

La poursuite de l'effort de communication nationale en 2017



En 2017, la Fédération des Parcs poursuit son effort de visibilité de la marque vis-à-vis du public au plan national grâce à des campagnes de relations presse et Facebook réalisées en 2 temps, au printemps et à l'automne.

La stratégie de communication s'appuie sur 2 axes principaux, intégrant les 50 ans des Parcs. Le premier met l'accent sur la promotion de l'offre touristique alors que le second valorisera davantage les producteurs et leurs produits en s'appuyant notamment sur le village des 50 ans des Parcs d'octobre 2017.

A l'image du petit film réalisé sur la destination touristique « Parc » en 2016, nous construirons cette année un montage similaire qui valorise cette fois les produits marqués dans le cadre d'une campagne de publicité sur Facebook. Celle-ci visera à nouveau à augmenter les visites sur l'espace "Consommer Parc" et à renforcer la notoriété de la marque. L'espace consommer-parc.fr bénéficiera par ailleurs d'améliorations afin de faciliter la mise en relation entre les internautes et l'offre Valeurs Parc naturel régional.