



**#OnAttend
QueToi**

Dossier de presse

**CAMPAGNE DE COMMUNICATION TOURISTIQUE
PRINTEMPS 2019**

#OnAttendQueToi

tourisme-occitanie.com

Destination
occitanie

La stratégie

Le nouveau positionnement de la destination Occitanie Sud de France

La destination Occitanie Sud de France a défini son positionnement touristique dans un monde qui change. Un monde qui prend de plus en plus conscience de l'urgence environnementale. Un monde où le tourisme doit agir de manière responsable s'il ne veut pas participer à son rejet par les excès et les dégâts qu'il peut provoquer.

Un travail interne au sein du CRT a donc conclu à l'intérêt de travailler un positionnement « culturel » qui renvoie à la dimension festive et conviviale qui distingue l'Occitanie des autres régions françaises. Ce positionnement, c'est **l'Occitalité** qui combine Occitanie, convivialité et hospitalité.

Ce positionnement porte une ambition collective ; celle de **redonner tous ensemble du sens et des valeurs au tourisme et au voyage.**

Notre vision, c'est celle d'un tourisme bienveillant. Un tourisme qui préserve les milieux et les cultures, rapproche les personnes, aiguise les sens, développe la curiosité et le respect. En un mot, un tourisme qui fait du bien.

Nos combats, ce sont ceux d'une destination militante et ambitieuse.

Une destination dont les habitants sont les premiers acteurs. Une destination décidée à inventer collectivement un nouveau tourisme dans un monde qui le réclame.

Nos promesses sont simples et vraies. Devenir la destination qui incarne le mieux l'hospitalité, l'échange et le partage. Etre la destination de la convivialité, de la simplicité et de la sincérité. Réinventons dans le fracas du monde, les valeurs du lien social !

Les enjeux de la marque de destination

L'Occitanie c'est le nom de notre région ; un nom nouveau, porteur de sens, de valeurs, de culture et d'histoire, mais un nom ne devient pas spontanément une destination. La proposition du CRT a consisté à faire de l'Occitanie une **marque de destination** qui permet à chaque territoire, à chaque destination d'exister. Il s'agit donc de faire de l'Occitanie une « **marque caution** ».

Cette stratégie doit permettre à toutes les destinations de faire valoir leur singularité dans l'universalité de l'Occitanie que le CRT s'attache à valoriser. Mais il n'y a **pas de marque de destination sans engagement de la part de ses habitants**, sans implication de leur part, sans le développement d'un sentiment d'appartenance et la volonté de partage du territoire.

A partir de ce postulat, le CRT s'est engagé dans une nouvelle approche pour communiquer sur la destination Occitanie Sud de France qui se résume en 3 objectifs :

- **Partager l'émotion**
- **Inviter nos visiteurs**
- **Traduire la convivialité.**

Contacts Presse :

Sophie Pellegrin-Ponsolle :

spp@crtoccitanie.fr

Patrick Fontanel :

patrick.fontanel@crtoccitanie.fr

Tél : 05.61.13.55.55

Le principe

#OnAttendQueToi : une campagne de communication originale pour installer le nouveau positionnement de la destination Occitanie Sud de France

Cette année, la campagne de communication touristique du CRT se décline en 2 phases : une mobilisation citoyenne régionale, du 11 mars au 6 avril, au cours de laquelle le CRT propose aux internautes de partager le meilleur de notre région en photos, suivie d'une campagne de communication nationale, du 1^{er} mai au 30 juin, à partir des photos primées.

L'objectif de cette mobilisation citoyenne est d'inciter tous les habitants de la région Occitanie à participer à un **grand concours photos sur Instagram avec le hashtag #OnAttendQueToi**, pour partager leurs plus beaux instants de convivialité, faire découvrir leurs meilleures expériences en Occitanie et exprimer tout ce qui fait la richesse de notre destination. Toutes les modalités de cette campagne collaborative sont à retrouver sur le site www.onattendquetoi.com.

À l'issue de cette phase de contribution, un jury, composé du CRT Occitanie et de ses partenaires⁽¹⁾, sélectionnera **les 100 meilleures photos parmi lesquelles seront désignées les 15 lauréates**⁽²⁾. En suivant, du 10 au 21 avril, tous les **habitants de la région Occitanie seront invités à voter en ligne** sur la plateforme du groupe *La Dépêche du Midi* pour élire la photo « Coup de Cœur du Public » parmi les 100 photos retenues par le jury.

Les lauréats, ayant le mieux exprimé leur sens de **'Occitalité** (l'hospitalité à la mode Occitanie), verront leurs **photos**, présentées sous forme de mini-vidéos, **lors de la campagne d'affichage digital** de la destination Occitanie Sud de France, **prévue dans les gares et aéroports nationaux du 1er mai au 15 juin**.

En parallèle à ce dispositif, les clichés retenus seront déclinés au travers d'une **campagne on-line organisée en partenariat avec les ADT/CDT et OT d'Occitanie, du 1er mai au 30 juin**. Pour cette campagne, chaque partenaire disposera de bannières qui pointeront vers son site internet. Tout au long de cette campagne, **un pool de blogueurs et influenceurs apportera une résonance supplémentaire** aux visuels de la campagne et aux publications des lauréats afin de susciter un maximum d'engagement.

« Qui mieux que les habitants de la région Occitanie pour exprimer notre sens de l'hospitalité et notre goût de la convivialité ? » se réjouit **Carole Delga**, Présidente de la Région Occitanie. « C'est fort de cette évidence que nous avons souhaité innover cette année en proposant cette communication moderne, participative et insolite », complète **Virginie Rozière**, Présidente du CRT.

Pour donner plus de poids à cette campagne, **le CRT a souhaité associer le plus grand nombre de partenaires institutionnels**¹ afin de leur permettre de traduire à l'échelle de leur destination les principes de l'Occitalité.

¹ ADT de l'Aveyron ; ADT de l'Aude ; ADT de l'Hérault ; CDT de Lozère ; CDT du Gers ; CDT de la Haute Garonne ; CDT des Hautes Pyrénées ; CDT du Lot ; CDT des Pyrénées-Orientales ; CDT du Tarn ; ADT de l'Ariège ; ADT du Gard ; ADT du Tarn et Garonne ; Office de Tourisme de Béziers Méditerranée ; Office de Tourisme de Carcassonne ; Office de Tourisme de Gruissan ; Office de Tourisme Perpignan Méditerranée ; Office de Tourisme Pyrénées 31 ; Site du Pont du Gard.

Contacts Presse :

Sophie Pellegrin-Ponsole :

spp@crtoccitanie.fr

Patrick Fontanel :

patrick.fontanel@crtoccitanie.fr

Tél : 05.61.13.55.55

La mécanique

Une grande campagne de communication collaborative inédite qui a pour objectif de :

- **Mobiliser et engager** massivement tous les citoyens amoureux de notre région, sur tous les territoires, pour en faire des contributeurs engagés de la destination Occitanie. Ils ont ainsi la possibilité de devenir les acteurs de la première campagne de communication collaborative nationale orchestrée par le CRT Occitanie et ses partenaires.
- Fédérer les ADT / CDT et les OT pour co-construire cette première prise de parole collective qui porte les valeurs de l'Occitalité. Pour cette première édition, **19 partenaires** ont répondu présent pour porter sur leur territoire les valeurs de l'Occitalité, l'hospitalité à la mode Occitanie.
- Une campagne conçue autour d'un claim fort, mobilisateur et engageant pour créer de la proximité, de la connivence et déployée avec le hashtag **#OnAttendQueToi**.



[Lire le teaser](#)

La campagne de communication touristique 2019 se décline en 2 phases :

Phase 1 - La mobilisation Citoyenne en Région Occitanie

- **Du 11 mars au 06 avril** - Grande mobilisation citoyenne sur Instagram où les participants sont invités à poster leurs photos avec le hashtag **#OnAttendQueToi**.
- **Le 8 et le 9 avril** – Sélection par le jury composé du CRT et de ses partenaires des 15 gagnants : 1 gagnant par Département + 1 par Métropole (Montpellier et Toulouse).
- **Du 10 avril au 21 avril** : Publication sur la Plateforme de La Dépêche de 100 photos pour l'élection du Prix coup de cœur soumis au vote du Public.
- **Les 16 lauréats se voient remettre une dotation exclusive pour exprimer leur sens de l'Occitalité sur les réseaux sociaux auprès de leurs communautés.**

Le dispositif de communication

- Campagne Presse dans les titres du Groupe La Dépêche.
- Campagne Digitale ciblée sur les 13 Départements.
- Posts sponsorisés sur Facebook et Instagram
- Mobilisation d'un pool d'influenceurs et blogueurs régionaux pour poster et inviter leurs communautés à participer à la mobilisation.

Contacts Presse :

Sophie Pellegrin-Ponsole :

spp@crtoccitanie.fr

Patrick Fontanel :

patrick.fontanel@crtoccitanie.fr

Tél : 05.61.13.55.55

#OnAttendQueToi

CETTE ANNÉE, C'EST TA PHOTO QUI DONNE ENVIE DE DÉCOUVRIR L'OCCITANIE !
 Qui mieux que toi pour exprimer notre sens de l'hospitalité et notre goût de la convivialité ? Partage le meilleur de notre région, et participe avec tes photos à la première campagne de communication collaborative de la destination Occitanie Sud de France.

DU 11 MARS AU 6 AVRIL
Rejoins-nous sur Instagram et poste tes photos avec le hashtag #OnAttendQueToi

- ✓ Partage tes plus beaux instants de convivialité
- ✓ Fais découvrir tes meilleures expériences en Occitanie
- ✓ Exprime tout ce qui fait la richesse de notre destination

Plus d'informations sur onattendquetol.com et [@tourisme_en_occitanie](https://twitter.com/tourisme_en_occitanie)

À GAGNER !
 16 GOOGLE PIXEL 3 XL
 Pour exprimer ton amour de l'Occitanie !

occitanie
 Sud de France

#OnAttendQueToi

Instagram

[tourisme_en_occitanie](https://www.instagram.com/tourisme_en_occitanie)

Aimé par [Igers_france](#) et 1 984 autres personnes

tourisme_en_occitanie ([#ConcoursPhoto])
 Jusqu'au 6 avril, on attend que TOI pour poster tes plus beaux instants de convivialité !
 ✓ Abonne-toi au compte @tourisme_en_occitanie !
 ✓ Poste tes photos en famille ou entre amis, en pleine nature ou en ville avec le hashtag : #OnAttendQueToi
 🎁 A gagner : 📱 Google Pixel 3 XL et les meilleures photos seront à la Une de la campagne nationale de promotion touristique de notre région. Cette année, c'est TA photo qui donne envie de découvrir l'Occitanie ! (Lien dans la bio pour plus d'infos et règlement du jeu) #TourismeOccitanie

Phase 2 – La campagne de promotion Nationale du 1er mai au 30 juin 2019

Une campagne de communication nationale permettra d'installer le nouveau positionnement de la destination sous l'accroche **#OnAttendQueToi** :

- **Les 15 photos lauréates + la photo Coup de Cœur du Public** seront utilisées pour la campagne : en **affichage digital dans les gares et aéroports nationaux** avec des formats de 10 secondes : rotation des 16 campagnes de destination sur 330 mobiliers digitaux soit 6,2 millions de spots au cumul pendant 5 semaines.
- **Les photos lauréates et les photos choisies par les partenaires** seront exploitées sur une **campagne on-line**, pour laquelle chaque partenaire disposera d'une campagne co-brandée avec qui redirigera vers son site internet (Google Search, Social Ads, Google Display).

Tout au long de la campagne nationale, un pool de blogueurs et influenceurs apportera une résonance supplémentaire aux visuels de la campagne et aux publications des lauréats afin de susciter un maximum d'engagement.

Contacts Presse :
 Sophie Pellegrin-Ponsolle :
spp@crtoccitanie.fr
 Patrick Fontanel :
patrick.fontanel@crtoccitanie.fr
 Tél : 05.61.13.55.55

Le principe créatif : scénario vidéo en affichage digital



Le principe créatif : scénario bannière en GIF animé pour la campagne online partenaires



Les premiers résultats au terme d'une semaine de campagne de mobilisation citoyenne :

- Près de **3 000 photos** ont été partagées sur Instagram avec le hashtag #OnAttendQueToi.
- Le compte Instagram du CRT compte plus de **1 000 abonnés** depuis le 11 mars 2019.
- La vidéo présentant le concours, **devenue virale**, a été vue plus de **55 000 fois** sur Instagram, Facebook et YouTube.
- La landing page de la campagne (onattendquetoi.com) a été consultée plus de **8 000 fois**.
- L'ensemble des partenaires du CRT ainsi qu'une centaine de Community Managers ont reçu le kit de communication afin de relayer la campagne.
- Une e-newsletter a été envoyée à **55 000 destinataires**.
- Un pool d'influenceurs régionaux est mobilisé pour relayer la campagne auprès d'une communauté de plus de **1,7 million d'abonnés**.
- La communauté Igers d'Occitanie est engagée dans l'animation de cette campagne en partageant le concours mais aussi en y participant activant notamment via un événement « InstaMeet » organisé simultanément sur Toulouse et Montpellier le 28 mars prochain.

Contacts Presse :

Sophie Pellegrin-Ponsole :

spp@crtoccitanie.fr

Patrick Fontanel :

patrick.fontanel@crtoccitanie.fr

Tél : 05.61.13.55.55