

LES ACTIONS 2021

01

CAMPAGNE NATIONALE « DESTINATION OCCITANIE SUD DE FRANCE »

Cette campagne générique est une campagne d'image et de notoriété en faveur de la destination Occitanie Sud de France auprès des clientèles nationales et régionales.

DATE :
Avril / mai / juin 2021

LIEU :
France

OBJECTIFS :

- Installer le nouveau positionnement de la destination Occitanie Sud de France autour de l'univers du voyage
- Susciter l'adhésion des résidents

d'Occitanie à ce nouveau positionnement et les inciter à vivre des micros-aventures.

CIBLES :

- Clientèles régionales
- Clientèles nationales CSP+ à la recherche de vacances estivales et de courts-séjours en avant et après-saison.

DISPOSITIFS ENVISAGÉS :

- Programmes courts en TV et Replays
- Réseaux sociaux

PARTENAIRES POTENTIELS : 15

- CDT/ADT
- OT Métropoles



02

COMMUNICATION NATIONALE FILIÈRES & DESTINATIONS INFRA

[OUVERT AU PARTENARIAT]

Ces campagnes ont pour vocation d'assurer la communication des filières prioritaires (thermalisme, œnotourisme...) et des destinations infrarégionales (Aubrac, Cévennes, Camargue, ...) avec un objectif de conversion.

DATE :
Juin / juillet / août / septembre 2021

LIEU :
France

OBJECTIFS :

Illustrer le nouveau positionnement autour du voyage et des loisirs par des offres incitant les voyageurs à la prise de :

- vacances estivales de dernière minute,

- courts-séjours en avant et après-saison.

CIBLES :

- Clientèles régionales
- Clientèles nationales CSP+

DISPOSITIFS :

- Campagnes digitales par univers de destination (littoral, montagne, ville, campagne) et par thématique (GSO, activités de pleine nature ...)
- Réseaux sociaux.

PARTENAIRES POTENTIELS

- CDT/ADT
- OT
- Filières professionnelles



03

COMMUNICATION NATIONALE ET INTERNATIONALE « CONTRATS DE DESTINATION »

[OUVERT AU PARTENARIAT] (SOUS RÉSERVE DE L'ÉVOLUTION DE LA SITUATION SANITAIRE LIÉE À LA COVID-19)

Ces actions consistent à valoriser l'Occitanie au travers des Contrats de Destination sur le marché national et surtout internationaux.

DATE :
Juin / juillet / août / septembre 2021

LIEU :
France et Marchés européens prioritaires (Allemagne, Belgique, Espagne, Grande-Bretagne, Pays-Bas)

OBJECTIFS :
Valoriser les Contrats de Destination autour du canal du Midi, des Pyrénées, des Itinérances & Massif Central, des métropoles, du littoral.

Il s'agit d'inciter les clientèles à revenir en Occitanie à l'occasion des vacances estivales en mettant en avant les 4 univers de destination,

le patrimoine historique et culturel ainsi que les activités de pleine nature au travers des contrats de destination.

CIBLES :
• Clientèles nationales CSP+
• Clientèles européennes disposant de lignes aériennes et ferroviaires directes vers l'Occitanie

PARTENAIRES POTENTIELS :
• Aéroports régionaux (Toulouse, Lourdes, Perpignan, Carcassonne, ...)
• Transporteurs : aériens, SNCF, Thalys ...

DISPOSITIFS :
• Dispositifs digitaux : contenus « destinations » à diffuser dans les e-newsletters de transporteurs..., à associer à une offre « produits »

**04**

COMMUNICATION INTERNATIONALE « COMMISSION AÉROPORT »

[OUVERT AU PARTENARIAT] (SOUS RÉSERVE DE L'ÉVOLUTION DE LA SITUATION SANITAIRE LIÉE À LA COVID-19)

Cette action consiste à assurer la communication de la destination Occitanie Languedoc Camargue sur les marchés européens « import » desservis par l'aéroport de Montpellier. Elle fait l'objet d'un plan détaillé validé par les partenaires de la Commission Aéroport.

DATE :
année 2021

LIEU :
International

OBJECTIFS :
• Inciter progressivement les clientèles étrangères à revenir en Occitanie à l'occasion des vacances estivales et de courts-séjours
• Convaincre le visiteur de réserver son vol en dernière minute via le digital.

CIBLES :
• Clientèles européennes et nationales disposant de lignes aériennes au départ et à l'arrivée de Montpellier.

DISPOSITIFS :
• Dispositifs digitaux
• Relations presse
• Actions de communication génériques (Print, Affichage, Radio, Sponsoring ...)
• Actions de Marketing Direct avec les compagnies aériennes
• Workshop B2B
• Webinaires
• Événementiel.

PARTENAIRES :
• Membres de la Commission Aéroport



05

COMMUNICATION GSO [OUVERT AU PARTENARIAT]

DATE :

janvier à juin et septembre à décembre

LIEU :

Occitanie

OBJECTIFS :

- Favoriser le tourisme infrarégional à la journée ou à l'occasion d'un court-séjour, au travers des 40 Grands Sites d'Occitanie Sud de France

CIBLES :

- Clientèles régionales

DISPOSITIFS :

- Parutions presse régionale hebdomadaire avec relais digital
- Réseaux sociaux

PARTENAIRES POTENTIELS

- OT GSO
- Presse régionale



06

CHAQUE MOIS, UN FABULEUX VOYAGE [OUVERT AU PARTENARIAT]

Cette action propose une communication autour des filières thématiques identitaires incarnant le Fabuleux Voyage et la micro-aventure, celle « du bout de la rue ».

DATE :

janvier à décembre

LIEU :

Occitanie

OBJECTIFS :

- Favoriser le tourisme infrarégional à la journée ou à l'occasion d'un court-séjour, en mettant en avant une filière ou une thématique

identitaire de l'Occitanie, illustrant le « Fabuleux Voyage »

CIBLES :

- Clientèles régionales

DISPOSITIFS :

- Parutions presse régionale hebdomadaire avec relais digital
- Réseaux sociaux
- Événementiel

PARTENAIRES POTENTIELS

- OT
- Filières
- Presse régionale



07

CONSUMER MAGAZINE

[OUVERT AU PARTENARIAT]

La réalisation d'un Consumer Magazine diffusé en kiosque et auprès des propriétaires de résidences secondaires en Occitanie constitue l'un des outils envisagés pour assurer une communication de proximité sur le territoire régional.

DATE :
Printemps / Eté 2021

LIEU :
Occitanie

OBJECTIFS :
· Favoriser le tourisme de proximité, créateur de richesse pour l'économie régionale

· Installer le nouveau positionnement en lien avec l'univers du voyage, de la micro-aventure et des loisirs.

CIBLES :
· Habitants d'Occitanie
· Propriétaires de résidences secondaires
· Professionnels du tourisme

PARTENARIATS POTENTIELS
· ADT / CDT
· OT
· Filières professionnelles

**08**

CARTES ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

[OUVERT AU PARTENARIAT]

Les actions 8 et 9 sont conçues en faveur de la clientèle régionale autour des activités de pleine nature et de l'agri et de l'œnotourisme par le biais de cartes diffusées dans le cadre d'opérations de co-branding avec des enseignes commerciales.

DATE :
Printemps / Eté 2021

LIEU :
Occitanie

OBJECTIFS :
· Favoriser les activités de pleine nature et de loisirs au travers de la diffusion dans les magasins de

sport de cartes thématiques : VTT, cyclo, randonnées pédestres, sports d'eaux vives, bases de loisirs.

CIBLES :
· Habitants d'Occitanie
· Propriétaires de résidences secondaires
· Praticants activités de pleine nature

PARTENARIATS / CO-BRANDING ENVISAGÉS :
· ADT / CDT
· OT
· Filières professionnelles
· Magasins de sport



09

CARTES AGRI ET ŒNOTOURISME [OUVERT AU PARTENARIAT]

DATE :
Été 2021

LIEU :
Occitanie

OBJECTIFS :

- Favoriser la découverte des vins et du vignoble d'Occitanie au travers de la diffusion de 4 cartes, soit une par bassin viticoles présentant les 19 Vignobles & Découvertes
- Développer l'agri et l'œnotourisme par la diffusion de cartes dans des réseaux de distributeurs (cavistes, épiceries...) d'Occitanie.

CIBLES :

- Habitants d'Occitanie
- Propriétaires de résidences secondaires
- Amateurs de vin et adeptes d'œnotourisme

PARTENARIATS / CO-BRANDING
ENVISAGÉS :

- ADT / CDT
- Filières professionnelles
- Réseaux distributeurs



10

PRESSE & INFLUENCE NATIONALE ET INTERNATIONALE [OUVERT AU PARTENARIAT]

Cette action réunit l'ensemble des opérations conduites en France et à l'international auprès de la presse et des influenceurs. La crise que nous traversons actuellement nous conduit à imaginer de nouvelles formes de relations presse en proposant notamment aux journalistes des découvertes de la région de manière virtuelle.

DATE :
2021

LIEU :
France et International

OBJECTIFS :

- Valoriser la destination Occitanie Sud de France sur les marchés desservis principalement par des liaisons aériennes et ferroviaires desservant l'Occitanie.

CIBLES :

- Presse généraliste, spécialisée tourisme et professionnelle
- Influenceurs nationaux et régionaux, micro et nano

PARTENARIATS / CO-BRANDING
ENVISAGÉS :

- ADT / CDT
- OT



OPERATIONS PRESSE & INFLUENCEURS EN 2021

MARCHÉS PRIORITAIRES

Belgique : Collection France

LIEU :
Bruxelles
DATE :
14 janvier 2021

France : Workshop presse ADN Tourisme

LIEU :
Paris
DATE :
18 & 19 janvier 2021

Espagne : Tournée médiatique

LIEU :
Barcelone et Valence
DATE :
27 et 28 janvier 2021

Pays-Bas : Workshop

LIEU :
Amsterdam
DATE :
11 février 2021

Autriche et Europe Centrale : Tournée médiatique

LIEUX :
Budapest, Vienne, Prague
DATE :
du 22 au 25 février 2021

Grande-Bretagne : IMM

LIEU :
Londres
DATE :
15 et 16 mars 2021

Allemagne : IMM

LIEU :
Berlin
DATE :
2021

COMMISSION AÉROPORT

Italie : Tournée médiatique

LIEU :
Milan et Rome
DATE :
20 et 22 janvier 2021

MARCHÉS LOINTAINS

Workshop Canada (sous réserve de reprise des vols directs entre Montréal et Toulouse)

LIEU :
Montréal et Toronto
DATE :
16 et 17 novembre 2021

