

#OnAttendQueToi pour profiter de l'Occitalité

La destination Occitanie Sud de France a défini un nouveau positionnement touristique : l'Occitalité. Il combine Occitanie, convivialité et hospitalité et a pour ambition de redonner tous ensemble du sens et des valeurs au tourisme, et devenir la destination qui incarne le mieux l'hospitalité, l'échange et le partage, mais aussi la convivialité, la simplicité et la sincérité. La 1^{ère} campagne de communication du CRT (Coût 1,5 M€ dont 550 000 du CRT) sur ce thème, s'articule en 2 phases : une mobilisation citoyenne régionale au cours de laquelle les internautes sont invités à partager le meilleur de la région en photos, suivie d'une campagne de communication nationale à partir des photos primées.



L'Occitalité vue par ses habitants

Tous les habitants de la région Occitanie peuvent jusqu'au 6 avril, 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 la destination. Toutes les modalités de cette campagne collaborative sont à retrouver sur le site www.onattendquetoi.com. A l'issue de cette phase de contribution, un jury, composé du CRT Occitanie et de ses partenaires*, sélectionnera les 100 meilleures photos parmi lesquelles seront désignées les 15 lauréates. Puis, 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. Cette première phase bénéficie d'un dispositif de communication spécifique destinée à mobiliser les habitants : annonces dans les titres du Groupe *La Dépêche du Midi*, campagne digitale ciblée sur les 13 Départements, Posts sponsorisés sur Facebook et Instagram, mobilisation d'un pool d'influenceurs et blogueurs régionaux.

La campagne de promotion nationale

Cette campagne (1^{er} mai au 30 juin) permettra d'installer le nouveau positionnement de la destination sous l'accroche #OnAttendQueToi :

– Les 15 photos lauréates + la photo "Coup de Cœur" du public, regroupées en 16 campagnes de destination, seront utilisées en affichage digital dans les gares et aéroports nationaux avec des formats de 10 secondes 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 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.



* 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 Tam ; ADT de l'Ariège ; ADT du Gard ; ADT du Tam 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.