

Une campagne nationale pour la Lozère

Tourisme **Une campagne nationale pour la Lozère**

Inciter les Français à faire de la Lozère leur prochaine destination touristique, tel est l'objectif de la campagne de communication à rayonnement national que lance le Comité départemental du tourisme (CDT) sur les ondes de la radio publique

France Inter. Avec quels arguments ? En jouant sur le facteur de ressourcement que constitue l'environnement naturel du département des sources, en misant sur la proximité en ces temps de crise et en insistant sur la qualité des produits gastronomiques issus de l'agriculture lozérienne. Sur ce dernier point, le conseil général, financeur de cette opération, entend rebondir sur la campagne "Cédez à la tentation", symbolisée par une fourchette, lancée à l'occasion du récent salon de l'agriculture. Au total, ce sont 66 messages, répartis en semaine et pendant le week-end (en évitant les matinales et les fins de

soirée), qui seront diffusés sur les ondes d'*Inter.* Trois spots différents de trois semaines se succéderont à l'antenne entre le 23 mars et le 5 avril, autrement dit dans la période qui précède les vacances de Pâques. Un fil rouge a été imaginé par le service publicité de Radio France : un père se balade avec sa fille à travers les quatre régions naturelles de Lozère. Ces conversations sont censées se dérouler sur le chemin de Saint-Jacques, celui de Stevenson et dans les gorges du Tarn. Coût total de l'opération publicitaire : 157 000 euros. M. La. L'objectif : convaincre les auditeurs de venir découvrir le département.

M. La.