

LANCEMENT DE LA CAMPAGNE INTERNATIONALE EN FAVEUR DU RAYONNEMENT ECONOMIQUE DE LA FRANCE

UN LABEL « CREATIVE FRANCE » ET UN DISPOSITIF PUISSANT DE COMMUNICATION SIGNÉS HAVAS PARIS

La visite par le Premier Ministre, Manuel Valls, à Tokyo ce lundi 5 octobre, marque le lancement officiel de la campagne d'image en faveur du rayonnement économique de la France, annoncée par le Président de la République lors du Conseil stratégique de l'attractivité le 16 juin dernier. La France a en effet décidé de se donner les moyens de promouvoir son potentiel créatif et de renforcer son attractivité économique, marquant ainsi le renouveau du « discours France ».

Centrée sur la créativité au cœur du dynamisme économique français, cette campagne internationale, pilotée par Business France sera déployée au cours des 18 prochains mois. Elle a pour objectif de valoriser les atouts de notre pays en matière de dynamisme industriel et économique, de potentiel d'innovation, de vitalité culturelle et artistique. Elle met également en valeur le rayonnement et la capacité d'innovation de nos entreprises, qui exportent le savoir-faire français partout dans le monde.

Confiée à l'agence Havas Paris avec l'appui de ses partenaires locaux et Havas Media International, la campagne Créative France repose sur un dispositif de communication puissant dans 10 pays clés sélectionnés pour leur potentiel de développement en matière d'échanges et d'investissements : Japon, États-Unis, Chine dont Hong Kong, Corée du Sud, Inde, Allemagne, Royaume-Uni, Brésil, Émirats Arabes Unis et Singapour. Grâce au soutien massif d'ADP, la campagne sera également massivement affichée en France à Orly et Roissy jusqu'à fin décembre.

"C'est la première fois que la France investit autant pour défendre son image économique dans le monde. Havas Paris est particulièrement fier d'avoir remporté ce budget mais plus encore de contribuer à l'attractivité de la France Cette campagne dessine la France telle qu'elle est", se félicite Stéphane Fouks, Vice-Président de Havas et Président Exécutif du réseau Havas Worldwide.

Un « label pays » et des égéries

L'enjeu majeur pour la France est de valoriser son image économique par des faits et des résultats et de démontrer que notre pays est profondément moderne, créatif, résolument ouvert sur le monde et qu'il est, en toute objectivité, une destination privilégiée pour tous ceux qui veulent développer leurs activités en Europe. Pour cela, la communication s'attache à mettre en lumière **une forme de « génie français »** fondé sur une créativité mondialement reconnue, à laquelle s'ajoutent le sérieux et la rigueur propres à attirer les investisseurs.

La mécanique repose sur **des égéries** à savoir les initiatives et savoir-faire français en matière de créativité et d'innovation dans les divers domaines : technologies, industrie, mode, gastronomie, sciences, arts, etc. Parmi elles, la start-up **Rosa** (système robotisé d'assistance à la neurochirurgie), le mathématicien **Cédric Villani**, **l'école d'informatique 42** créée par Xavier Niel, **Airbus-AirBus E-Fan**, le prototype d'avion à réaction, **Thierry Marx**, figure de la gastronomie moléculaire, **edjing** l'appli mobile pour DJ, le leader mondial des hautes technologies **Safran**, le designer **Philippe Stark** ou **Hélène Darroze**, élue meilleure femme chef du monde en 2015.

La promotion de l'image économique de la France s'appuie sur un puissant dispositif constitué d'une riche palette d'outils :

- Un vaste programme d'actions auprès des médias internationaux pour y communiquer nos messages clés.
- Un label illustré par un logo.
- Un volet publicitaire presse (8 premières annonces) dans les grands quotidiens ou hebdomadaires économiques et financiers de chaque pays cible, une campagne d'affichage (106 faces ADP en France) et un volet digital.
- Une présence massive sur les réseaux sociaux sous le hashtag #creativefrance afin que le plus grand nombre puisse y être exposé et participer à sa diffusion.

Le compte Facebook *Business France* (www.facebook.com/businessfrance)

Les comptes Twitter @businessfrance (twitter.com/businessfrance) et

@creativefrance (twitter.com/sayouitofrance)

- Une plateforme digitale creative.businessfrance.fr/ agrégeant tous les contenus de la campagne et interagissant avec les communautés locales ou internationales.
- La mobilisation de l'ensemble des représentants français à l'étranger et en particulier les Ambassadeurs, pour aller à la rencontre des décideurs économiques internationaux.
- Un vaste dispositif de participations aux conférences économiques et aux grands événements internationaux.
- Chaque entreprise française présente hors des frontières nationales, pourra utiliser, porter et diffuser le label Créative France. Ces « endossements » permettront de renforcer l'impact et la visibilité de la campagne. Ils donneront également aux entreprises concernées l'opportunité de bénéficier de l'image audacieuse et innovante du label