

# 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 7.3.1. 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.

[...]

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.

[...]

### **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

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

»

[...]

Référence ID de l'article : #3516

Auteur : Alicia Lambert

Dernière mise à jour : 2014-07-31 14:56