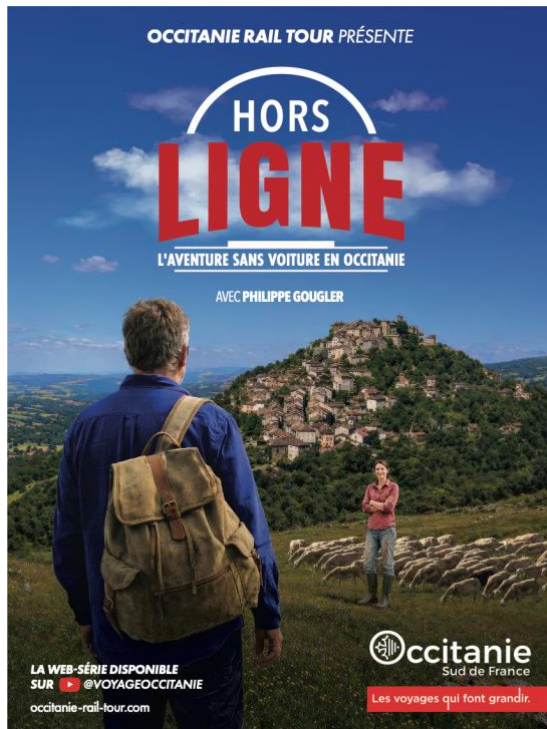




Communication touristique

L'Occitanie lance "Hors Ligne" : une web-série pour inviter au voyage sans voiture

Pour la 5^{ème} saison de [l'Occitanie Rail Tour](#), la destination Occitanie Sud de France affirme un positionnement audacieux : faire du voyage sans voiture une véritable expérience touristique, en phase avec les nouvelles attentes des voyageurs. Incarnée par Philippe Gougler, présentateur de la série documentaire « Des Trains Pas Comme Les Autres », qui fait voyager les téléspectateurs aux quatre coins du monde, la nouvelle campagne de communication, portée par l'agence AD'OCC, propose une autre manière de découvrir la région : plus lente, plus humaine et plus ancrée dans les territoires.



Dans un contexte¹ où les voyageurs recherchent davantage de sens, de respect de l'environnement et de connexion authentique, l'Occitanie transforme le voyage bas carbone en un véritable art de vivre. Pour porter cette ambition, l'agence AD'OCC mise cette année sur une **web-série exclusive** mettant en scène **Philippe Gougler**, habitué à parcourir le monde et à raconter les pays à travers celles et ceux qui les font vivre. Du 23 au 28 mai, il explorera l'Occitanie « sac au dos », privilégiant les mobilités douces (vélo, randonnée, bateau). La série, composée de 4 épisodes, mettra en lumière des rencontres inspirantes avec les habitants, offrant une vision spontanée et accessible du voyage bas carbone. Le récit « sans voiture » devient une identité forte, complémentaire aux dispositifs commerciaux (comme l'Occitanie Rail Tour, le train à 1€...), garant d'une pertinence durable face aux évolutions futures.

En 2026, la destination Occitanie fait évoluer son récit en privilégiant une approche plus incarnée et immersive. Imaginée avec l'agence de communication *Les Dissidents*, la campagne "**Hors Ligne : l'aventure sans voiture en Occitanie**" illustre cette envie de rupture avec le quotidien, invitant à ralentir, à sortir du cadre et à se reconnecter à l'essentiel. Loin des représentations idéalisées, la campagne s'attache à montrer le voyage tel qu'il se vit réellement, à travers des expériences concrètes, des rencontres et des moments partagés. "*Hors Ligne*", c'est une invitation à retrouver le sens du voyage : prendre le temps, se laisser surprendre, et surtout, aller à la rencontre.

Pour installer cette vision, la campagne 2026 se déploie selon un plan média articulé en deux temps forts, privilégiant les formats narratifs et l'engagement digital :

- **Phase 1 (Avril – Juillet 2026) : Notoriété et inspiration.** La campagne s'appuiera sur la diffusion du [teaser](#) et du film [Occitanie Rail Tour](#), le [teasing de l'aventure avec Philippe Gougler](#) et le [générique de la série sur différents canaux](#) : Social Ads (Meta, TikTok), Netflix, Arte.tv, Spotify et DOOH (affichage numérique) en gares.
- **Phase 2 (Septembre – Octobre 2026) : Engagement et Storytelling.** Cette phase sera centrée sur la diffusion de la web-série en 4 épisodes pour ancrer durablement le récit « Hors Ligne » sur différents canaux : Social Ads, Netflix, Arte.TV, Spotify et DOOH.

¹ Source ADEME



AD'Occ
Région Occitanie



Destination
Occitanie

Agence Attractivité & Développement

« Avec “Hors Ligne”, l’Occitanie affirme un positionnement clair et assumé en faveur d’un tourisme plus durable, plus proche et plus humain. Il ne s’agit plus simplement de promouvoir une destination, mais de proposer une autre manière de voyager, où le temps, la rencontre et le chemin parcouru retrouvent toute leur valeur. Un voyage plus libre, plus humains et accessible à tous ».

Le 7 mai 2026

Contacts : **Site Presse Destination Occitanie** / Patrick FONTANEL +33(0)7 49 54 86 64

Site Presse Ad’Occ / Jérôme BOUCHINDHOMME +33(0)6 23 30 23 01