



Com&Médias Sud

L'info des professionnels de la communication en Paca et Occitanie



[Tourisme] La campagne participative Occitanie #Onattendquetoi entre dans sa seconde phase

La campagne de communication participative du Comité Régional du Tourisme Occitanie est entrée dans sa seconde phase.

La campagne de communication touristique du CRT Occitanie cette saison se décline en 2 phases : une mobilisation citoyenne régionale, du 11 mars au 6 avril, au

cours de laquelle le CRT a proposé 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 était d'inciter tous les habitants de la région Occitanie à participer à un grand concours photos sur Instagram avec le hashtag #OnAttendQueToi, pour partager des instants de convivialité, faire découvrir leurs meilleures expériences en Occitanie et exprimer tout ce qui fait la richesse de notre destination.

Après avoir publié leur photos illustrant l'**Occitalité** sur Instagram, les participants ont pu voter pour celles qui, selon eux, représentaient le mieux l'« Occitalité » (l'hospitalité à la mode Occitanie).

Avec plus de **6 800 photos publiées avec le hashtag #OnAttendQueToi sur Instagram**, plus de 7 000 participants ont choisi parmi les 250 photos pré-sélectionnées par le jury celle qui a eu l'honneur de recevoir le **prix « Coup de cœur du public »** (@nixadventure). Celui-ci a recueilli **près de 11 000 votes**.

À l'issue de cette phase de contribution, un jury, composé du CRT Occitanie et de ses partenaires, a sélectionné les 100 meilleures et a désigné 15 lauréats .

Campagne de diffusion nationale pour les lauréats

Les lauréats peuvent d'ores-et-déjà voir leurs photos présentées sous forme de mini-vidéos, lors de la **campagne d'affichage digital** de la destination Occitanie Sud de France, **dans les gares et aéroports nationaux du 1^{er} mai au 15 juin**, 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 sont exploitées sur une campagne on-line, pour laquelle chaque partenaire disposera d'une campagne co-brandée qui redirige 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.

PARTAGE



📅 23 mai 2019 👤 Antoine Laurent 📁 Collectivités / Territoire, Montpellier - Languedoc-Roussillon, n°223 - 23 mai 2019, Toulouse Midi-Pyrénées 📍 CRT Occitanie, Montpellier, Occitanie, Toulouse, tourisme

Fièrement propulsé par WordPress