

## Communiqué de presse

**Economie touristique :**

### **Le Comité Régional du Tourisme d'Occitanie et la Région annoncent un premier plan de relance de 3 millions d'euros**

Alors que la crise sanitaire liée au Covid-19 impacte lourdement le secteur touristique, le Comité Régional du Tourisme d'Occitanie (CRT) anticipe la reprise avec un plan de relance immédiat, chiffré à 3 millions d'euros. Sa mise en œuvre sera notamment pilotée par Vincent Garel, élu à l'unanimité Président du CRT lors du Conseil d'Administration, réuni ce jeudi 23 avril 2020.

Annoncé comme **le plus important budget de relance engagé par un CRT en France**, travaillé en lien avec la Région et les acteurs économiques, ce plan d'actions s'adresse aux socio-professionnels et au grand public.

**Vincent Garel, élu Président du CRT**, a la responsabilité de donner une nouvelle impulsion au CRT dans un contexte particulièrement difficile pour l'ensemble de la filière tourisme. « *La détresse des professionnels et les nouvelles attentes de nos concitoyens en matière de tourisme nous obligent à des actions rapides pour obtenir, ensemble, des résultats probants. Notre mission consiste à accompagner du mieux possible les entreprises touristiques lourdement impactées par cette crise. Dès aujourd'hui, je vais mettre toute mon énergie dans la mise en œuvre d'un plan d'actions de 3 millions d'euros destiné à relancer l'activité touristique, 2<sup>ème</sup> pourvoyeur d'emplois de l'économie régionale<sup>1</sup>* », a-t-il déclaré.

**Carole Delga, Présidente de la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée**, a tenu à saluer l'élection de Vincent Garel et à lui témoigner toute sa confiance pour relancer le tourisme afin de mettre en œuvre un nouveau modèle de développement touristique : innovant, durable, responsable et solidaire. « *Ces valeurs sont le socle de l'Occitanie pour inventer le tourisme du XXI<sup>ème</sup> siècle avec les habitants, les élus et les acteurs économiques. En cette période où le coronavirus bouscule tout, l'identité, au sens le plus ouvert du terme, devient un atout qui permet à l'Occitanie de revendiquer une forme de personnalité, forte d'une histoire millénaire, de son patrimoine naturel et culturel, de la qualité de ses produits. Tous ces éléments définissent bien notre « Occitalité ». Notre plan de relance touristique permettra de soutenir les professionnels dès le déconfinement. Il*

---

<sup>1</sup>L'économie touristique en Occitanie emploie 96500 personnes pour un chiffre d'affaire annuel de 15,9 milliards d'euros. Elle constitue la 2<sup>ème</sup> filière d'Occitanie avec 10,3% du PIB régional (après l'agro-alimentaire et avant l'aéronautique).

*s'agira notamment de faire redécouvrir la destination Occitanie avec une campagne de promotion sur le thème « Prenez des vacances dans votre zone ». C'est le message que nous adresserons à nos clientèles régionales et celles des régions limitrophes, au plus près des besoins des territoires et des professionnels » a souligné la Présidente de Région.*

Sans attendre le 11 mai, la **Région Occitanie et le CRT ont enclenché un plan d'actions en trois temps : dès la sortie de confinement, pendant la saison estivale et à l'automne**. Il vise à valoriser la destination Occitanie Sud de France avec notamment la mise en place d'un **concours photos sur Instagram** incitant les internautes à dévoiler quelle sera leur première sortie en Occitanie après le confinement, tandis qu'à partir de la 3<sup>ème</sup> semaine d'avril, le **parrainage d'émissions phares de France Télévision<sup>2</sup>** sera réactivé.

Le Conseil d'Administration du CRT a également acté une participation du CRT à une **campagne d'image orchestrée par Atout France** au plan national qui éviterait des prises de paroles dispersées de la part des différentes destinations dès la fin de la crise.

**Dès la sortie du confinement**, le CRT coordonnera **une vaste campagne de communication en soutien des principales filières de l'économie touristique** (thermalisme et hôtellerie de plein-air) sur les régions limitrophes. Il s'agira d'inviter les clientèles situées à moins de trois heures de l'Occitanie, à venir se détendre et à retrouver un peu de sérénité dans des espaces préservés et sûrs d'Occitanie.

De mini-vidéos seront diffusées en **affichage digital** dans les réseaux urbains des **principales villes de l'arc du sud de la France** (Toulouse, Montpellier, Nantes, Rennes, Bordeaux, Clermont-Ferrand, Lyon, Grenoble, Aix, Marseille) et sur les **réseaux sociaux**. Sous le hashtag, **#VoyageEnOccitanie**, il s'agira de positionner l'Occitanie comme une destination plurielle offrant un dépaysement assuré pouvant également séduire une partie des 9 millions de Français qui cette année ne pourront pas partir à l'étranger.

**Pendant la saison estivale**, un **partenariat entre le CRT, les médias régionaux et les 180 offices de tourisme** du territoire permettra chaque jour de faire découvrir une nouvelle destination d'Occitanie au travers d'une activité, d'une visite, d'un hébergement, d'un restaurant... l'objectif consistant à inciter les résidents d'Occitanie à « partir chez eux ».

Un nouveau **Guide du Routard**, initié par le CRT, présentant les « Coups de Cœur en Occitanie » ainsi qu'un **Guide Vert Michelin** autour des 40 Grands Sites Occitanie participent également à cette

<sup>2</sup> Des Racines et des Ailes, Les Carnets de Julie, Faut pas Rêver, Vue du Ciel

reconquête de la clientèle régionale qui a la chance de vivre dans une région d'une richesse infinie aussi vaste qu'un pays.

Le **littoral** sera valorisé à travers **l'accueil d'un influenceur** qui diffusera auprès de sa communauté (600.000 followers) une série de vlogs. La médiatisation de ces contenus, sera, quant à elle, reportée à 2021.

L'univers « **campagne** » sera particulièrement mis en avant par la valorisation des différentes destinations d'Occitanie dans le réseau des magasins régionaux d'une grande enseigne de distribution de sports et de loisirs et grâce à la diffusion de **cartes**<sup>3</sup> dans leurs **magasins d'Occitanie** (avec déclinaisons numériques) présentant **les principaux spots de pratique d'activités de pleine nature**.

Une priorité toute particulière sera accordée aux actions permettant de générer des flux de clientèles afin de soutenir les trésoreries des entreprises touristiques par le biais de réservations immédiates. Dans cette perspective, le CRT propose la mise en place d'une **plateforme de crowdfunding** (permettant de booster les réservations de séjours et de repas) ainsi que d'un **Numéro Vert** permettant de réserver des hébergements ou des offres de séjours packagés exonérés de toute commission. Le CRT réfléchit également à la **mise en œuvre d'un Pass' Loisirs** qui sera couplé à un Pass transports instauré par la Région.

**Dès l'automne, la communication reprendra une envergure nationale.** En complément du billboard « Villes » parrainant les émissions de France Télévision dont les diffusions seront reprogrammées à partir de septembre, le CRT accueillera des **influenceurs autour de City Trips** (valorisés d'octobre à décembre auprès de leur communauté).

Le partenariat avec les magasins de l'enseigne de distribution de sports et loisirs en faveur des activités **outdoor** sera prolongé de septembre à novembre tandis qu'une campagne en faveur des **Montagnes d'Occitanie** (Pyrénées et Massif Central) est envisagée sur les régions limitrophes (y compris sur les régions espagnoles frontalières) pour la période de décembre à janvier.

La reconquête des clientèles étrangères s'effectuera au travers de **campagnes de communication on-line et d'accueils presse** à partir de la fin de l'été, sous réserve de la levée totale des restrictions, mais essentiellement dès 2021. Aucune action sur les marchés lointains n'est envisagée à court terme, compte-tenu de la fermeture de l'espace Schengen jusqu'en septembre 2020.

<sup>3</sup> Réalisées en lien avec les ligues sportives régionales de VTT, randonnées pédestres, canoë et les partenaires départementaux du CRT : ADT ou CDT

« Cette crise va générer de profondes mutations dans le comportement touristique du consommateur. Après cette épreuve, les touristes de demain auront besoin d'être rassurés. Ils vont privilégier la sécurité, la qualité, le local. Notre région offre tous les ingrédients nécessaires à une excursion ou un séjour apaisant et réussi » analyse **Jean Pinard, Directeur Général du CRT** qui précise que « voyager ce n'est pas toujours partir loin de chez soi » et qu'au final « cette période d'incertitude sanitaire incite tout un chacun à un repli sur soi et à une quête des valeurs sûres qui permettront sans doute aux habitants d'Occitanie de redécouvrir leur propre région ».

Le 23 avril 2020

Contacts Presse :

Sophie PELLEGRIN-PONSOLE [spp@crtoccitanie.fr](mailto:spp@crtoccitanie.fr)

Patrick FONTANEL [patrick.fontanel@crtoccitanie.fr](mailto:patrick.fontanel@crtoccitanie.fr)

Région Occitanie :

Frédéric Neuman : [frederic.neuman@laregion.fr](mailto:frederic.neuman@laregion.fr) - 06 19 45 88 18

Mathilde Masson : [mathilde.masson@laregion.fr](mailto:mathilde.masson@laregion.fr) - 06 07 75 52 82