet élément graphique est mis en scène à travers le trou d'une serrure devant un paysage emblématique, de manière à attirer le regard et susciter la curiosité.



En parallèle de cette campagne, **une opération de street marketing sera organisée le 1^{er} avril autour de la gare Montparnasse** : il s'agira de distribuer un document de 24 pages, tiré à **plus de 10 000 exemplaires**, mettant en avant **des idées de balades, des coups de cœur, des nouveautés et les incontournables des différentes destinations** de la région Aquitaine Limousin Poitou-Charentes. Des reportages spéciaux seront consacrés aux 1 000 ans de la ville de Cognac, à la Vélodyssée, à la Cité du Vin à Bordeaux, à l'ouverture du Centre international de l'art pariétal de Montignac-Lascaux (prévue en décembre 2016) ou encore à la Cité internationale de la tapisserie d'Aubusson.

Ce supplément sera également distribué en marketing direct dans 170 000 foyers franciliens (départements 75, 78, 92) le 2 avril.

En parallèle de ces 2 actions de promotion, des **campagnes de communication** sont également menées, par la Région et les CRT, dans le **métro à Londres**, mais aussi en gares aux **Pays-Bas et en Allemagne** en mars et avril. La Région cible aussi les **professionnels du voyage** : elle sera présente à Montpellier les 5 et 6 avril dans le cadre du salon professionnel **Rendez-vous en France** à destination des tours opérateurs (TO).

*« Levier majeur de l'économie régionale, le tourisme dans la région Aquitaine Limousin Poitou-Charentes représente 27 millions de touristes, 87 000 emplois touristiques et 12.2 milliards d'euros de consommation touristique intérieure. C'est la raison pour laquelle l'action du Conseil régional en faveur du tourisme se veut volontariste et engagée : **plan de professionnalisation** à destination des acteurs du tourisme qui souhaitent élargir leurs compétences ou s'adapter aux évolutions du secteur, **conseil aux porteurs de projets, politique de soutien aux acteurs touristiques et actions de promotion tournées vers l'international et la France.** »* indiquent Alain Rousset, président du Conseil régional, et Sandrine Derville, vice-présidente du Conseil régional en charge du Tourisme.

Contact presse :
Rachid Belhadj
05 57 57 02 75 - 06 18 48 01 79 / presse@laregion-alpc.fr
Facebook : RegionALPC / Twitter : @Region_ALPC