

# DESTINATIONS LANGUEDOC-ROUSSILLON

## Lettre d'information

avril 2007

### ÉDITO

L'activité touristique est indiscutablement un des piliers de l'économie en Languedoc-Roussillon. Aussi, pour affirmer sa notoriété auprès de ses clients et prospects français, le Comité Régional du Tourisme déploie sa communication touristique au travers d'une grande campagne média nationale du 23 avril au 6 mai.

Elle illustre pleinement la mise en œuvre du Schéma Régional de Développement Touristique (SRDT) qui prescrit aux actions de communication un objectif de développement de notoriété de la destination en passant par la création d'une image valorisante, appuyée sur les atouts naturels du Languedoc-Roussillon.

Georges Frêche

Président de la Région Languedoc-Roussillon  
Président du Comité Régional du Tourisme

## LES VACANCES... EN CHANTANT !

### LA STRATÉGIE

Cinq régions émettrices de clientèle touristique ont été retenues pour cette campagne 2007 : Ile-de-France, Rhône-Alpes, Midi-Pyrénées, PACA et Auvergne. Les cibles visées sont d'un spectre très large associant familles avec enfants, seniors, jeunes, CSP+.

Pour s'adresser à ce large éventail de publics, la campagne doit parler un langage universel et, en ces temps de modes éphémères, sur un registre éternel. Originaires du Languedoc-Roussillon, Georges Brassens et Charles Trenet incarnent mieux que personne la région par la qualité de leurs chansons populaires, connues de tous et indémodables. « La mer », « Les copains d'abord », « Y'a d'la joie »... Quelques mots extraits de leurs paroles et la mélodie fleurit inmanquablement aux lèvres de chacun.

Il ne pouvait se trouver meilleur parallèle pour une destination touristique incontournable, source inépuisable de vacances et dont la redécouverte offre un plaisir toujours renouvelé que ces airs ancrés dans la mémoire collective ! Et l'on ne saurait traduire de meilleure manière la diversité qu'offre le Languedoc-Roussillon à tous les amateurs de vacances en toutes saisons.

Les vacances en Languedoc-Roussillon, c'est bien le sud comme ça vous chante.



### CALENDRIER DE CAMPAGNE

		Avril								Mai										
		Lundi 23	24	25	26	27	28	29	Lundi 30	1	2	3	4	5	6	Lundi 7	8	...	31	
Affichage	Panneaux 2m <sup>2</sup>																			
	Panneaux 12m <sup>2</sup>																			
Radio																				
Presse	TGV magazine																			
	Métro																			

# LA RADIO, MÉDIA LEADER DE LA CAMPAGNE

Les célèbres paroles des chansons de Brassens et Trenet autorisent l'utilisation de tous les médias. Mais leurs mélodies constituent un sésame de premier ordre pour une campagne qui peut, dès lors, faire de la radio son média leader. Deux spots radio de 30 secondes ont été conçus à partir des chansons « Les copains d'abord » et « Y a d'la joie ».

Le dispositif mis en place pour la semaine du 23 au 30 avril a été élaboré sur trois zones :

- au niveau national par le recours à une grande station périphérique (Europe 1)
- en Ile-de-France (dont l'offre est particulièrement fournie et autorise des mesures de performance précises)
- en région (Languedoc-Roussillon, Auvergne, Midi-Pyrénées, Provence Alpes Côte d'Azur et Rhône-Alpes).

## Ile-de-France

L'offre radio en Ile-de-France est particulièrement riche et permet de couvrir l'ensemble du territoire.

Le panier de stations sélectionnées est le suivant :

- RMC
- First IdF (Fun Radio & RTL2)
- Chérie FM
- Nostalgie
- RFM
- NRJ
- Rire & Chansons

Soit 8 stations actives en Ile-de-France pour une semaine de campagne à raison de 6 à 8 spots par jour.

**12 642 000 contacts en une semaine, plus de 14 millions avec Europe 1.**

	couverture	répétition moyenne	GRP	Nb de contact
Station	44,8 %	5	222	12 642 000
europe 1	7,3 %	3,6	26	1 471 000
total	49,3 %	5	248	14 113 000

## National

Fréquence nationale très écoutée en région parisienne, Europe1 conforte les performances du plan média francilien tout en apportant une dimension nationale à la campagne. **4 spots par jour pendant une semaine.**

## L'AFFICHAGE SUR LE « SAS » DE LA GARE DE LYON

En complément de la radio, la campagne du printemps 2007 bénéficiera d'un renfort en affichage événementiel sur le périmètre de la Gare de Lyon, « sas » du dépaysement des Franciliens vers les destinations ensoleillées.

Un affichage sur :

- 12 panneaux 4x3m du 25 avril au 1<sup>er</sup> mai inclus
- 13 panneaux 120x176 cm du 30 avril au 6 mai.



## Région

Cinq régions couvertes (Languedoc-Roussillon, Rhône-Alpes, Midi-Pyrénées, PACA, Auvergne).

Moins riche qu'en Ile-de-France, l'offre radio utilisable pour la campagne est constituée des stations nationales musicales offrant des décrochages locaux (tels Europe2, RFM...) couplées à des stations locales.

Afin d'optimiser la couverture, le dispositif a associé le réseau de régies (Lap et NRJ) aux stations locales disponibles.

En Languedoc-Roussillon, la campagne sera audible grâce aux fréquences de France Bleu (France Bleu Gard-Lozère, France Bleu Hérault et France Bleu Roussillon).

**6 spots par jour pendant une semaine.**

<b>Rhône-Alpes</b>	NRJ - RMB - Chérie FM - MTI - TFM - Europe 2 - Hot radio - Radio Scoop - Radio Espace - Fréquence Jazz RFM - Nostalgie - Montagne FM - ODS Radio
<b>Midi-Pyrénées</b>	Totem - RFM - NRJ - Chérie FM - Nostalgie - Europe 2 - Menergy FM - 100 % radio
<b>Auvergne</b>	Europe 2 - Radio Scoop - NRJ - Chérie FM - RFM Nostalgie
<b>PACA</b>	Chérie FM - Europe 2 - NRJ - Nostalgie - Radio Star - Radio Azur - Kiss Méditerranée
<b>Languedoc-Roussillon</b>	France Bleu Hérault - France Bleu Gard Lozère France Bleu Roussillon

## LE RENFORT DE LA PRESSE

Deux supports de presse ont été retenus pour apporter puissance (en Île de France) et sélectivité (CSP+) à la campagne.

- La puissance avec Métro, le quotidien qui illustre le dynamisme de la presse écrite d'information gratuite : 730 000 exemplaires diffusés dont 510 000 en région parisienne. Une diffusion le 26 avril à Paris, Lyon, Toulouse et le 3 mai à Marseille et Nice.

- La sélectivité avec TGV Magazine, le mensuel mis à disposition des passagers du TGV. Une insertion dans le numéro de mai nous permet de toucher environ 400 000 cadres.

**Languedoc-Roussillon**  
Le sud comme ça vous chante

« Les copains d'abord » de Georges Brassens ou « Y a d'la joie » de Charles Trenet, ce sont les mélodies du bonheur qui chantent à vos oreilles et vous transportent en Languedoc-Roussillon. Pour s'éveiller en soi, pour sentir, pour de mieux que la Côte verte, le petit Camargue, les Gorges du Tarn, le Canal du Midi ou les lacs des Pyrénées... ? A moins que vous ne cherchiez à vous sentir dans les ruelles et les coins par-dessus les toits à Carcassonne, vous avez aimé le bon chate, dans les traditions de Montpellier, de Nîmes, de Carcassonne ou du Port du Gard, lors des journées languedociennes, des courses comme quinquas ou des courses éphémères, dans les perspectives de bord de mer ou les paysages de village, en Languedoc-Roussillon, « partout y a d'la joie ».

Ahah, quel joyau de site au fond des ports, en couple, en famille ou entre copains, les vacances en Languedoc-Roussillon. C'est vraiment le sud comme ça vous chante!

[www.lesud.info](http://www.lesud.info)

© 2007 Languedoc-Roussillon. Tous droits réservés. Languedoc-Roussillon, c'est vraiment le sud comme ça vous chante!

Comité Régional du Tourisme  
Languedoc-Roussillon  
954, avenue Jean Mermoz - CS 79507  
F-34960 Montpellier Cedex 2  
contact.crtltr@sunfrance.com