Dossiers de presse | Multi-thématiques

Le CRT mène une campagne invitant les visiteurs suisses à vivre un voyage estival unique à Paris et en Ile-de-France, en partenariat avec TGV Lyria, Voyages-sncf.com, Atout France et en collaboration avec le Musée du Quai Branly,

Le 9 avril 2014

TGV Lyria, le Comité Régional du Tourisme (CRT) Paris Île-de-France, Voyages-sncf.com et Atout France s'associent à nouveau pour mener une campagne conjointe sur la Suisse, opération destinée à promouvoir la destination Paris Île-de-France cet été.

Informations ressources

Filières

Transports

Descriptif

Chaque année, le CRT fait de « l'été » une période phare de la destination autour de laquelle il met en avant de nombreux sites, événements et produits touristiques à découvrir sur l'ensemble du territoire.

Paris et sa région sont de toutes les fêtes, de tous les rendez-vous pendant la période estivale : au bord de l'eau, sous les étoiles, dans
à Paris.

Entre les ber
art de vivre s

LANCEMENT

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Les Suisses pourront découvrir la campagne de communication : le visuel, les offres et les partenaires. Pour ce lancement : une balade en 2 CV avec « 4 roues sous un parapluie » sera offerte pour les 10 premières réservations sur le site de voyages-sncf.com à partir du 6 mai.

LES OBJECTIFS DE CETTE CAMPAGNE :

• Créer du buzz autour de cette campagne et attirer les personnes sur les sites pour suivre les énigmes, et au final réserver un billet vers Paris.

• Inciter les Suisses à découvrir la destination Paris Île-de-France en utilisant votre expérience liée à votre voyage de presse (impressions, découvertes, coups de coeur à Paris). Les partenaires de la campagne pourront également relayer vos témoignages et vidéos.

• Développer les ventes TGV Lyria, du musée parisien et de la notoriété des partenaires.

Nombre de pages

13

Ressources

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.