

Communiqué de presse
Juillet 2017

La Cité du Chocolat Valrhona lance une nouvelle campagne de communication !

L'émblématique Cité du Chocolat Valrhona à Tain L'Hermitage dévoile une nouvelle campagne de communication on et off line qui réaffirme sa position de 1^{er} site touristique chocolat de France !

Un nouvel axe créatif orienté sur le tourisme et la culture

En quelques années, la Cité du Chocolat Valrhona est devenue incontournable : 1^{er} site touristique chocolat de France et top 3 des sites de tourisme de savoir-faire en Auvergne-Rhône-Alpes. Pour **confirmer cette place** et pour **continuer à faire venir les visiteurs** jusqu'à Tain L'Hermitage, la Cité du Chocolat souhaite avant tout **valoriser son ancrage touristique et culturel**.

D'où la réalisation d'un bloc marque, où la Cité du Chocolat et son architecture originale apparaissent systématiquement sur chacune des créations. Les prises de parole sont exclusivement attribuables à **la Cité du Chocolat et à la marque mère Valrhona**, avec la mise en valeur sur les créations de tablettes de chocolat uniques et autres produits emblématiques. Un **message simple, destiné à faire sourire, à intriguer et à donner envie**, est également présenté sur chaque communication :

“Chic, le chocolat ça se visite”
“Chic, on m'a posé un Lapin”
“Chez nous, le chocolat ça [se] cultive”
“C'est si bon les souvenirs en chocolats”
...

Lorsqu'il s'agit de chocolat, personne ne reste insensible. L'idée est de **créer une conversation avec le public**, grâce à une **déclinaison du concept sur tous les supports de la cité on et off line**. Les outils sont construits comme une “série”, au ton contemporain.



Une communication renforcée : 3 temps forts en 2017

Du 15 mai au 15 septembre 2017, **la Cité du Chocolat s'affiche pendant 4 mois** (panneaux déroulants et digitaux) sur les **axes routiers clés des grandes villes de la région Auvergne-Rhône-Alpes**. Avec un **message clair : la Cité est un lieu qui se visite**.

>> 2,9 millions de contacts estimés par semaine

Du 15 juillet au 15 août 2017, au plus haut de la saison, **une campagne display web/mobile**, géolocalisée, viendra renforcer le dispositif.

En juillet, semaines 28 et 29, **la Cité du Chocolat s'offre la capitale**, avec une **campagne d'affichage de 15 jours sur le périphérique parisien** : panneaux digitaux, 380.000 spots par semaines...

>> 60 millions de contacts estimés

Un investissement soutenu sur les réseaux sociaux

La Cité du Chocolat se donne un objectif : **être là où son public se trouve**, afin de faire vivre la Cité hors ses murs (avant, pendant et après une visite). Les fans de chocolat et de Valrhona peuvent se retrouver sur **Facebook**, sur **Twitter** ou encore sur la nouvelle page **Instagram**.

Concernant les réseaux sociaux, la stratégie est simple. La Cité du Chocolat cherche avant tout la qualité de l'engagement et des échanges avec sa communauté. Les prises de parole régulières et originales, une charte graphique dédiée, ainsi que des investissements en achat social média permettent **d'augmenter et de fédérer les communautés** au fil des mois.

Agence : Les Défricheurs (Lyon 3)
La Cité du Chocolat : Franck Vidal, Directeur



La Cité du Chocolat : le goût de l'expérience

Depuis son ouverture en 2013, La Cité du Chocolat a accueilli plus de 300 000 visiteurs. Toucher, sentir, goûter, observer mais aussi partager, interagir : La Cité du Chocolat Valrhona offre une expérience gourmande, ludique et pédagogique. En 2016, La Cité du Chocolat Valrhona franchit une nouvelle étape et dévoile un espace inédit situé au 1er étage, sur plus de 700 m². Le parcours de visite s'agrandit pour permettre aux visiteurs de prolonger leur expérience à la Cité. Des fèves de cacao aux créations des pâtisseries, chocolatiers ou boulangers, en passant par la découverte d'une chocolaterie virtuelle ou d'une ligne d'enrobage de chocolats, la Cité du Chocolat Valrhona promet un voyage unique : une véritable immersion dans l'univers du chocolat, où priment sensations et émotions. Chaque mois, 40 animations sont réalisées par une équipe dédiée, plus de 20 000 carrés de chocolats sont dégustés et pas moins de 150 personnes s'initient à la pâtisserie lors de stages, d'ateliers ou d'animations.

A propos de VALRHONA (GROUPE SAVENCIA) :

Valrhona est une chocolaterie française qui fournit depuis 1922 un Chocolat d'exception. Créée par un pâtissier pour les pâtisseries, Valrhona met toute son expertise, son exigence et sa passion au service des professionnels de la gastronomie pour faire de chaque dégustation un moment d'exception. Choisie par les meilleurs chefs et artisans à travers le monde pour sa grande palette aromatique constamment enrichie d'innovations, Valrhona a pour ambition de promouvoir l'épanouissement gastronomique des Hommes en proposant des goûts différents de chocolat, uniques et reconnaissables, qui créent toujours plus de plaisir et d'émerveillement. Dans un souci constant de dialogue et d'éthique, Valrhona s'appuie sur des relations de codéveloppement de longue durée avec les planteurs et les grands chefs, dans le respect des hommes et de la nature.

Catalyseur de tendances depuis plus de 25 ans, l'Ecole Valrhona invente, répertorie et conserve tous les savoirs et techniques des métiers du chocolat. Ses pâtisseries formateurs sillonnent le monde à la rencontre des professionnels pour échanger et transmettre dans une volonté permanente d'enrichissement mutuel.



VALRHONA - 26600 Tain l'Hermitage – France -Tél. : +33 (0)4 75 07 90 90 - www.valrhona.com

Contacts presse : Agence Esprit des Sens

Emeline Guiraud – 04 78 37 29 72 – e.guiraud@eds-groupe.com

Clara Delon – 04 78 37 17 50 – c.delon@eds-groupe.com