

Campagne de communication # On attend que toi : bilan d'étape

Depuis le mois de mars, le CRT a lancé une campagne régionale de communication participative et innovante intitulée # On attend que toi, fédérant 24 partenaires régionaux sur le thème de l'Occitalité.. (Voir Lettre T n° 594).

Basée sur un concours photos, elle a généré 7500 photos postées sur Instagram. Le jury en a sélectionné 250 pour déterminer ensuite les 15 gagnants (1 par département et 1 par métropole). Pour le choix "Coup de Cœur" lancé sur la plate-forme du quotidien La Dépêche, 10 973 votes ont été recensés. Grâce à leur gain (un smartphone) les 16 gagnants pourront encore mieux exprimer leur sens de l'Occitalité. La campagne digitale sur les treize départements (Facebook, Instagram, Programmatique et Display Editeur) s'est traduite par 140 000 vues suite à la publication du teaser du concours et plus de 1,4 millions de contacts sur les publications et les réseaux sociaux. La page dédiée # On attend que toi a été vue 32 599 fois. Une e-newsletter a été envoyée à 55 000 destinataires... La campagne nationale de communication se poursuit jusqu'au 30 juin (affichage digital dans les gares et les aéroports nationaux).

Campagne en automne. Dans la prolongation de celle du printemps, le CRT a imaginé une nouvelle campagne afin de favoriser les courts séjours en arrière-saison et destinée prioritairement à une clientèle "Dink" (Double-Income No Kids). En la centrant autour des labels de qualité en région (45 Plus beaux villages de France, 5 Grands Sites de France, 8 sites Unesco, 19 territoires "Vignobles et découvertes, 35 communes "Pavillon Bleu"...), le CRT souhaite inciter les retardataires et tous ceux qui ne sont pas soumis au "dictat" de la rentrée scolaire à partir ou repartir en vacances en Occitanie sur la thématique # On attend que toi dans une région de qualité. **(Photo à la Une)**

