

## "L'Occitalité", mode d'emploi

La bible de l'Occitalité vient de paraître. "Elle est le fruit d'une stratégie et d'un positionnement au service d'un projet collectif : faire entrer l'Occitanie dans les 10 premières destinations touristiques européennes ; l'imposer comme une destination singulière, porteuse d'un art de vivre qui fait du bien ; porter fièrement, en les partageant, les ambitions et les valeurs de l'Occitalité".

Ce "code de marque" réalisé par le CRT "est un outil, le mode d'emploi du faire ensemble. Il s'adresse à toutes celles et ceux qui souhaitent se référer à la destination Occitanie dans leur communication. Il présente des éléments de langage visuels et sémantiques adaptés aux quatre univers de consommation : Méditerranée, pyrénées, campagnes et villes".

En 46 pages, vous saurez tout sur le côté f.a.n.s. de la marque de destination (Festive, Accueillante, Nature, Sensible) ; son expression avec son code photo ou vidéo, et un vade-mecum de quelques recommandations techniques ; le choix du stylisme et des personnages à mettre en scène. La ligne éditoriale (qui porte et fait vivre les 4 piliers f.a.n.s.) et ses exemples d'objectifs, de contenus et de style devraient aider ceux qui y adhèrent "à produire du contenu pour donner du sens à la marque... par une communication décalée, engageante et différenciante... et devenir la destination qui incarne le mieux l'hospitalité, l'échange et le partage.



## Un mois de mai en demi-teinte pour la destination Occitanie

Parmi les 2 900 professionnels du tourisme interrogés les 3 et 4 juin derniers, par le Comité Régional du Tourisme Occitanie et ses partenaires(\*), 47% d'entre eux relèvent une hausse ou une stabilité de leur activité en mai 2019 par rapport à l'année dernière. Cependant certains secteurs notent un léger ralentissement. C'est le cas des activités outdoor, en particulier les restaurants de plages (78%). En revanche, les professionnels des métropoles de Toulouse et Montpellier sont plutôt satisfaits de ce mois de mai. L'offre culturelle ainsi que les activités indoor proposées dans les villes sont généralement peu impactées par les conditions météorologiques. Les professionnels du littoral ont également noté un bon week-end de l'Ascension (à cheval sur les deux mois).

Sur l'ensemble du territoire régional, la clientèle française semble avoir été au rendez-vous. Sa présence a été jugée supérieure ou équivalente par 58% des répondants à l'inverse de la fréquentation étrangère estimée en légère baisse par rapport à mai 2018 ; une baisse attribuée pour certains professionnels au mouvement des gilets jaunes. Ce mois-ci, l'évolution du chiffre d'affaires par rapport à l'an dernier est jugée stable ou en hausse par 51% des professionnels interrogés.



■ **Le CRT Occitanie qui vient d'éditer "Les chiffres clés du tourisme en Occitanie", (ouvrage très complet avec des chiffres récents), travaille actuellement à la réalisation d'un guide touristique autour des 40 Grands Sites d'Occitanie Sud de France.**