Roissy, le 24 juin 2015

# Air France fait vibrer le cinéma « à la française » sur ses réseaux sociaux

- Un nouveau jeu-concours inédit aux couleurs du film *Le Petit Prince* de Mark Osborne ;
- Le film vainqueur de l'opération *French Cuts Collection by Air France* dévoilé.

---

Cet été, Air France propose à ses 6 000 000 de *fans* sur ses réseaux sociaux* de participer à des opérations et animations originales et innovantes autour de deux véritables symboles de la France liés au cinéma.

**Dessine-moi « *Le Petit Prince* et un avion »**

Air France est partenaire officiel du film *Le Petit Prince*, réalisé par Mark Osborne, au cinéma le 29 juillet 2015 en France et bientôt partout dans le monde. A l'occasion de la sortie événement de l'œuvre inspirée de l'immense succès d'Antoine de Saint-Exupéry, la Compagnie organise un nouveau grand jeu-concours inédit sur ses réseaux sociaux. A gagner, de nombreuses attentions dont un voyage long-courrier en famille ! **https://youtu.be/w8gjSSc1pz0**

A partir du 23 juin 2015, les parents sont invités à envoyer les dessins de leurs enfants sur le thème « Dessine-moi *Le Petit Prince* et un avion ». Ensuite, dès le 27 juillet 2015 et pendant une semaine, la Compagnie publiera les meilleurs dessins sur ses réseaux sociaux et s'en servira également pour répondre à ses *fans* à travers des messages relatant la sortie du film, l'offre de la Compagnie destinée aux familles ou les réponses aux questions des clients. L'occasion pour Air France de retrouver plus que jamais son âme d'enfant au cœur de l'été.

En octobre 2015, Air France sera la première Compagnie au monde à diffuser le film en exclusivité à bord de ses vols long-courriers.

**Le film vainqueur de *French Cuts Collection by Air France* dévoilé**

Lors du dernier Festival de Cannes, dont Air France est le transporteur officiel depuis 1980, la Compagnie a proposé à chacun de revisiter les clichés du cinéma, à la française, grâce à un jeu-concours inédit relayé sur ses réseaux sociaux : *French Cuts Collection by Air France.*

Les internautes étaient invités à partager leur talent de scénariste sur le site frenchcuts-by-airfrance.com pour tenter de gagner un séjour au Festival de Cannes. Parmi plus de 2 000 scripts reçus, le nom du gagnant a été annoncé par Claude Lelouch, jury officiel de l'opération. Joshua McVey, résidant au Canada, a ainsi eu l'occasion de participer aux festivités cannoises et de voir son projet de film réalisé par la Compagnie.

Aujourd'hui, après avoir produit et réalisé le film du vainqueur, Air France dévoile en exclusivité cette œuvre originale : **http://bit.ly/Frenchcuts_Collection**

*« Le plaisir du voyage avec Air France commence bien avant de monter à bord de nos avions. A travers ces opérations inédites accessibles à tous via nos réseaux sociaux, nous souhaitons non seulement ravir petits et grands globe-trotters grâce à des cadeaux originaux, mais également véhiculer l'art du voyage à la française à travers le monde entier. Jouer avec les plus beaux symboles de la culture française est également un clin d'œil à « Air France, France is in the Air », notre nouvelle signature »* a déclaré Adeline Challon-Kemoun, directrice générale adjointe Marketing, Digital et Communication d'Air France-KLM.

*Facebook, Twitter et Instagram.

**Service de presse Air France** : + 33 (0)1 41 56 56 00 - corporate.airfrance.com - Twitter : @AFnewsroom