

Communication 2024

Un vaste plan média enclenché dès le 1^{er} mai pour promouvoir l'Occitanie Rail Tour en France et en Europe

Fer de lance de la stratégie de communication du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs d'Occitanie (CRTL) depuis 2022, l'Occitanie Rail Tour entre dans une nouvelle dimension avec son élargissement aux lignes d'autocars régionales (liO) et un plan média déployé à l'échelle européenne.

Pour la 3^{ème} année consécutive, le CRTL met l'**Occitanie Rail Tour** au coeur du dispositif de communication pour la promotion de la destination Occitanie Sud de France ; une initiative éco-responsable, sociale et économique créée afin d'inciter les vacanciers à privilégier le train pour la découverte de l'Occitanie.

19 lignes ferroviaires combinées depuis cette année à une centaine de lignes de cars liO permettent de découvrir une région grande comme un pays, depuis l'une des **150 gares-étapes**. Sites UNESCO, Grands Sites d'Occitanie Sud France, circuits œnotouristiques, activités de pleine nature, visites d'entreprises..., tous les loisirs et activités sont accessible à tous, toute l'année et sans conditions de ressources grâce au PASS Occitanie Rail Tour proposé à une tarification des plus incitatives (à partir de 10 € par jour sur une base de 2 jours consécutifs).

Le plan de communication élaboré cette année vise prioritairement **une clientèle européenne de 18-35 ans** au travers de campagnes de communication sociales et digitales conçues dans un objectif de **notoriété** (faire découvrir la destination Occitanie au travers du voyage en train) et de **conversion** (faire acheter le PASS Occitanie Rail Tour incluant le réseau des bus liO). Elles renverront vers la **nouvelle version du [site Occitanie-Rail-Tour.com](https://www.site-occitanie-rail-tour.com)** entièrement dédié au voyage en train et en car. Avec un budget réparti à parts quasi-égales entre la France et l'international, **cette campagne dédiée s'échelonne du 1^{er} mai jusqu'à début juillet** en complément des campagnes conduites tout au long de l'année dans le cadre des programmes collaboratifs (Contrats de Destination, Plan d'Actions Concertés de Territoire...) qui incitent également à découvrir les territoires d'Occitanie en train.

Le dispositif digital mis en œuvre sur **les plateformes affinitaires**, notamment auprès des jeunes (Google Ads, YouTube, Pinterest, Meta et TikTok), est complété par une **stratégie d'influence**. Dans cette perspective, le CRTL a contractualisé **des partenariats avec des médias, des influenceurs et des guides de voyage spécialisés dans les voyages en train et les voyages décarbonés¹**.

Le 30 avril 2024

Contacts Presse : [Sophie PELLEGRIN-PONSOLE](#) ou [Patrick FONTANEL](#) – 07 49 54 86 64

-
- ¹ **SNCF Connect** : campagnes digitales et d'influence, page dédiée, E-newsletters... (France)
 - **Komoot** : campagne autour des collections « Vélo littoral » et « Randonnée arrière-pays » sur cette plateforme sociale dédiée aux activités de pleine nature. (Allemagne / Pays-Bas / Espagne)
 - **Hourrail** : reportages et propositions d'itinéraires ORT sur ce média dédié au voyage bas carbone facilitant l'organisation des voyages sans avion et sans voiture. (France / Allemagne / Pays-Bas / Scandinavie / Espagne)
 - **Voyager en Train** : articles dédiés et bannières sur le blog et le compte Instagram fédérant les passionnés du voyage en train dans un esprit familial. (France)
 - **Mollow** : itinéraires ORT, page d'accueil dédiée, e-newsletter proposés sur le site web, le blog et le compte Instagram. Les 2 cofondatrices de cet écosystème digital, facilitant l'organisation de voyages bas carbone, sont originaires d'Occitanie ! (France)
 - **Partenariat avec 2 influenceurs** spécialisés dans le voyage en train visant à promouvoir l'ORT sur leur chaîne Youtube (500 K abonnés au total) et réseaux sociaux associés. (International)
 - **Des trains pas comme les autres** : parrainage en replay de l'émission diffusée sur France TV. (France).