

Orientation 07-3: Promouvoir la destination « Parc national

»

Orientation 07-3: Promouvoir la destination « Parc national

»

Construction et promotion de la destination vont de pair. Ainsi, la promotion commerciale permet de valoriser une destination « Parc national » innovante et de qualité, en utilisant des messages basés sur la découverte de la nature et du patrimoine culturel, sur la quiétude des lieux, sur l'accessibilité à tous et sur la qualité de l'offre éco-touristique.

La stratégie de promotion vise à faire connaître largement la destination « Parc national ». Elle s'appuie sur des messages, des images, voire un slogan, unifiés à l'échelle du Parc national. Les villes-portes constituent les points d'entrée majeurs sur le territoire : leur rôle en matière de promotion touristique est essentiel.

L'établissement public se place aux côtés de ses partenaires pour favoriser la coordination des actions de promotion et des publications. Les signes de reconnaissance de la qualité des prestations touristiques, tels que la marque « Parc national des Cévennes », dont le déploiement se fera rapidement, sont valorisés et utilisés pour la promotion de la destination.

Une signalétique homogène et de qualité permet aux visiteurs de s'informer et de se repérer ; l'affichage publicitaire est maîtrisé, dans le cadre de plans locaux de publicité.

[...]

• **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.

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

[...]

Rôle de l'établissement public du Parc national

Conventionnement

Principaux autres partenaires à mobiliser

Départements

Orientation 07-3: Promouvoir la destination « Parc national

»

CDT, OTSI, Pays

Référence ID de l'article : #3446

Auteur : Alicia Lambert

Dernière mise à jour : 2014-07-30 15:57