

Communiqué de presse
31 mai 2024

Un nouveau film pour la destination Côte-d'Or

Côte-d'Or Attractivité, dans son objectif de valoriser et mettre à l'esprit des Français le territoire, a fait le choix d'un film à la fois identitaire et décalé, dans la tendance actuelle. En cette année où le sport sera roi en France et dans le Département : Jeux Olympiques, passage du Tour de France et de la flamme olympique et paralympique, l'occasion est à saisir pour diffuser cette nouvelle vitrine au plus grand nombre.

Découvrez ce nouveau film ici :

[Un film qui vous invite en Côte-d'Or | Site des professionnels du tourisme de Côte-d'Or \(cotedor-attractivite.com\)](https://www.cotedor-attractivite.com)

Ses objectifs :

- Raconter une histoire et montrer l'identité de la Côte-d'Or
- Mettre en scène les atouts de la Côte-d'Or d'un point de vue décalé mais esthétique.
- Utiliser à la fois l'humour, la poésie et la musique pour valoriser le territoire.

Un choix scénaristique assumé

Ne pas sillonner tout le territoire mais raconter une histoire comme une balade onirique est un choix assumé par Côte-d'Or Attractivité, justement pour donner envie aux spectateurs de plonger encore plus avant dans notre destination, mais également pour trancher avec les films touristiques « classiques ».

Une réalisation talentueuse soutenue par l'intelligence artificielle, par l'agence B-Wonder avec le soutien du réalisateur Jean-Baptiste Fauconnier, a permis la création de ce film. Mêlant prises de vues classiques, intégration d'image de synthèse et intelligence artificielle, ce film casse les codes du film promotionnel.

Nos objectifs de communication

Séduire de nouveaux consommateurs plus urbains, branchés (cible prioritaire) grâce à une communication décalée mais qui reste esthétique.

Les cibles de la destination Côte-d'Or

D'abord et avant tout : le grand public. L'essentiel de nos clientèles vient des bassins géographiques suivants : Paris et Ile-de-France, Est/Nord Est, Rhône-Alpes et Région Bourgogne.

Le Rendu final : 2 films pour 2 utilisations

- Un film de 2 minutes 45 secondes environ pour diffusion sur les supports numériques et TV lors des événements grand public et professionnels en 2024-2025. Le film est mis à disposition gratuitement à tous les acteurs du territoire (professionnels du tourisme, offices de tourisme, collectivités...) pour une diffusion partagée auprès du plus grand nombre.
- Un film, version courte, de 50 secondes environ pour une diffusion récurrente sur les réseaux sociaux qui sont le support offrant le plus de visibilité à notre destination (audience 2022 sur les réseaux sociaux = 11 millions d'impressions)