

Parigi chiama tutti i cittadini del mondo a esprimere il loro amore per la città ferita dagli attacchi terroristici e lancia la campagna #ParisWeLoveYou: un progetto paneuropeo mirato a riportare la Ville Lumière nel cuore dei viaggiatori rinnovandone l'attrattiva e l'appealing turistico.

#ParisWeLoveYou è traducibile in una vera e propria call to action rivolta a chiunque voglia esprimere ad alta voce il proprio sostegno, autoproclamandosi ambasciatori della rinascita della Capitale agli occhi del mondo. Ai supporter di Parigi viene chiesto di raccontare sui social network - con testi, foto, disegni e qualunque altro mezzo veicolabile sui social - perché vale la pena tornare a Parigi, mostrandone la propria personale prospettiva, e cercando di contagiare più persone possibile. È insomma una chiamata ai turisti affinché parlino ai turisti: una mappa interattiva identificherà tutte le pubblicazioni social che l'hashtag #ParisWeLoveYou sarà in grado di generare, mentre un sistema a punti seguirà in tempo reale il progetto e consentirà di premiare i migliori contributi. È prevista anche una campagna di comunicazione integrata e declinata su molteplici canali con interessanti promozioni ad hoc e a disponibilità limitata rivolte al pubblico. Il progetto è stato avviato da tre big del turismo francese - Voyages-SNCF (Ferrovie Francesi), Accor Hotel (uno dei più grandi gruppi alberghieri del mondo) e il Comité Régional de Tourisme (CRT) Paris-Ile de France - che si fanno protagonisti di un'azione mediatica e digitale da oltre un milione di euro, articolata e personalizzata per 15 Paesi e ritrasmessa dai tre partner in oltre 40 Stati. Una mobilitazione che - su scala più generale - ha già coinvolto anche altri marchi come Galeries Lafayette, Facebook, la maison della moda Monnaie de Paris e il celebre chef Guy Savoy diventano ambasciatori di Parigi. Già sono numerose le offerte prenotabili tramite il sito e-commerce delle Ferrovie Francesi, Voyages-sncf.com, che rappresenterà il collettore di tutte le proposte dei partner. Tra le altre: fino al 17 aprile SNCF propone oltre 220.000 ticket a partire da 29 euro per viaggiare entro l'8 di giugno in TGV, e negli altri treni del network, come Intercity, Eurostar, Thalys, Lyria, Aléo, Elipsos. CRT propone invece diverse iniziative come le riduzioni per il Big Bus Pass, con 2 giorni di tour in città a 32 euro.

AccorHotels propone sconti fino al 30% sui soggiorni presso i circa 250 alberghi della propria catena se prenotati entro il 6 maggio. E ancora per ogni spesa di almeno 75 euro nelle Galeries Lafayette, se raggiunte con il TGV di Voyages SNCF - i clienti riceveranno un ticket per una crociera sulla Senna. Le occasioni per andare a Parigi nei prossimi mesi non mancano: dagli esclusivi festival musicali (Il Solydays, il Villettes Street con gli artisti di strada o la festa della musica) alle mostre (Picasso, gli Impressionisti o l'evoluzione della specie darwiniana) alla Paris Design Week. L'importante per chi aderirà alla campagna #ParisWeLoveYou sarà andare a Parigi e raccontare il suo ritorno alla normalità: che sia un selfie o uno scatto di Notre Dame, della Torre Eiffel o dell'Arco di Trionfo, che si tratti di luoghi iconici come Montmartre o i Giardini delle Tuileries, o di siti meno noti come la Città della Musica e del Canal St. Martin, ciò che conta è farsi testimoni universali dell'amore per la Capitale francese.