




		<input type="text" value="Rechercher..."/>						
								
Accueil	Quick Presse	Emplois	Agenda	Éducotours	Brochures	Programmes de fidélité	Photos/Vidéos	EXTRA
Fournisseurs	Agences	Centre de formation	Portraits	Archives	Nos produits	Pour annoncer Audition	Nous joindre	Abonnement Désabonnement

Mercredi, 18 juin 2014



Inauguration de la Galerie F au Sofitel Montréal

André Désiront



L'Occitane, L'Essentiel de Lavande, Le camembert Le Rustique, le journal L'Équipe font partie des marques présentées à la Galerie F

Atout France avait convié, hier soir, une centaine de personnes au Sofitel Montréal Le Carré Doré à l'inauguration de la Galerie F. Cette exposition destinée à mettre la destination France en valeur à travers ses grandes marques est constituée d'une centaine de colonnes sur lesquelles les marques participantes sont représentées par un élément de fabrication original, une photo ou une maquette du produit et un texte rédigé par une personnalité qui commente la spécificité de la marque ou ce qu'elle évoque pour lui.



Armelle Tardy-Joubert, directrice d'Atout France Canada

L'objectif est de stimuler ou renouveler l'envie de voyager dans l'Hexagone en incitant les consommateurs canadiens à visiter les régions d'origine des grandes marques iconiques qui ont contribué au prestige de la France.

L'exposition, présentée au second étage du Sofitel Montréal jusqu'au 2 juillet, sera également présentée à Ottawa (à l'ambassade de France, les 10, 16 et 17 juillet), aux Galeries Lafayette du boulevard Haussmann, à Paris (au 4^e étage), du 4 au 30 août et à Grand-Sault, au Nouveau-Brunswick, du 14 au 24 août, période coïncidant avec la tenue du Congrès Mondial Acadien. Elle est la réalisation d'Atout France qui l'a conçue en partenariat avec Air France, les Galeries Lafayette, la chaîne Sofitel et l'ambassade de France.

Parmi les cinquante marques participantes, on signalera, notamment, le Groupe Bel (qui produit les fromages la Vache qui rit, dans le Jura), Maille (la fameuse moutarde, made in Dijon), Clarins et Lancôme (ces indispensables de la beauté féminine ne pouvaient s'épanouir qu'à Paris), l'Occitane et le Ricard (des provençaux bien connus) ou encore le rhum (de la Martinique, une des régions partenaires, avec la Bourgogne, la Normandie, Midi-Pyrénées et Paris-Île-de-France).

Un catalogue bilingue, publié à 10 000 exemplaires, est distribué aux visiteurs.

Les 2500 firmes accueillant des visiteurs individuels en reçoivent 12 millions par année, en moyenne.



Vos commentaires

Nom : *

Courriel : *

Commentaire : *

1000 caractères.



Publier

© Logimonde Media Tous droits réservés
Renseignements : salledepresse@logimonde.com
450-689-5060 poste 223