



Aimer la Bretagne... C'est d'abord aimer

Campagne de communication 2006



Communiqué de presse
Mars 2006

Contact Presse :

Chantal Fournier

Comité Régional de Tourisme - 1, rue Raoul Ponchon - 35069 Rennes Cedex - Tél. 02 99 28 44 30
c-fournier@tourismebretagne.com

La promesse de l'amour...

Dans la continuité de leur action commune initiée depuis maintenant cinq ans, le Comité Régional du Tourisme de Bretagne et trois Comités Départementaux du Tourisme (Côtes d'Armor, Morbihan et Finistère) mènent, ce printemps, une campagne de communication concertée sur le marché français.

Cette campagne, conçue par le Pôle de communication publique et touristique d'Euro RSCG Compagnie présente un nouveau positionnement créatif : « la Bretagne pour ceux qui s'aiment ».

Il s'agit en effet d'un positionnement particulièrement adapté à la promotion des courts séjours répondant aux objectifs de conquête de nouvelles clientèles, et de développement de courts séjours marchands hors saison.

Dans un souci de conquête de nouveaux publics, en rupture donc avec le positionnement précédent « La Bretagne votre seconde famille », la campagne ne s'adresse plus uniquement aux fidèles de la Bretagne.

Cet axe de l'amour représente un vrai plus pour la Bretagne. C'est un thème impliquant pour le consommateur avec un concept fort : le désir de se retrouver...

Quelle plus belle promesse que l'amour !

Ce nouveau discours permet ainsi à la Bretagne de prendre une place à part parmi les destinations touristiques !

**Aimer la Bretagne...
c'est d'abord aimer**

L'amour s'affiche...

La campagne se déroulera sous forme d'affichage du **28 mars au 10 avril 2006 à Paris, en affichage extérieur et en affichage métro** (quais) et sera prolongée jusqu'au 17 avril dans le métro (massifs quais), soit 740 faces (4x3).

La clientèle visée est par ce biais exclusivement francilienne : les jeunes couples sans contrainte d'enfant et les jeunes seniors.

En terme de CSP, ce sont les catégories moyennes et hautes qui sont ciblées, plus à même de consommer des courts séjours hors saison.

Trois visuels différents sur les thèmes de la Bretagne intérieure, littorale et festive mettront en scène de jeunes couples, et un grand-père avec ses petits-enfants.

Les images ont été réalisées par le photographe Aldo Soares, né près de Porto en 1960. Photographe professionnel depuis 1986, son travail pour la presse, l'édition et la publicité s'articule autour du thème qu'il affectionne particulièrement : les hommes.

Les affiches renverront sur une page d'accueil spécifiquement créée pour l'occasion www.aimerlabretagne.com relayant vers les sites des partenaires.

En amont, l'achat de mots-clés sur Google et de clics garantis sous forme de bannières renvoyant sur www.aimerlabretagne.com viendront renforcer en amont la campagne d'affichage : 20 000 clics garantis !

Cette action cofinancée par le CRT et les trois CDT s'élève à 350 000 €.