

Parc national des Cévennes

Orientation 07-3: Promouvoir la destination « Parc national »

[...]

- **Mesure 7.3.1: Assurer collectivement la promotion de la destination touristique**

La lisibilité d'une destination touristique passe en premier lieu par la mise en place d'une stratégie cohérente sur l'ensemble de la chaîne de promotion, du salon international à l'accueil par les OTSI du territoire.

Assurée par les différents acteurs du tourisme, la promotion de la destination touristique « Parc national des Cévennes » permet d'affirmer les valeurs communes du territoire, en portant des messages, des images, voire un slogan commun.

L'Établissement public du Parc national intervient en appui de ses partenaires touristiques pour favoriser la coordination de la promotion touristique sur l'ensemble du territoire, et proposer des outils communs d'échange et de promotion.

Les initiatives de promotion du territoire par des publications valorisant le territoire du Parc national (topoguides, cartes, livres, films, timbres...) sont encouragées, notamment dans le cadre de partenariats.

La diffusion de la marque collective « Parc national des Cévennes » auprès des opérateurs touristiques valorise la destination, tout en permettant de mettre en avant les partenaires engagés auprès du Parc national. La marque est déployée rapidement, notamment auprès des signataires de la Charte européenne du tourisme durable, des gîtes Panda, des offices de tourisme partenaires, des sites de l'écomusée, etc. Dans une deuxième étape, l'attribution de la marque est envisagée pour les produits porteurs de l'identité du territoire et des valeurs véhiculées par la marque, dans des conditions d'élargissement qui restent à définir.

Rôle de l'établissement public du Parc national

Animation de la stratégie de promotion et coordination de sa mise en oeuvre

Déploiement de la marque « Parc national des Cévennes »

Principaux autres partenaires à mobiliser

Régions, Départements

PNF

CDT, OTSI, Pays

Editeurs, la Poste

- **Mesure 7.3.2: Déployer sur le territoire une signalétique performante pour l'économie touristique et valorisante pour l'image du territoire**

La promotion d'un territoire passe également par la mise en place d'une signalétique efficace,

Parc national des Cévennes

bien intégrée au paysage, et qui contribue pleinement à la promotion des activités locales, à l'amélioration de l'accueil et notamment de l'accessibilité aux sites et hébergements touristiques.

Une charte signalétique de qualité, définie avec les acteurs professionnels et les collectivités, constitue un cadre commun pour l'ensemble du territoire. Son déploiement permet, à travers une identité graphique commune, d'afficher l'appartenance au Parc national des Cévennes tout en intégrant la diversité des identités qui le composent. Une identification spécifique des hameaux et des activités du coeur du Parc national y est intégrée.

Les départements intègrent la spécificité du territoire du Parc national des Cévennes dans leur schéma de signalétique touristique routière et dans leur schéma d'information locale.

Les communes qui souhaitent maintenir la publicité dans leur agglomération doivent élaborer des plans locaux de publicité. Un appui à la mise en oeuvre des plans locaux de publicité est apporté aux communes ayant intégré les recommandations de la charte signalétique.

Un souci similaire de cohérence et de marquage de l'identité du Parc national des Cévennes anime le développement du balisage directionnel dans les espaces naturels de l'aire d'adhésion. Ce développement est articulé avec la charte graphique des parcs nationaux qui s'impose dans le coeur, l'objectif étant d'assurer la lisibilité des différents itinéraires pour les pratiquants.

Rôle de l'établissement public du Parc national

Animation de l'élaboration de la charte signalétique
Soutien à son déploiement sur le territoire

Contributions des communes adhérentes

Mise en place de plans locaux de publicité cohérents avec la charte de signalétique

Principaux autres partenaires à mobiliser

Départements
CDT

- **Mesure 7.3.3: Développer le partenariat avec les « villes portes »**

Certaines villes à l'orée des vallées du Parc national des Cévennes possèdent un rôle de porte d'entrée sur le territoire du Parc national. Elles sont les points de passage obligés des touristes qui gagnent les hautes terres. Identifiées sur la carte des vocations, elles se situent dans l'aire optimale du Parc national ou à sa proximité immédiate. Leur rôle en matière de promotion touristique est essentiel.

A l'instar des parcs naturels régionaux, un partenariat privilégié avec les villes-portes du Parc national des Cévennes est développé.

Parc national des Cévennes

Une convention de partenariat est établie avec chacune des villes-portes volontaires. Elle précise notamment leur rôle en matière de promotion touristique.

Les villes-portes, situées hors du Parc national des Cévennes, affirment à travers leur conventionnement avec l'établissement public leur attachement aux valeurs portées par la charte. A l'instar des communes adhérentes, elles s'engagent à mettre en oeuvre les sept engagements collectifs concernant l'ensemble des communes adhérentes.

Une communication et une signalétique particulières sont développées afin de mettre en valeur et faire connaître les villes-portes.

Rôle de l'établissement public du Parc national

Conventionnement

Principaux autres partenaires à mobiliser

Départements

CDT, OTSI, Pays

Page 180 de la Charte PNC

Référence ID de l'article : #2740

Auteur : Alicia Lambert

Dernière mise à jour : 2014-06-06 11:08