



PARC ASTÉRIX : CAP SUR UNE NOUVELLE DESTINATION

HAVAS PARIS ACCOMPAGNE LE PARC ASTÉRIX DANS SA NOUVELLE STRATÉGIE

Reconduite par le Parc Astérix dans ses missions de conseil en stratégie de marque et de création pour une durée de 3 ans jusqu'en 2020, Havas Paris se voit confier le nouveau territoire de communication du parc d'attractions ainsi que la création de l'identité visuelle de sa nouvelle zone hôtelière. Avec la rénovation et l'agrandissement de l'hôtel Les Trois Hiboux (150 chambres) et l'ouverture de deux nouveaux hôtels (La Cité Suspendue et Les Quais de Lutèce) respectivement en 2018 puis 2019, le Parc Astérix, 2^{ème} parc d'attractions en France entend proposer une aventure gauloise enrichie jusqu'à devenir une destination de court séjour. Pour révéler cette nouvelle stratégie, le Parc Astérix investit dans une campagne de publicité massive à partir du 19 mars (affichage, affichage digital, web et rediffusion TV et radio).

3D et photoréalisme avec les Carioca

3D et photoréalisme constituent le socle créatif de la nouvelle campagne d'affichage (**3 visuels**) confiée au studio Carioca, peinture internationale de la 3D, sous la direction créative d'Havas Paris. Chaque visuel a nécessité 3 mois de travail entre conception et post-production.

Mettant en scène la famille, cœur de cible du Parc Astérix, la campagne illustre l'offre hôtelière (« Posez vos valises au village »), la toute dernière attraction Pégase Express (« Entrez dans la légende ») et prochainement, l'ambiance du village gaulois (« Faites une pause en famille »).

Les visiteurs du parc deviennent des gaulois modernes, mis en scène dans des situations « clin d'œil » à la célèbre bande dessinée et à l'imaginaire gaulois d'Uderzo et Goscinny. Quand on va au Parc Astérix, on devient un personnage, joyeux, robuste et courageux pour vivre et partager les aventures d'Astérix et Obélix.

Une identité visuelle hôtelière originale

Conçue comme des enseignes d'échoppes gauloises, chaque hôtel est incarné par un animal tiré de la célèbre bande dessinée d'Uderzo et Goscinny, en lien avec son univers (un écureuil, un poisson et 3 hiboux). La nouvelle identité imaginée par Havas Paris en collaboration avec le studio des Editions Albert René, est déployée sur l'ensemble des supports de communication.

Zoom sur la campagne 2018

- Une campagne d'affichage du 19 mars jusqu'à fin juillet (plusieurs vagues).
- Campagne DOOH : du 9 Avril au 30 Juillet (plusieurs vagues)

- Diffusion TV : du 26 Mars au 13 Juin (deux vagues)
- M6 : Sponsoring des programmes "Scènes de Ménage" et "En Famille" du 23 Avril au 26 Mai 2018 + autres chaînes du groupe sur la TNT du 11 Avril au 27 Mai et du 18 Juin au 15 Juillet 2018
- Une campagne radio régionale à compter du 19 mars et jusqu'au 25 avril, suivie d'une 2ème vague nationale mi-juillet et jusqu'au 5 Août.