OCCITALITÉ
MODE D'EMPLOI

Occitanie
Sud de France

tourisme-occitanie.com

NOUS AFFIRMONS QUE **LE TOURISME EST UNE FÊTE**. NOUS CROYONS DUR COMME FER AUX RENCONTRES QUI FONT GRANDIR. NOUS NOUS BATTONS AU NOM DU **RESPECT**. 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 NOUS. **NOUS SOMMES L'OCCITALITÉ**.

Occitanie
Sud de France

SOMMAIRE

INTRODUCTION 4
- Partager ce que nous sommes 4
- Un art de vivre qui fait du bien 6
- On est tous F.A.N.S. ! 8
- L'expression de la destination 10

LE CODE PHOTO 12
- F comme Festive 14
- A comme Accueillante 16
- N comme Nature 18
- S comme Sensible 20
- Recommandations techniques 22

LE CODE VIDÉO 24

LES PERSONNAGES 26

LE STYLISME 28

LA LIGNE ÉDITORIALE 30

A quoi ça sert ? 32
- Le socle du contrat éditorial 33
- A qui parle t-on ? 34
- De quoi parle t-on ? 35
- Quel style et quel ton ? 36
- Ma personnalité en quelques mots 38
- Mes combats 39
- Bibliothèque éditoriale 40

Occitanie
Sud de France

PARTAGER CE QUE NOUS SOMMES

Le code de marque de la destination Occitanie Sud de France est le fruit d'une stratégie et d'un positionnement au service d'un projet collectif : faire entrer l'Occitanie dans les 10 premières destinations touristiques européennes ; l'imposer comme une destination singulière, porteuse d'un art de vivre qui fait du bien ; porter fièrement, en les partageant, les ambitions et les valeurs de l'Occitalité.

Ce code de marque est un outil ; le mode d'emploi du « faire ensemble ».

Ce mode d'emploi s'adresse à toutes celles et ceux qui souhaitent se référer à la destination Occitanie dans leur communication, afin de lui donner plus de poids, de visibilité et de cohérence.

Il présente des éléments de langage visuels et sémantiques adaptés aux quatre univers de consommation : Méditerranée, Pyrénées, Campagnes et Villes.

Ce code de marque vous aidera à vous familiariser avec le concept d'Occitalité, à comprendre en quoi il nous ressemble et nous rassemble, à contribuer à la perception de la destination que nous souhaitons développer grâce à un univers de communication singulier à partager.

A l'inverse d'une charte graphique stricte et contraignante, un code de marque est ouvert, modulable et inspirant. Il s'adapte ainsi à la communication de chacun d'entre vous et vous permet d'inventer vos propres usages dans tous les domaines.

L'Occitanie est une région jeune ; elle est une destination caution à developper.

Elle s'affirmera en s'appuyant sur ses destinations naturelles et en développant un style singulier et partagé. Plus nous jouerons collectif, plus nous serons nombreux à nous référer à la marque de destination dans nos communications et plus nous aiderons nos territoires et leurs acteurs à se développer durablement.

L'OCCITALITÉ, UN ART DE VIVRE QUI FAIT DU BIEN

Le tourisme est aujourd'hui critiqué, voire rejeté dans ses formes les plus excessives. En Occitanie, nous avons décidé de lui redonner tout son sens. Passer du plus au mieux en nous unissant autour d'un mode de vie simple et vrai qui nous définit et nous distingue : l'Occitalité.

L'Occitalité, c'est le sourire

Nos visiteurs souhaitent être bien accueillis, comme des amis par des amis. Dans la sincérité et la convivialité. L'Occitanie doit devenir la référence des marques de destination pour son hospitalité.

L'Occitalité, c'est la rencontre

Faire des rencontres vraies, vivre comme les habitants, partager des moments heureux. L'Occitanie, c'est la destination de la rencontre, de l'échange, du partage, de la convivialité.

L'Occitalité, c'est le temps

Prendre son temps, ralentir, décrocher, lever le pied s'apaiser, passer en mode slow… L'Occitanie, c'est la destination où l'on prend le temps de mieux vivre.

L'Occitalité, c'est le sens

Prendre son temps, ralentir, décrocher, lever le pied, s'apaiser, passer en mode slow… L'Occitanie, c'est la destination où l'on prend le temps de mieux vivre.

L'Occitalité, c'est se faire du bien

Respirer, se ressourcer, faire le plein d'énergie, de sourire, de soleil, d'équilibre et de bonnes choses. L'Occitanie c'est la destination d'un Sud qui fait du bien.

L'Occitalité, c'est la préservation

Préserver la beauté des milieux, défendre la biodiversité et la qualité, stimuler la richesse culturelle. L'Occitanie, c'est la destination d'un monde qui dure.

L'Occitalité, c'est l'art de vivre ensemble dans un monde qui change

Donnons vie à ces valeurs et partageons-les dans nos outils !

ON EST TOUS F.A.N.S. !

Dans ses prises de parole, la marque de destination Occitanie Sud de France se caractérise par 4 mots clés qui forment l'acronyme F.A.N.S. C'est la clé qui définit et éclaire la production de vos contenus.

F comme Festive

L'Occitanie est une destination festive. La convivialité, la fête, la joie de vivre, le farniente souriant et heureux, sont au cœur de son ADN. On les retrouve partout, des innombrables fêtes de villages aux ferias, des foires aux multiples festivals, des paillotes de plage aux chalets gourmands, des bistros aux terrasses, des clubs aux caves et dans les halles. Cette dimension festive est une qualité connue et reconnue de la destination. On sourit, on rit, on s'amuse.

A comme Accueillante

L'Occitanie est une destination accueillante. Le sourire, la sincérité, l'authenticité composent une hospitalité de moments vrais et caractérisent la rencontre et l'échange. C'est chaleureux, douillet, cosy, ensoleillé, détendu, épanoui. On aime accueillir, recevoir, s'ouvrir, partager. Nous sommes aux petits soins. Nos visiteurs se laissent aller. Ils se sentent bien et nous aussi.

N comme Nature

L'Occitanie est une destination nature. On entend par « nature » le caractère authentique, direct et franc de ses habitants. Ils sont eux-mêmes, sans prétention, ne trichent pas, ne jouent pas un rôle. Avec eux, la relation est spontanée, naturelle ; elle est simple et vraie.

Nature également par les atouts naturels de la destination, avec sa cote méditerranéenne, ses espaces de montagne accessible, ses campagnes ressourçantes, ses nombreux parcs naturels et ses zones préservées.

S comme Sensible

L'Occitanie est une destination porteuse de sens. Par l'expérience, la rencontre et l'échange, elle permet aux visiteurs et à ceux qui les accueillent de s'épanouir et de s'enrichir dans des relations de respect mutuel. La destination accorde une grande importance à la préservation, au respect et au durable.

C'est aussi une destination qui parle aux 5 sens : une destination sensuelle.

F.A.N.S. d'Occitalité

Avant de produire un contenu, que ce soit un texte, des photos, une vidéo, une newsletter, un dossier de presse, un site Internet, un évènement..., assurez-vous qu'il réponde à ces mots clés. **Un contenu F.A.N.S. est un contenu qui exprime et fait ressentir l'Occitalité.** Il n'est pas nécessaire qu'il réponde aux 4 critères, mais au moins à deux d'entre eux. Il peut être festif et sensible ; accueillant et nature ; nature et sensible ; festif et accueillant...

Des univers différenciés

Les 4 univers de consommation : Méditerranée, Pyrénées, Campagne et Villes ne sont pas F.A.N.S. de la même manière. La Méditerranée sera prioritairement Festive et Nature. Les Pyrénées mettront en avant leur dimension Accueillante et Nature, à l'instar de la Campagne ; les Villes insisteront sur une palette Festive et Accueillante. Tous porteurs d'un tourisme de sens et de sensualité, les 4 univers sont "Sensible".

L'EXPRESSION DE LA DESTINATION

L'Occitalité est un univers, une attitude positive, un style de vie. Cet univers se décompose en différentes briques visuelles et sémantiques. Ensemble, ces briques dessinent le langage de l'Occitalité.

Afin que ce langage puisse facilement épouser le vôtre, vous pouvez choisir librement les éléments qui vous intéressent. L'important est que vous fassiez référence à la destination dans vos outils et vos actions, que vous portiez et fassiez vivre ses valeurs, que vous jouiez le **jeu du collectif dans l'intérêt de tous, grâce :**

- Au code photo,
- Au code vidéo,
- Aux personnages,
- Au stylisme,
- À la ligne éditoriale.

LE CODE PHOTO

Les photos sont des contenus essentiels pour porter et partager les valeurs de l'Occitalité. Les photos s'inscrivent dans le code F.A.N.S. Elles servent à singulariser le territoire, attirer l'attention du public et animer la relation.

Le code photo de l'Occitalité s'articule autour de 3 critères :

- Des émotions partagées basées sur la convivialité
- Un élément iconique de votre destination (cela peut être un paysage, un site touristique, une activité...)
- Des couleurs chaudes dans la chromie des photos.

Idéalement, une photo Occitalité doit répondre à ces 3 critères.

Dans la pratique, attachez-vous à ce qu'elles en réunissent au moins 2, la convivialité étant l'élément principal pour exprimer le concept et l'identité de la destination. Une photo qui ne comporte aucun de ces 3 critères ne doit pas être utilisée.

Plusieurs registres d'images structurent le code photo de la destination.

F COMME FESTIVE

Ces images concernent principalement deux univers de consommation : Méditerranée et Villes.

Les photos « Festive » comportent obligatoirement des personnages *(voir code personnages).* Elles peuvent être prises en extérieur comme en intérieur. De jour comme de nuit. En ayant présent à l'esprit que la nuit est importante dès lors que l'on parle de fête, en particulier pour le tourisme urbain. Et que bien peu de destinations sont dotées de belles images de nuit, alors que les réseaux sociaux en sont friands. Les photos sont majoritairement en couleur, mais le noir et blanc peut être aussi utilisé.

Les chromies des images sont chaudes. Les dominantes couleur se situent dans des tons ocres, jaunes, orangés, ambrés, bruns, ou rougeoyants pour traduire la promesse d'un sud solaire et d'ambiances chaleureuses et conviviales.

Le caractère festif est souligné par :

- **la liberté et la spontanéité des personnages,**
- **le mouvement.**

Les photos sont spontanées, prises sur le vif, saisies au plus près des situations, des attitudes et des expressions. Les personnages peuvent être décadrés pour accentuer encore l'impression de liberté, d'instantanéité, de moments vrais, capturés sans artifice ni maquillage.

Les expressions phares : plaisir, sensualité, énergie partagée. Cheveux dans le vent, écharpes qui volent, mouvement des corps, expressions qui animent les visages : les personnages sont actifs, énergiques, souriants, débordants de vie.

Sur le plan technique, le mouvement peut être accentué par des perspectives et des lignes de fuite, par des cadrages inattendus, par la profondeur de champ des images qui peut être renforcée en jouant sur les contrastes entre plans nets et plans flous : net en premier plan, flou en arrière plan ou l'inverse

Les photos du registre Festif sont sincères.

Elle sont inspirées par ce qui se publie et s'échange sur Facebook ou Instagram. Des images de vacances insouciantes et vraies. Elles doivent raconter des histoires, communiquer des émotions avant d'être techniquement parfaites et esthétiquement léchées.

La liberté et le mouvement passent aussi par une photothèque qui présente des regards différents, plutôt que de proposer un seul traité pour toutes les images. Place à la diversité des sensibilités. C'est ce qui fait la force des réseaux sociaux.

A COMME ACCUEILLANTE

Ces photos concernent principalement deux univers de consommation : Pyrénées et Campagne.

Les photos « Accueillantes » comportent obligatoirement des personnages.

Elles représentent des moments d'échange, de partage, d'accompagnement, de service. Elles montrent le plaisir d'être ensemble, de se retrouver, de se rencontrer, de se connaître. Elles transmettent les émotions vécues par nos visiteurs : plaisir, insouciance, adrénaline, contemplation, gourmandise, découverte, émerveillement, communion, bien-être, apaisement, apprentissage, concentration, respect… Elles racontent aussi le professionnalisme et l'attention des équipes qui les accueillent.

Les émotions sont exprimées par les expressions, les regards, le langage corporel des personnages. Elles sont prises suffisamment près des personnages pour pouvoir saisir et transmettre ces émotions partagées.

Les images du registre Accueillant sont réalisées en extérieur comme en intérieur. De jour comme de nuit. Elles sont majoritairement en couleur, mais le noir et blanc peut être également utilisé. Les chromies des images sont chaudes. Les dominantes couleur se situent dans des tons ocres, jaunes, orangés, ambrés, bruns, ou rougeoyants pour traduire la promesse d'un sud solaire et d'ambiances animées, chaleureuses et conviviales.

N COMME NATURE

Ces photos concernent principalement les univers de consommation Méditerranée, Pyrénées et Campagne.

Contrairement aux deux registres précédents, les photos «Nature» ne comportent pas obligatoirement des personnes.

Elles traduisent deux idées :

- Le caractère direct, franc et entier des habitants de la région et des professionnels du tourisme.
- La beauté naturelle des paysages et des milieux dans leur diversité et le respect qu'ils inspirent.

Elles sont dans leur très grande majorité prises en extérieur, mais des photos d'intérieur, présentant un lieu à l'esprit nature, harmonieusement intégré à son environnement, répondent également à ce registre.

Les photos extérieures seront prioritairement cadrées horizontalement. Certains éléments, de par leur forme, se prêtent toutefois plus naturellement à une composition verticale.

Les chromies des images Nature sont plus variées et plus douces. Leurs couleurs sont dictées par l'environnement et les matières de la destination : sable, ficelle, canne, crème, beurre, pierre, amande, pistache, olive, pain, mousse, bois, ardoise, brique.

S COMME SENSIBLE

Ces photos concernent les 4 univers de consommation de la destination : Méditerranée, Pyrénées, Campagne et Villes.

Les photos « Sensible » ne comportent pas obligatoirement des personnages, mais il est plus que conseillé, dès lors que l'on doit faire passer l'idée de vacances qui ont du sens, de prévoir une présence humaine.

Ces images traduisent deux idées :

- Un tourisme qui retrouve du sens, basé sur le respect et la curiosité mutuelle entre ceux qui reçoivent et ceux qui sont reçus, le temps retrouvé, l'équilibre et l'harmonie.
- La sensualité d'une destination parlant aux 5 sens, permettant un rapport physique et sensible aux éléments pour des vacances qui font du bien.

Les photos peuvent être prises en extérieur comme en intérieur. Chaque fois que cela est possible, les photos intérieures donneront un aperçu de l'environnement extérieur du site afin de traduire le lien charnel et essentiel que la destination entretient avec la nature. Ouvrons grands portes et fenêtres !

Les formats peuvent être horizontaux ou verticaux avec une préférence pour les premiers.

Les chromies des images sont chaudes. Les dominantes couleur se situent dans des tons ocres, jaunes, orangés, ambrés, bruns, ou rougeoyants pour traduire la promesse d'un sud solaire et d'ambiances animées, chaleureuses et conviviales.

QUELQUES RECOMMANDATIONS TECHNIQUES

1 **Travailler le matin ou le soir pour les prises de vue :** ce sont les heures les plus propices, celles les lumières sont les plus belles et les plus douces, où les ombres créent des volumes qui renforcent la vie, la présence et l'expression des images. Ne photographiez pas que l'été. Toutes les saisons sont belles avec chacune leur luminosité.

2 **Préférer les formats horizontaux ;** ce sont eux qui traduisent le mieux la notion d'aventure, d'espace, de rêve, de mouvement. Pour les tournages vidéos, pensez aux formats verticaux ou carrés qui se généralisent pour être regardés sur les téléphones mobiles via les réseaux sociaux (9/16) : placez les personnages et les sujets principaux de la scène au centre du cadre afin de permettre un montage dans tous les formats : horizontaux, carrés, verticaux.

3 **Renouveler régulièrement les personnes représentées sur les photos** pour ne pas avoir toujours les mêmes visages. Sur une même séance de prise de vue, prévoyez une garde-robe variée pour éviter de voir toujours les mêmes vêtements et les mêmes couleurs sur les personnages. Le résultat n'en sera que plus vivant et s'intégrera mieux au contexte coloriel de vos outils.

4 **Une amorce floue au premier plan** et nette sur le sujet principal au second plan donne du rythme et de la profondeur à la photo ; cela permet à celui qui regarde d'entrer dans l'image, d'en être plus un acteur et moins un spectateur extérieur distancié.

5 **Travailler les images en post-production :** lumières, chromies, contraste, saturation, estompe… Vous pouvez utiliser une application comme Snapseed. Simple à utiliser, gratuite, disponible sur PlayStore et AppleStore, elle donne de très bons résultats pour améliorer des photos quotidiennes prises avec un smartphone.

LE CODE VIDÉO

Les vidéos de la destination Occitanie Sud de France permettent d'exprimer et de partager le mode de vie de l'Occitalité en apportant la vie et le mouvement propres à la vidéo. Elles sont donc, elles aussi, « Festives, Accueillantes, Naturelles et Sensibles ». Les mêmes recommandations de fond et de forme que les photos s'appliquent.

Quelques éléments propres à la vidéo :

Scénarisez pour vous distinguer
La très grande majorité des vidéos de destination est uniquement esthétique et joue sur les mêmes cordes : ralenti, hyperlapse, images prises en drone, enfants… Les vidéos peuvent comporter ces éléments quand ils sont appropriés, mais racontons d'abord et surtout des histoires : une journée, une nuit, un week-end, un personnage que l'on suit, une rencontre, une histoire amoureuse, un événement qui sert de fil narratif, l'envers du décor, un objet ou un accessoire, un animal… Pensez aux unités de lieu et de temps.

Faites court et attaquez fort !
Sur les réseaux sociaux, 50 % des personnes décrochent au-delà d'une minute. Les premières images sont décisives pour capter l'attention des internautes.

Pensez aux formats sociaux
Sur Facebook et Instagram, les formats verticaux s'imposent pour les consultations sur mobiles. Pensez-y et cadrez vos plans pour pouvoir être montés en versions verticales et horizontales et répondre aux différents usages.

Utilisez tous les registres
Capture, drone, ralenti, hyper lapse (temps accéléré), motion design, 3D, animation, stop motion (capture d'un mouvement en plan par plan, animé au montage) peuvent être combinés pour créer du rythme et de la vie, souligner une idée, faire passer une émotion.

LES PERSONNAGES

Les personnes photographiées doivent contribuer à différencier et singulariser la destination, à lui donner du charisme, à la sortir de l'ordinaire, à la dé banaliser.

Le choix des personnages doit contribuer à faire de l'Occitanie une destination tendance. Tendance ne veut pas dire « fashion victim », ni suiveuse. Tendance dans le sens « en phase avec son temps », avec du caractère et du charisme.

L'Occitanie est une région latine. Le casting doit être avant tout local et refléter l'identité de la destination : nous sommes le Sud !

Les figurants ont de la personnalité, du caractère et du charisme. Des qualités indispensables pour dégager une vraie présence et une vraie aisance face à l'objectif ou à la caméra. Ils sont avant tout expressifs et spontanés. Ils doivent sortir de l'ordinaire tout en étant simples et eux-mêmes.

Pour obtenir un meilleur résultat, faites appel à des personnes qui disposent déjà d'une expérience tournage ou prise de vues : figuration, modèles, comédiens, artistes.

Les hommes peuvent être barbus ou avoir les cheveux longs. Les femmes les cheveux argent ou colorés. Tatouages et percings ne sont pas forcément à bannir dès lors qu'ils sont portés avec naturel. Tous les types et tous les styles sont les bienvenus. Le casting doit refléter la diversité des habitants et de nos visiteurs. Le casting ressemble à la vie.

LE STYLISME

1 **Le stylisme doit avant tout être simple**, naturel, décontracté et confortable. Il doit être en premier lieu adapté aux situations représentées et aux différents univers de consommation de la destination : cote méditerranéenne, Pyrénées, campagne, villes.

2 **La garde robe est adaptée aux situations :** vêtements outdoor, voire techniques pour la montagne et la mer, appropriés aux activités de pleine nature, esprit solaire et bord de mer pour la Méditerranée, codes plus « street » pour les villes, décontraction naturelle pour la campagne.

3 **Les vêtements portés sont actuels,** jeans, chinos colorés, coton, matières naturelles qui vivent bien sur les corps et donnent du mouvement. La silhouette des générations actuelles.

4 **Les vêtements et accessoires participent à la perception d'une destination chaude, du Sud :** chapeaux de paille, casquettes, lunettes de soleil, paréos, shorts, bermudas, t-shirt, polos, matières légères (coton, lin), espadrilles, sandales, tongues, couleurs claires qui contrastent avec les peaux bronzées…

5 **Pour la montagne et la campagne, le choix des vêtements renforce la perception d'une destination chaleureuse qui fait du bien :** pulls en laine, pantalons confortables et doux dans des matières naturelles, polaires colorées façon « teddy bear », doudounes, écharpes, bonnets, gants, bottes fourrées…

6 **En ville, la silhouette sera plus élégante.** Branchée juste ce qu'il faut, sans trop. Esprit jean, chemisier, veste, talons hauts pour elle; jeans, t-shirt, veste, sneakers ou boots pour lui.

7 **Un conseil : servez-vous de Pinterest pour déterminer la garde robe de vos figurants**. Demandez-leur de revêtir ce qu'ils porteraient dans des circonstances similaires. Prenez l'avis des photographes et des cadreurs qui veilleront à l'harmonie générale et à la manière dont les matières prennent la lumière.

Occitanie
Sud de France

LA LIGNE ÉDITORIALE

C'EST QUOI ?

La ligne éditoriale représente l'ensemble des choix et décisions que fait un directeur de revue, de collection littéraire, un responsable d'une émission radiophonique, de télévision, une entreprise ou une institution pour se conformer à une ligne morale ou stratégique définie.

La ligne éditoriale de la destination Occitanie Sud de France est un outil pratique. Un contrat destiné à vous assurer que les contenus (textes, photos, vidéos) que vous allez produire pour vos différents supports resteront cohérents dans le temps et répondront aux principes définis par le positionnement et la stratégie arrêtés pour la destination.

La ligne éditoriale permet d'arbitrer le choix et la hiérarchisation des sujets.

La ligne éditoriale définit le ton, le style et la personnalité qui caractérisent et distinguent les prises de parole et les conversations que la destination Occitanie Sud de France entretient avec ses publics. Elle participe directement à la perception et à la reconnaissance de la destination.

NOUS RACONTER EN ÉTANT F.A.N.S.

La ligne éditoriale porte et fait vivre les 4 piliers F.A.N.S. :

SOYONS FESTIFS

SOYONS ACCUEILLANTS

SOYONS NATURE

SOYONS SENSIBLES

À QUOI ÇA SERT ?

1 **À définir un style et une identité** pour les prises de parole du Comité Régional de Tourisme et de ses partenaires. A les doter d'un caractère unique qui les distingue, renforce la perception et l'attractivité de la destination Occitanie Sud de France auprès des équipes, des prestataires, du public, de la presse, des investisseurs et des porteurs de projet.

2 **À comprendre et à partager des principes et des règles** conçues en tenant compte des attentes des différents publics auxquels vous vous adressez : habitants, prospects, visiteurs, prestataires, presse.

3 **À présenter des principes et des règles simples,** destinés à produire en interne, comme en externe, de manière cohérente et coordonnée, tous les contenus (textes, photos, vidéos, illustrations...) qui permettront d'inciter les publics cibles.

4 **À découvrir et à re découvrir l'Occitanie,** à faire vivre et à animer son offre dans son actualité, à partager les émotions et le mode de vie de l'Occitalité.

5 **À créer de la continuité et de la cohérence,** dans la durée, entre vos différentes prises de parole.

6 **À faciliter une démarche collective** au service de l'intérêt de tous.

7 **À faciliter la perception de la destination** par ses différents publics afin de développer une communication touristique porteuse de sens.

8 **À renforcer l'expérience globale de visite** par un développement de nouvelles offres et de nouveaux services, en cohérence avec le positionnement et le style de la destination.

9 **À contribuer à insuffler un esprit d'Occitalité** différenciant et entraînant auprès de vos publics B2B : équipes internes, partenaires, prestataires, porteurs de projets, presse et influenceurs...

LE SOCLE DU CONTRAT ÉDITORIAL

1 Promettre une expérience unique de visite. **Singulariser.**

2 Mettre en scène les émotions et les impressions ressenties par nos visiteurs dans toute la gamme des sensations offerte par la destination. Donner du sens à un séjour en Occitanie par le mode de vie de l'Occitalité et en premier lieu l'hospitalité et la convivialité. Nourrir la perception de la destination et de ses valeurs avant, pendant et après le séjour. Favoriser le désir de visite et de revisite. **Attirer.**

3 Développer une communauté qui partage les positions de l'Occitalité et souhaite vivre un tourisme différent, porteur de sens et d'épanouissement. **Animer.**

Les prises de parole de la destination Occitanie Sud de France sont portées par le Comité régional du tourisme et ses partenaires. Quelles que soient leurs formes et les supports qui les portent, elles doivent répondre à ces 3 objectifs : **Singulariser, Attirer, Animer.**

Ces objectifs constituent le socle de votre contrat éditorial.

A QUI PARLE T-ON ?

AUX HABITANTS

Leurs attentes : trouver des idées de week-end et d'expériences à vivre autour de chez eux selon leur profil ; disposer d'informations pratiques pour les aider à passer à l'acte ; se sentir chouchoutés et désirés.
Nos objectifs : développer la consommation infra régionale ; créer et animer une communauté autour de l'Occitalité et ses idées pour développer son influence.

AUX PROSPECTS

Leurs attentes : connaître l'Occitanie et ses différents univers ; avoir de bonnes raisons de choisir la destination ; faciliter la préparation de leur séjour ; se sentir chouchoutés et désirés.
Nos objectifs : les attirer et les convaincre dans leur diversité, selon les différents univers de consommation (mer, montagne, campagne, ville) ; favoriser la perception d'une destination positive qui fait du bien et porte un véritable art de vivre ; faciliter le passage à l'acte et la préparation du séjour.

AUX VISITEURS

Leurs attentes : trouver des idées d'activité sur place ; disposer d'informations pratiques pour faciliter leur séjour ; se sentir bien accueillis.
Nos objectifs : faciliter et développer leur consommation touristique durant leur séjour ; les conseiller ; les inviter à partager leurs expériences.

AUX PRESTATAIRES

Leurs attentes : développer leur activité ; se singulariser ; disposer d'outils pour mieux communiquer ; comprendre le concept d'Occitalité de la destination ; pouvoir se l'approprier et y participer.
Nos objectifs : valoriser les meilleurs ; faire progresser les autres ; développer une culture et des combats communs ; développer l'offre dont la destination a besoin.

A LA PRESSE

Ses attentes : trouver des sujets intéressants, recevoir des informations pertinentes de la destination, participer à des programmes qui lui sont réservés.
Nos objectifs : développer l'intérêt des médias pour l'Occitanie et l'Occitalité, partager le positionnement et le mode de vie de la destination, faciliter le travail des journalistes et des blogueurs.

DE QUOI PARLE T-ON ?

CONTENUS EXPÉRIENTIELS, SENSORIELS

Ils font ressentir la destination en partageant des émotions et des sensations autour de son offre de séjour, des expériences et des rencontres que l'on peut y vivre. Le ton est personnel, subjectif et immersif. Ce sont les contenus qui nourrissent le concept de la destination Occitanie Sud de France : l'Occitalité. Ils s'adressent prioritairement aux prospects avant leur séjour. Ainsi qu'aux habitants et aux prestataires pour construire une culture commune.

CONTENUS CONSEIL

Ils traduisent l'expertise et la connaissance des équipes chargées de la promotion des destinations. Ils sont sélectifs et personnalisés. Ils portent un point de vue sur l'offre : ses incontournables par public, les coups de cœur, ses trésors cachés à découvrir… Ils aident nos publics à mieux préparer leur séjour et à le vivre. Ils s'adressent prioritairement aux visiteurs et aux habitants avant et pendant leur séjour. Ils intéressent la presse et les prestataires pour les aider à conseiller leurs hôtes.

CONTENUS CONNAISSANCES

Ils enrichissent l'expérience et la relation. Approfondissent un sujet, l'éclairent, l'expliquent, donnent des clés pour comprendre, font partager une culture vivante. Ils s'adressent prioritairement aux prospects avant le séjour, aux visiteurs et aux habitants pendant le séjour, ainsi qu'à la presse. Ils aident également les prestataires dans leur rôle de conseil.

CONTENUS RELATIONNELS

Des contenus pour faire connaissance, donner du vécu à la relation, incarner et humaniser la destination, la rendre vivante. Portraits, verbatims, exergues, témoignages… Humain à 100 %. Vrai, authentique et nature. Ces contenus valorisent les métiers et les savoir-faire des prestataires et professionnels du territoire, mais aussi leur Occitalité. Ils mettent particulièrement en lumière leur sens de l'accueil et leur convivialité. Ils s'adressent prioritairement aux habitant et aux prospects avant le séjour. Ils contribuent directement au choix de la destination.

CONTENUS SERVICES

Dans un esprit conciergerie, ils viennent démontrer et enrichir l'hospitalité de la destination. Ils personnalisent l'expérience et la facilitent, ont une influence directe sur la satisfaction des visiteurs. Transports, bagages, plages horaires, enfants, animaux, accueil, petits plus… : ils s'adressent exclusivement aux habitants, aux prospects et aux visiteurs avant et pendant leur séjour.

CONTENUS « PASSAGE À L'ACTE »

Ils transforment la curiosité et l'intention en action. Cela peut-être des avis émis par d'autres voyageurs, des offres promotionnelles ou l'agenda culturel de la destination. Ils s'adressent principalement aux habitants et aux prospects avant leur séjour, mais également aux visiteurs lors de leur séjour.

QUEL STYLE ET QUEL TON ?

- L'écriture des contenus est très visuelle pour accrocher et engager. À privilégier : vidéos, photos, gifs animés, carrousels, canvas, stories…

- Ces contenus sont accompagnés de textes courts, percutants, et directs. Ces textes, comme les images, expriment des émotions ou des promesses. Ils rendent service en allant droit à l'essentiel. Ils sont faciles à lire et à comprendre. Ils se mettent à la place de l'utilisateur. Ils donnent des idées, déclenchent une envie, créent de la curiosité et du désir. Ils sont vivants, vécus, ressentis. Ils communiquent de la fierté, participent à créer une culture commune. Ils portent les convictions de l'Occitalité, sont souriants, chaleureux et positifs. Ils personnalisent la relation et font ressentir la proximité entre ceux qui accueillent et leurs visiteurs.

Principaux supports de diffusion / partage :
Réseaux sociaux (Facebook, Instagram…), sites Internet, applications, e-newsletters, dossiers de presse…

Avant de créer un contenu, les questions à vous poser :

- Est-ce que mon contenu porte une ou plusieurs valeurs clés de l'Occitalité et contribue ainsi à renforcer sa perception ?
- Est-ce que mon contenu raconte une expérience forte, vraie, attirante ?
- Est-ce que mon contenu singularise la destination ?
- Est-ce que mon contenu est porteur d'émotions, de rencontres, de liens ?
- Est-ce que mon contenu se prête à un récit court, interpellant, vivant, personnalisé et imagé ?
- Est-ce que mon contenu peut donner envie d'être partagé ?
- Est-ce que mon contenu nécessite des informations pratiques ?
- Est-ce que mon contenu est mobilo compatible : lisibilité, durée, poids… ?

Il n'est pas nécessaire que **TOUTES** ces conditions soient remplies pour valider le contenu, mais qu'une **MAJORITÉ** le soit.

Mots clés : atypique, original, souriant, accueillant, émotionnel, vivant, concis.

MA PERSONNALITÉ ? QUELQUES MOTS POUR VOUS AIDER

Je suis chaleureuse et accueillante
J'aime les gens et leur diversité. Je m'intéresse à eux, je suis sociale. Je suis conviviale. J'aime la vie. J'aime la fête. J'aime recevoir et partager. Les grandes tables et les copains. Les familles et les bambins. Je suis positive et optimiste. J'aime dire oui. D'ailleurs Oc, cela veut dire oui.

Avec moi, ni manière, ni chichi…
Je m'exprime avec des mots simples, un langage sincère et vrai. Dans un registre parlé et imagé pour échapper au ton institutionnel qui crée de la distance. Je cherche à rendre accessibles et vivants tous les sujets dont je parle. Directe et ouverte, je suis d'un abord franc, nature et accessible. Je dis "tu" plutôt que "vous" parce que j'aime la proximité et la simplicité dans les échanges, pour que l'on se sente bien, que l'on fasse plus facilement connaissance.

Je suis douée et modeste
Je me distingue dans de nombreux domaines : culture vivante, savoir-faire, nombre de produits sous signes de qualité, nombre de sites UNESCO et Grands Sites de France, thermalisme, nautisme, espaces préservés… Mais je ne la ramène pas pour autant. Il faut que je me force un peu, que je me vende mieux, que je m'affirme, que je fasse preuve de charisme, que je séduise.
J'ai du caractère, je dois le montrer.

Je suis respectueuse
J'aime trop mon environnement pour ne pas en prendre soin. J'aime trop les gens pour ne pas apprécier leurs différences et faire preuve de respect. j'aime ce qui dure, ce qui se transmet. J'aime protéger et préserver, sans pour autant mettre le territoire sous une bulle ou donner des leçons. Je suis dans une positive attitude sur les questions environnementales.

Je suis une militante
Je me bats pour des idées. Je veux redonner du sens au tourisme. Je cherche à faire mieux plutôt qu'à faire plus. Je défends un tourisme qui développe les territoires et les personnes. Un tourisme qui épanouit et enrichit. Un tourisme qui rapproche. Un tourisme qui offre un autre rapport au temps. Un tourisme qui préserve.

MES COMBATS. POURQUOI JE ME BATS ?

Je me bats pour être reconnue comme une destination et développer mon attractivité.

Je me bats pour la reconnaissance de mes qualités et pour affirmer ma personnalité.

Je me bats pour dépoussiérer mon image, gagner en glamour et en charisme.

Je me bats pour que mes habitants intègrent le fait qu'ils vivent en Occitanie en soient fiers et soient les premiers ambassadeurs de leur région.

Je me bats pour bien accueillir, offrir les meilleures conditions de vie, de séjour et de travail.

Je me bats pour développer et promouvoir des pratiques durables, respectueuses de mon environnement naturel et patrimonial dans une économie profitable au plus grand nombre.

Je me bats pour inventer un nouveau tourisme dans un monde qui change.

BIBLIOTHÈQUE ÉDITORIALE

Exemples d'accroches pour éclairer l'Occitalité

MÉDITERRANÉE

Se lever à midi. Vivre en tongues. Se gorger de bleu.
Je cultive mon Occitalité.

Sentir le sel sur mes lèvres. Etre un brin d'herbe. Absorber la lumière.
Je découvre mon Occitalité.

Suivre les courants. Dompter le vent. Sauter les vagues.
Je libère mon Occitalité.

M'inonder de soleil. M'enivrer de vent. Rejoindre les oiseaux.
Je développe mon Occitalité.

Croquer dans une pastèque. Renverser mon verre. Défier la vie.
Je savoure mon Occitalité.

Ne rien faire. Aimer ça. Recommencer.
Je cultive mon Occitalité.

Manger avec les doigts. Avoir le droit. En redemander.
Je savoure mon Occitalité.

Sentir leur force. Admirer leur grâce. Partager leur liberté.
Je découvre mon Occitalité.

Lézarder toute la sainte journée. Se baigner. Attendre la nuit.
Je cultive mon Occitalité.

Commander un poisson. Remplir les verres. Lécher le sel sur ma peau. **Je savoure mon Occitalité.**

Ne plus avoir d'heures. Manger quand ça nous dit. Se libérer.
Je cultive mon Occitalité.

MISE AU VERT

Ne plus avoir d'heure. Débrancher mon téléphone. Me passer d'écrans. **Je revendique mon Occitalité.**

Rouler sans but. Ne pas avoir de programme. Laisser le hasard décider. **Je cultive mon Occitalité.**

Vivre 10 journées en une seule. Croire en moi. Soulever des montagnes. **Je libère mon Occitalité.**

Me recouvrir de couleurs. Devenir invisible. Rencontrer le esprits. **Je cultive mon Occitalité.**

Marcher sur les mains. Manger vrai. Se rouler dans l'herbe.
Je cultive mon Occitalité.

Tenir le La. Apprendre à respirer. Me prendre pour une star.
Je libère mon Occitalité.

Courir dans le vent. Croquer une tomate. Dire merci.
Je savoure mon Occitalité.

Me sentir appelé. Suivre ce chemin. Aller au bout des choses.
Je libère mon Occitalité.

Remonter le temps. Rencontrer l'histoire. En faire partie.
Je ressens mon Occitalité.

Pousser une porte. Rencontrer une famille. Se sentir bien.
Je rencontre mon Occitalité.

CITY BREAK

Danser à en perdre la raison. Voler de main en main. Se sentir chavirer. **Je célèbre mon Occitalité.**

Parler toute la nuit. Recommencer à vivre. Rire à s'en faire mal.
Je vis mon Occitalité.

Me plonger dans la mêlée. Saisir des mains. Ne faire plus qu'un.
Je ressens mon Occitalité.

Etre de mauvaise foi. Crier avec les autres. Prendre l'accent.
Je découvre mon Occitalité.

Marcher toute la nuit. Pousser mille portes. Vivre mille vies.
J'explore mon Occitalité.

Me faire belle. Me sentir regardée. Faire mine de rien.
Je soigne mon Occitalité.

Soutenir un regard. Me sentir apprivoisée. Partir avec lui.
J'assume mon Occitalité.

Entrer en piste. Devenir le rythme. Tout oublier.
Je libère mon Occitalité.

Flâner sur les quais. Lui prendre la main. Savourer.
Je goute mon Occitalité.

MONTAGNES

Avoir chaud. Avoir faim. Avoir le temps.
Je ressens mon Occitalité.

Vivre dehors. Vivre sans barrière. Vivre enfin.
J'écoute mon Occitalité.

Faire des bulles. Me rouler en boule. Fermer les yeux.
Je chouchoute mon Occitalité.

Ouvrir les valises. Regarder par la fenêtre. Me pincer.
Je chéris mon Occitalité.

Se lever avant le soleil. Partir à sa rencontre. M'illuminer.
Je libère mon Occitalité.

Ouvrir une carte. Trouver une piste. Avaler des vallées.
Je rencontre mon Occitalité.

Allumer un feu. Voir danser nos ombres. Se tenir chaud.
Je célèbre mon Occitalité.

Arriver tard. Recevoir un sourire. Avoir hâte du lendemain.
Je partage mon Occitalité.

Glisser en silence. Tracer des courbes. Sentir mes poumons brûler.
Je peaufine mon Occitalité.

Admirer la beauté. Respecter la fragilité. Se faire léger.
Je protège mon Occitalité.

BIBLIOTHÈQUE ÉDITORIALE

Mots et expressions clés dans les différents registres

FESTIVE

Fête • fêter • fêtards • festif • festive • festivité • festival • faire la fête • faire la foire • feria • fiesta • viva la fiesta • farniente • se détendre • se relâcher • lâcher prise • célébrer • communier • rigoler • vibrer • danser • jouer • aimer • se lâcher • évacuer • lâcher prise • oublier • faire le vide • déambuler • parcourir • défiler • rejoindre le mouvement • être là • avoir la pêche • se sentir pousser des ailes • aller au bout de la nuit • nuit • nocturne • oiseau de nuit • spectacle • spectaculaire • lever de rideau • exploser • irradier • allumer • allumé(e) • s'éclater • éclater • s'enflammer • se consumer • mettre le feu • faire des étincelles • allumer les étoiles • décrocher les étoiles • revivre • vivre • vivre sans limite • enlever le frein • se donner à fond • s'emballer • partager • ne rien faire et le faire bien • ne rien faire à moitié • dévorer des yeux • taper dans les mains • battre la mesure • monter le son • entrer dans la danse • prendre la nuit par les deux bouts • mordre dans la vie • passer en mode lézard • lézarder • flemmarder • buller • s'assoupir • s'allonger • rêver • rêvasser • trinquer • déguster • aimer • tomber amoureux • sentir son cœur s'emballer • s'éveiller • ne plus se coucher • nuit blanche • s'emballer • faire le tour du cadran • se mettre sur son 31 • vivre en habits de lumière • être aux premiers rangs • se sentir soulevé(e) • se laisser porter • chanter • chantonner • siffler • siffloter • être heureux-heureuse • être bien • se sentir bien • se nettoyer les neurones • mijoter • avoir les yeux qui brillent • briller • brillant • briller de mille feux • scintiller • scintillant • transpirer • avoir chaud • être bouillant(e) • être chaud(e) • chaleureux(reuse) • chaleureusement • chaud devant • chaud dedans • la nuit sera chaude • faire monter la température • prendre des degrés • être une famille • familia • la vie de famille • tout donner • donner tout • se dépenser sans compter • amis • copains • tribu • bande • vivre à fond • mettre l'ambiance • une ambiance de dingue • partir très loin • être en transe • être un peu sorcier(ière) • ensorceler • jeter un sort • faire un sort • sortir • envoyer du lourd • se mettre à l'unisson • se mettre au diapason • prendre le pouls • ouvrir ses ailes • déployer ses ailes • soulever des montagnes • perdre haleine • passer en mode happy • être happy • avoir la banane • se la couler douce • se la donner • tout casser • tout renverser • dégoupiller • ouvrir les vannes • entrer en fusion • fusionner • frissonner • frissons • avoir la chair de poule • avoir la patate • se faire peur.

ACCUEILLANTE

Accueil • accueillis • accueillant(e) • accueillir • bien accueillis • bien accueillir • se sentir accueilli(e) • avoir le sens de l'accueil • aimer accueillir • être accueillis à bras ouverts • gentil • gentille • gentillesse • aimable • agréable • avenant • sympathique • vrai(e) • sincère • sincérité • sincèrement • nature • naturel • naturelle • naturellement • professionnalisme • portes ouvertes • ouvrir sa porte • grand ouvert • ouvrir son cœur • hospitalier(ère) • hospitalité • bienvenue • bonjour • au revoir • merci • bonne journée • bonne nuit • invité • invitation • être bien reçu • être reçu 5 sur 5 • réception • réceptif • réceptive • réceptionner • disponible • disponibilité • écoute • être à l'écoute • rester à l'écoute • être attentif(ive) • être attentionné(e) • être aux petits soins • aux petits oignons • soigner • soigneux • fignoler • fignolages • réglages • derniers réglages • mise au point • présentation • préparer • préparation • préparatifs • entretien • entretenir • dresser • dresser la table • décorer • embellir • personnaliser • personnel • personnellement • conseil • conseiller • parler • discuter • tchatcher • sourire • souriant(e) • grand sourire • franc sourire • donner le sourire • sourire communicatif • rire • se connaître • faire connaissance • briser la glace • se rencontrer • échanger • partager • se découvrir • se rapprocher • se retrouver • serrer la main • tendre la main • prendre des nouvelles • être de bonne humeur • se lever du bon pied • service • rendre service • côté service • mettre les petits plats dans les grands • avoir la passion du détail • créer une ambiance • mettre une bonne ambiance • atmosphère • climat • entourer d'attentions • apprécier • savourer • déguster • croquer • grignoter • se restaurer • se détendre • détendu(e) • relax • cool • tranquille • peinard(e) • décontracté(e) • spontané(e) • vivant(e) • prendre son temps • se donner du temps • mettre dans le bain • passer une bonne nuit • bien dormir • se reposer • être chouchouté(e) • bichonner • chouchouter • dorloter • être dorloté • entourer • se sentir bien entouré(e) • accompagner • apprendre • guider • transmettre • encadrer • animer • entraîner • motiver • donner envie • penser à tout • charmer • charmant(e) • être sous le charme • tomber sous le charme • déployer tous ses charmes • envoûter • envoûtant(e) • se sentir comme chez soi • se sentir bien • être comme un coq en pâte • passer un bon moment • passer un grand moment • vivre un grand moment • avoir le coup de cœur • être ébloui(e) • être émerveillé(e) • être séduit(e) • être conquis(e)

NATURE

Nature • naturel • naturellement • destination nature • une bonne nature • une vraie nature • une belle nature • vivre grandeur nature • vivre au naturel • être soi-même • être sincère • vrai • vrai(e) de vrai(e) • véritable • authentique • authenticité • sans artifice • se montrer tel(elle) que l'on est • vivre dans la nature • écouter sa vraie nature • revenir au naturel • vivre au naturel • aimer naturellement • se sentir bien • dans sa vraie nature • faire preuve de naturel • laisser parler le naturel • laisser le naturel reprendre le dessus • naturellement bien • naturellement mieux • naturellement vrai • naturellement bon • d'un naturel accueillant • accueillant par nature • très nature • 100 % naturel • fous de nature • tout naturel • tout naturellement • bien naturellement • au milieu de la nature • au cœur de la nature • en pleine nature • des vins nature • une cuisine naturelle • des saveurs naturelles • faire le plein de nature • découvrir sa vraie nature • retrouver sa vraie nature • renouer avec la nature • s'oxygéner • respirer • respirer à pleins poumons • se mettre au vert • mise au vert • milieu naturel • d'un naturel désarmant • d'un naturel touchant • d'un naturel charmant • étonnant de naturel • désarmant de naturel • vivre au rythme de la nature • être soi • tout naturellement • un bien-être naturel • une nature apaisante • une nature reconstituante • une nature qui fait du bien une nature éblouissante de beauté • une nature préservée • une nature enchanteresse • un enchantement naturel • un charme naturel • une gentillesse naturelle • d'une nature attentive • d'une nature attentionnée • une nature sauvage • une nature indomptée • une nature brute • une nature renversante • une nature éblouissante • développer sa nature • les forces de la nature • un brin de nature • un coin de nature • une pépite naturelle • un caractère nature • exprimer sa vraie nature • une maison qui respire le naturel • une table en pleine nature • vivre tout naturellement • cultiver sa nature • croire en sa nature • rien de plus naturel • sensations naturelles • une rencontre naturelle • la nature fait bien les choses • laisser la nature décider • laisser la nature prendre le dessus • suivre sa nature • avoir un penchant naturel • une nature bien trempée • une énergie naturelle • un sourire nature • un plan nature • plus vrai(e) que nature • préserver • respecter • protéger • durer • la nature c'est l'aventure • aventures grandeur nature • quoi de plus naturel ? La nature en partage • la nature en héritage • there is no planet B.

SENSIBLE

Sensible • sensiblement • sensibilité • sens • 5 sens • sensuel(le) • sensuellement • avoir les sens en éveil • aiguiser ses 5 sens • faire appel à tous ses sens • donner du sens • retrouver du sens • des vacances pleines de sens • sens commun • aucun sens interdit • perte de sens • sentir • ressentir • sentiments • essence • essentiel(le) • essentiellement • aller à l'essentiel • rechercher l'essentiel • revenir à l'essentiel • émotions • émotif • émotive • émotionnel(le) • faire le plein de sens • faire le plein d'émotions • aimer • amoureux • amoureuse • adorer • vibrer • vibration • frissonner • frisson • avoir la chair de poule • contempler • contemplation • contemplatif • contemplative • observer • observation • regarder • aiguiser son regard • toucher • écouter • entendre • ouvrir l'œil • tendre l'oreille • toucher du doigt • caresser • percevoir • perceptible • éprouver • dévorer des yeux • se lécher les doigts • se lécher les babines • mettre le doigt sur • se sentir bien • se sentir soi • se sentir vivant • être en vie • communier • fusionner • partager • offrir • donner • jouer • découvrir • explorer • parcourir • s'apaiser • se calmer • être en paix • prendre son temps • retrouver le temps • donner du temps au temps • faire un break • décrocher • lâcher prise • s'évader • évasion • parenthèse • échappée • s'échapper • paresse • langoureux • langoureuse • tranquille • tranquillement • passer en mode slow • être à son rythme • au bon rythme • nonchalant • nonchalance • faire la sieste • somnoler • s'assoupir • songer • rêvasser • rêver • imaginer • imaginaire • intuitif • intuitive • intuition • instinct • instinctif • instinctive • renaître • renaissance • revivre • repartir • partir du bon pied • recommencer • retrouver • revenir • recharger • revitaliser • redécouvrir • reconstituer • régénéré(e) • généreux • généreuse • générosité • généreusement • vitalité • vital • se lover • s'éveiller • se détendre • s'étendre • se relâcher • se décontracter • s'assouplir • s'enrouler • se déployer • s'ouvrir • s'épanouir • se dorer • s'allonger • se dépasser • se faire du bien • se faire chouchouter • dorloter • dorloté(e) • saveur • savourer • savoureux • savoureuse • déguster • dégustation • goûter • expérimenter • essayer • tenter • oser • s'étonner • pénétrer • franchir • dépasser • profond(e) • profondeur • profondément bien • totalement • être totalement bien • s'éblouir • s'émerveiller • se connecter • se reconnecter • être en connexion • déconnecter • déconnexion • s'accorder • s'offrir • se faire plaisir • doux • douceur • cocon • cocooner • cocoon • bon • bonté • bonheur • bien • bien-être • bienfaits • soyeux • soyeusement • heureux • joyeux • léger • légèrement • légèreté • printanier

Destination
Occitanie
Comité Régional du Tourisme

tourisme-occitanie.com

SITE DE MONTPELLIER (SIÈGE)
64, rue Alcyone
34000 Montpellier

SITE DE TOULOUSE
15, rue Rivals
CS • 78543
31685 Toulouse Cedex 6

#TourismeOccitanie

BANDE À PART Crédits photos: iStock, CRT Occitanie