

L'UNESCO et les Affaires étrangères valident deux projets

Lu 52 fois



Jacques Descargues - LHERPINIERE FrÃ©dÃ©ric

Le travail pour donner une identité au tourisme corrézien vient de connaître une belle avancée avec la validation, par le ministère des Affaires étrangères, de la marque de destination « Dordogne ».

Il s'agit de rallier sous cette bannière une communication touristique commune et performante, sur tout le tracé de la Dordogne, offrant ainsi une porte d'entrée claire aux touristes, permettant ensuite de lui proposer l'offre du reste du territoire corrézien.

« Le ministère a validé la démarche et retenu la marque dans le cadre de l'appel à projets autour de destinations exceptionnelles », précise Jacques Descargues, le président du Comité départemental du tourisme. Mais les partenaires doivent se remettre au travail : le ministère estime que le projet s'appuie sur un périmètre trop étroit, et ne fait pas assez appel aux partenaires privés. « Le dossier va être remonté, et la décision définitive est attendue pour 2015 ». Ensuite, la marque Dordogne sera un des axes privilégiés par le ministère pour « vendre » la France à l'étranger.

Dans le même temps, la réserve de biosphère du bassin de la Dordogne, désignée par l'UNESCO, a été retenue comme site pilote en Europe pour une stratégie de communication particulière. « L'UNESCO veut créer une marque pour assurer la communication des 40 réserves de biosphère dans le monde, reprend le Conseiller général. Nous allons participer à l'expérimentation. Ce qui les a intéressés en Corrèze, c'est l'illustration d'une activité humaine compatible avec la préservation de l'environnement ».

Biosphère et marque Dordogne « avancent ensemble, sur la thématique environnementale, qui fera l'avantage concurrentiel par rapport aux autres régions ». Autant de promesses pour attirer les touristes. Avec quelques contraintes tout de même, comme celle, pour les opérateurs touristiques, de respecter un cahier des charges.