



OFICIPUBLIC

de la lenga occitana

BIEN PLUS QU'UNE LANGUE

www.ofici-occitan.eu

Gropament d'Interès Public entre :



GOUVERNEMENT

Liberté
Égalité
Fraternité



Contact :

Gaël TABARLY – chargé de communication-presse
07 56 27 27 07 / gael.tabarly@ofici-occitan.eu

25/05

2021

10:30

Conférence de presse
Bordeaux

DOSSIER DE PRESSE

Lancement à Bordeaux
de la 1^e campagne de communication grand public
sur la langue occitane

L'OCCITAN, ça se parle
et surtout **ÇA SE VIT !**

jemejettealoc.com



Gropament d'Interès Public entre :



GOUVERNEMENT

Liberté
Égalité
Fraternité



L'OPLO LANCE UNE GRANDE CAMPAGNE DE COMMUNICATION AUTOUR DE L'OCCITAN

L'Office public de la langue occitane (OPLO), dont la Région Nouvelle-Aquitaine est membre fondateur depuis 2015, aux côtés de la Région Occitanie et de l'Etat, lance une vaste campagne de communication sur l'ensemble du territoire.

Une campagne inédite

C'est une campagne de communication inédite que l'OPLO lance ce lundi 24 mai. Pour la première fois, un dispositif de sensibilisation du grand public à l'occitan va être déployé, en simultané sur l'ensemble du territoire interrégional.

« Il s'agit d'une campagne qui vise à interpeler directement les habitants de notre région pour leur faire prendre conscience de « l'occitanité » de leur environnement, explique Charline CLAVEAU, présidente de l'OPLO. « A travers différents visuels, nous allons les encourager à s'intéresser à une langue et une culture qui trouvent des résonances dans leur vie de tous les jours ».

Dans un premier temps, des visuels seront déployés sur des supports physiques et numériques, sur toute la Région : ensemble des gares SNCF (grandes lignes et TER), affichage, street-marketing, espaces publicitaires dans la presse, réseaux sociaux (Instagram/Snapchat/Facebook), publicités géolocalisées via les différentes plateformes, lycées... La mécanique, qui repose sur une interpellation directe, vise à surprendre et à générer du trafic sur un site web spécialement conçu.

« Cette campagne est totalement inédite : par son objet, par son étendue et par son message », détaille Charline CLAVEAU. « Jamais une campagne de sensibilisation autour de l'occitan n'a été déployée en direction du grand public, à l'échelle interrégionale, en simultané sur un territoire aussi vaste et en cassant délibérément les codes ».

Si la transmission de la langue reste l'urgence, son appropriation par les habitants est enjeu capital. Le défi qui doit être relevé est collectif : moderniser l'image de l'oc et consolider l'attachement émotionnel qu'il peut susciter.

Une cible prioritaire : les jeunes

La campagne s'appuie sur des mots français d'origine occitane apposés sur des visuels en créant un décalage connivent. Charline CLAVEAU précise : *« Nous avons délibérément choisi d'opter pour une tonalité adaptée à une cible jeune. Tout d'abord parce que, pour que la langue occitane vive, il faut qu'elle soit transmise aux nouvelles générations. Mais surtout parce que, pour dégager un véritable capital sympathie envers l'occitan, c'est aux jeunes qu'il faut s'adresser. Après plus d'un an de confinement, nous leur adressons un message positif, pour leur dire que l'occitan, bien*

plus qu'une langue, c'est avant tout un style de vie ».

Des déclinaisons territoriales

Dans un second temps, la campagne sera déclinée à l'échelle locale. De nouveaux visuels seront édités en proposant des mots et expressions spécifiques aux différents territoires.

« Nous allons proposer à nos collectivités partenaires de reprendre la campagne pour la déployer dans leurs propres espaces de communication. Plusieurs départements, intercommunalités et communes ont déjà intégré l'occitan comme marqueur identitaire territorial moderne. Pour que les habitants s'approprient leur langue, nous devons renforcer cette articulation entre dimension interrégionale et les identités locales », conclut Charline CLAVEAU.



Charline CLAVEAU
Présidente de l'Office public de la langue occitane (OPLO)

UN PLAN D' ACTIONS OPTIMISÉ QUI COUVRE L'ENSEMBLE DE LA NOUVELLE-AQUITAINE

Complémentarité et logique des dispositifs

Articulation autour d'une mécanique permettant visibilité territoriale et proposition "d'offres" concrètes pour la découverte ou l'apprentissage de la langue occitane

Un message : « L'occitan ça se parle et surtout ça se vit »

Un concept : jouer sur des définitions apposées sur des visuels du quotidien, créer des décalages connivents

Une cible principale : les 16-40 ans



Création d'un mini-site internet

Une adresse dédiée et la mise en avant de bénéfices concrets pour la cible



Campagne d'affichage

Une présence dans toutes les gares de la Région Nouvelle-Aquitaine



Campagne applis digitales

Un dispositif permettant d'être présent sur des applis mobiles sélectionnées, ciblées avec géolocalisation et les réseaux sociaux



Campagne print

Une déclinaison de la campagne adaptée en édition pour les collectivités territoriales volontaires (régions, départements, EPCI, communes...)



Réseaux sociaux

Création et animation de comptes Instagram et Snapchat





POUTOUNER

[*potonar*] verb. : « faire un bisou »

L'OCCITAN, ça se parle
et surtout ÇA SE VIT !

jemejettealoc.com

 **OFICIPUBLIC**
de la lenga occitana


GOVERNEMENT
*Liberté
Égalité
Fraternité*


Nouvelle-
Aquitaine


La Région
Occitanie
PAYSAN - OCCITAN

Gropament d'Interès Public entre :



LA GNAQUE

[*la nhaca*] n.f. : « avoir du mordant »

L'OCCITAN, ça se parle
et surtout ÇA SE VIT !

jemejettealoc.com

Image: G. P. / Contrasto / Getty Images / Photo.com



Groupement d'Intérêt Public entre :



DIFFUSION HORS 47

UNE GOUYATE

[u(n)a goiata] n.f. : « une jeune »

L'OCCITAN, ça se parle
et surtout ÇA SE VIT !

jemejettealoc.com

 **OFICIPUBLIC**
de la lenga occitana

 **GOUVERNEMENT**
*Liberté
Égalité
Fraternité*

Gropament d'Interès Public entre :

 Nouvelle-Aquitaine

 La Région Occitanie
Pyrénées-Midi-Pyrénées

www.jemejettealoc.com

DIFFUSION BEARN & LANDES

HART DE MONDE

expr. : « plein de monde »

L'OCCITAN, ça se parle
et surtout ÇA SE VIT !

jemejettealoc.com



Groupement d'Intérêt Public entre :



DIFFUSION BEARN & LANDES

A HUÈC

expr. « être à fond »

L'OCCITAN, ça se parle
et surtout ÇA SE VIT !

jemejettealoc.com



Groupement d'Intérêt Public entre :

