



PASSER DU « VOYAGER PLUS » AU « VOYAGER MIEUX »

Engagé depuis plusieurs années, le repositionnement du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs autour du concept d'« Occitanité » s'est accéléré avec la crise sanitaire. De la création de programmes courts diffusés à la télé à la mise en ligne d'un catalogue d'expériences, les « Fabuleux Voyages » concrétisent cette volonté de promouvoir des aventures différentes, « des voyages qui font grandir ».



SOPHIE PELLEGRIN-PONSOLE

Directrice du Pôle Communication et Rayonnement au CRTL Occitanie

Dès 2018, le Comité Régional du Tourisme et des Loisirs (CRTL) Occitanie s'est projeté dans une vision innovante du tourisme : celle d'un tourisme généreux, qui préserve les milieux et les cultures, dont les habitants sont les principaux acteurs mais également les premiers bénéficiaires. Il a engagé une réflexion sur un nouveau concept pour incarner la destination Occitanie Sud de France : l'occitalité. Un néologisme réunissant les valeurs d'hospitalité, de convivialité, de rencontres, de bien-être et de responsabilité « à la mode occitane ».

Alex Lignièrès, Directeur Associé de l'agence de communication Les Dissidents, partenaire du CRTL, résume ainsi cette approche : « *En Occitanie, nous affirmons que le tourisme est une fête, nous croyons dur comme fer aux rencontres qui font grandir, nous ralentissons le temps pour mieux vivre dans l'instant, nous refusons la course au "plus" en nous plaçant du côté du "mieux". Nous agissons pour redonner tout son sens au tourisme dans un monde qui change. Nous sommes l'occitalité, un art de vivre qui fait du bien.* »

DU TOURISME AU VOYAGE, CONSOMMER SES VACANCES AUTREMENT

Avec l'arrivée de la crise sanitaire, le CRTL a dû réagir en urgence afin d'affronter la disparition brutale des clientèles étrangères lointaines et la désaffection quasi totale des touristes européens en recentrant ses objectifs sur la clientèle française, tout particulièrement sur les habitants d'Occitanie, et en poussant plus loin sa réflexion.

Rencontres, partage, authenticité, durabilité sont au cœur de la nouvelle façon de concevoir ses vacances, au point de considérer les touristes d'aujourd'hui comme des voyageurs. Outre leur vocation de base – se reposer, se détendre, se ressourcer, faire un break – les vacances et les loisirs jouent dorénavant un autre rôle. Ils deviennent des créateurs de lien social, les leviers d'une économie repensée et du développement durable. En préemptant l'univers du voyage et en reprenant le concept d'une pérégrination telle que décrite par les pionniers du tourisme au XIX^e siècle. Le CRTL a décidé, en pleine crise, de poser les fon-

dements du tourisme de demain : un tourisme plus durable, un tourisme qui nous a conduits, dans le cadre d'un plan de relance sans précédent de trois millions d'euros, à changer de nom en accolant le L de Loisirs à notre dénomination sociale (CRTL) et en développant à l'envi l'idée de « voyages qui font grandir ». Derrière ces mots, c'est toute une nouvelle philosophie qui a été affirmée : inciter à consommer les vacances autrement, aller du « toujours plus » vers le « mieux ».

UNE OFFRE IDENTITAIRE DÉCLINÉE PAR THÉMATIQUES

Dans un contexte de forte concurrence entre les destinations touristiques, cela s'est traduit en 2021 par l'installation d'un nouveau positionnement visant à promouvoir la destination Occitanie Sud de France autour de l'univers du voyage, confirmant son ambition de développer un tourisme porteur de sens, avec la promesse de « voyages qui font grandir ». Co-construite avec

l'agence de communication Les Dissidents, cette signature aisément mémorable offre, au-delà d'un simple slogan, l'assurance de « voyager mieux », avec un réel bénéfice pour le consommateur. De ce nouveau positionnement sont nés les Fabuleux Voyages, une offre touristique identitaire à vivre en Occitanie déclinée par thématiques, saisons, territoires ou activités. Le CRTL

orchestre désormais toute sa communication autour de ces voyages « qui font grandir » au travers d'expériences pleines de sens, d'aventures exceptionnelles, de virées initiatiques à la rencontre de l'autre et de son univers.

Il s'agit aujourd'hui de nourrir ce concept d'Occitalité, véritable ADN de la destination Occitanie Sud de France, en lui accolant deux nouvelles orientations en phase avec les attentes des clientèles de demain : la diversité et la responsabilité. Diversité car, comme le dit le journaliste et moraliste Romain Guilleaumes, « *une journée où l'on n'a rien appris est une journée perdue* ». Le voyageur a plus que jamais besoin d'être étonné, séduit, enrichi intellectuellement. Sortir des sentiers battus est l'un de ses mo- ▲

« IL S'AGIT AUJOURD'HUI DE NOURRIR LE CONCEPT D'OCCITALITÉ, VÉRITABLE ADN DE LA DESTINATION, EN LUI ACCOLANT DEUX NOUVELLES ORIENTATIONS : LA DIVERSITÉ ET LA RESPONSABILITÉ »

teurs. Cette diversité est une réalité qui nous distingue des autres régions : grande comme un pays, l'Occitanie propose une infinie variété de paysages, de cultures, de traditions et d'activités. Conscient que le touriste de demain souhaitera inscrire son voyage dans un cadre responsable et durable, le CRTL entend également proposer un développement économique raisonné qui profite aussi bien au visiteur qu'au visité. Cette valeur de responsabilité constitue l'autre pilier indissociable de ces Fabuleux Voyages. Elle nous engage autour des enjeux environnementaux mais également dans une approche sociale afin de promouvoir cet autre tourisme plus respectueux des grands équilibres écologiques et sociétaux.

LES HABITANTS POUR AMBASSEDEURS

Avec ses quatre univers de destination (mer, montagne, campagne, villes), ses innombrables pépites patrimoniales, ses sites insolites, secrets ou intimistes, ses onze parcs naturels... l'Occitanie dispose d'une offre touristique et de loisirs exceptionnelle, capable d'attirer de nouvelles clientèles en accord avec ces nouvelles orientations, de fidéliser ceux qui l'ont découverte pour la première fois en 2020 et de surprendre encore ceux qu'il n'est pourtant plus nécessaire de convaincre.

Pour mettre en musique ces Fabuleux Voyages, le CRTL a décidé de privilégier la production de contenus vidéo en allant à la rencontre de celles et ceux qui incarnent le mieux les valeurs de la destination Occitanie Sud de France : ses propres habitants. Ces acteurs engagés expliquent, avec leurs mots, leur passion pour leur métier et leur amour du territoire. Autant de témoignages qui illustrent pleinement ce en quoi les voyages en Occitanie « font grandir ». Au total, vingt programmes courts d'une minute (quinze au printemps et cinq à l'automne) ont été réalisés, avec pour fil conducteur la découverte de la région en compagnie d'une journaliste au volant d'un combi Volkswagen, symbole iconique et transgénérationnel du voyage. À l'origine de cette campagne, Marc Lenclud, Directeur Associé de l'agence de communication Les Dissidents, rappelle que « *le savoir-faire des équipes de la société de production Grand Angle dans le domaine du reportage a répondu à la volonté du CRTL de produire des*



© CYRIL FRANKLIN

contenus informatifs, de qualité, abordés sous un angle plus journalistique que publicitaire ».

DU PETIT ÉCRAN À INSTAGRAM

Diffusés à la télévision (hors écrans publicitaires) par vagues successives de quinze jours depuis le 28 juin, entre 19 h et 19 h 30, ces programmes courts intitulés « Sur la route des Fabuleux Voyages » ont été largement relayés sur les réseaux sociaux au travers de campagnes digitales et sur Internet dans le cadre d'une campagne d'image nationale.

L'esprit des Fabuleux Voyages a également été distillé dans toutes les prises de parole du CRTL, que ce soit au nom de la destination Occitanie ou en partenariat avec les territoires à l'occasion de différentes campagnes (littoral, slow tourisme, vacances actives, parcs naturels...), avec, à chaque fois, le souci de valoriser le « mieux » par rapport au « plus ».

Dans le même temps, surfant en toute logique sur l'univers des voyages, le CRTL a opté pour un nouveau nom de domaine : www.voyage-occitanie.com. Il renvoie vers son site amiral, qui a enregistré au cours des neuf premiers mois de l'année 2021 plus d'un million et demi de visiteurs (4,5 millions de pages vues), soit une fréquentation en hausse de 15 %. Parallèlement, le hashtag #VoyageOccitanie, mis en place en juillet dernier, rassemble déjà près de 15 000 publications sur Instagram.

L'occitanité est un art de vivre qui réunit les valeurs d'hospitalité, de convivialité, de rencontres, de bien-être et de responsabilité.

En complément de ces dispositifs, a été conçu un catalogue numérique réunissant des Fabuleux Voyages, disponible en téléchargement sur www.voyage-occitanie.com et valorisé sur l'ensemble des supports numériques. Après la collection printemps-été 2021, celle d'automne-hiver est en ligne avec une quinzaine d'expériences, de la « Journée gourmande à Lourdes » à « L'hiver autrement sur le mont Lozère ».

AMÉLIORER LA MISE EN MARCHÉ

Pour transformer cette intention de voyages différents, le CRTL a mis en ligne en juillet dernier sa propre plateforme de réservation d'hébergements touristiques, sans intermédiaire ni commission. Elle a pour ambition de répondre à une tendance grandissante de la clientèle qui souhaite donner du sens à sa consommation touristique et entend privilégier, à prix équivalents, les démarches s'inscrivant dans une logique de circuit court et favorisant les retombées économiques locales.

Adossé à ce module de réservation, un lien vers le site de la SNCF-liO permet de réserver directement son billet de train pour se rendre sur le lieu de séjour ou de visite, dans l'optique de favoriser des mobilités plus responsables. Et dans

**« GRANDE COMME UN PAYS,
L'OCCITANIE PROPOSE UNE INFINIE
VARIÉTÉ DE PAYSAGES, DE CULTURES,
DE TRADITIONS ET D'ACTIVITÉS »**

la continuité de sa nouvelle stratégie en faveur d'un tourisme de proximité, le CRTL a développé un ambitieux programme de promotion de l'Occitanie auprès des agences de voyages et tour-opérateurs nationaux.

À L'HEURE DU PRÉ-BILAN

Les chiffres le confirment. L'été 2021 a été globalement bon pour la destination Occitanie Sud de France, avec des taux de progression remarquables (+ 11 % par rapport à l'été 2020, qui avait déjà affiché d'excellentes performances). Il est difficile d'établir une relation de cause à effet entre le nouveau positionnement et ces résultats. Mais il est clair que la destination Occitanie a réussi à limiter l'impact négatif de cette crise sanitaire sans précédent, tout en préparant le tourisme de demain.

Depuis trois ans, le CRTL, attentif aux nouveaux enjeux du tourisme, aux évolutions des attentes et des besoins, approfondit cette réflexion incitant à consommer le voyage autrement. Le Covid-19 a accéléré le mouvement. « *C'était l'occasion de réinterroger notre modèle économique et notre finalité* », conclut Jean Pinard, directeur du CRTL Occitanie. « *Désormais, des bases durables sont posées pour vivre un fabuleux voyage en Occitanie, dans le respect de ses habitants et de son environnement. Comme j'ai plaisir à le rappeler, ne perdons jamais de vue le fait que le plus beau voyage, c'est d'aller de soi à soi en passant par les autres.* » ■

