



Le 1er juillet 2010

Communiqué de presse

**Comité Régional du Tourisme Midi-Pyrénées**

**[www.tourisme-midi-pyrenees.com](http://www.tourisme-midi-pyrenees.com)**

---

**Midi-Pyrénées primée aux Trophées du e-tourisme**

**Le Comité Régional du Tourisme Midi-Pyrénées a reçu hier soir, lors des Trophées du e-tourisme organisés à Paris, le prix de la meilleure publicité française diffusée sur le web cette année.**

**Mercredi 30 juin** se sont déroulés à Paris, au Pershing Hall, **les Trophées du e-tourisme** : trophées organisés par L'Internaute Voyager, grand magazine en ligne (11 millions de visiteurs par mois) édité par Benchmark Group, l'un des acteurs majeurs des nouvelles technologies en France.

**La région Midi-Pyrénées**, par ailleurs nominée dans la catégorie des meilleurs sites Internet tourisme, **a reçu lors de cette soirée « le prix de la pub, périmètre France ».**

En effet, du 29 mars au 6 mai 2010, le Comité Régional du Tourisme Midi-Pyrénées avait diffusé, en partenariat avec Atout France, une publicité valorisant les grands sites touristiques de la région sur les sites Internet de plusieurs grands médias français : **TF1, BFM TV, Le Figaro, Le Monde, Libération et le Nouvel Observateur. Orange et l'Internaute** faisaient également partie du dispositif.

La publicité de Midi-Pyrénées, conçue comme une bande-annonce cinéma de 30 secondes, invitait à cliquer sur la dernière image pour découvrir les 18 films présentant chacun des grands sites de la région : le viaduc de Millau, le Pic du Midi, Toulouse, Lourdes, Conques, Moissac, ...

Fin mai, cette publicité avait déjà été **primée par les internautes dans le classement du Journal du Net**. Elle figurait alors en 3<sup>ème</sup> position après les campagnes H&M et Badoit, et au **1<sup>er</sup> rang des annonceurs tourisme**.

Cette campagne web, dont l'objectif était de renforcer la notoriété de la région au travers de ses grands sites touristiques, s'est soldée par un franc succès.

Le nombre de fois où la publicité a été affichée sur les sites Internet concernés par l'opération s'élève à plus de 9 millions ( **9 489 863 pages vues**).

Par ailleurs, la vidéo elle-même a été vue plus de 3 millions de fois (**3 291 278 vidéos lues**) et ceci **en intégralité**, ce qui constitue un taux de lecture assez élevé pour ce type de campagne sur le web.

Contact presse : Sandrine Souleroy : 05 34 44 18 28 / 06 89 93 66 64