



Dent de Vaulion © Parc Jura Vaudois



EUROPARC
F E D E R A T I O N

TUTORIALS “We are the Park”

Parc Jura Vaudois, Switzerland
19th October 2016

We are the Park – Nous sommes le Parc



EUROPARC
F E D E R A T I O N

Culture, tradition et identité...le point départ !

Culture, tradition et identité créent le paysage qui est la colonne vertébrale des Parcs et des espaces protégés. Comment peut-on valoriser ces paysages vivants et les utiliser pour la promotion du territoire sans perdre notre identité et culture ? Comment mettre en place une stratégie de marketing territorial sans perdre nos valeurs ? Dans quelles limites on peut utiliser l'identité culturelle ? Et pour quoi faire ?

Venez échanger et débattre avec nous pour voir ensemble, comment ce sujet est traité dans les espaces protégés en Europe.

Culture, tradition and identity create the landscape which is the backbone of a park and protected area. How do we celebrate living landscapes, promote and market them without losing our cultural integrity? How do we realise the cultural identity of a region or park? How do we market it without losing integrity? Join the discussion to find out how others in Europe address this issue.

Nous sommes le Parc, mais qui sommes nous ?



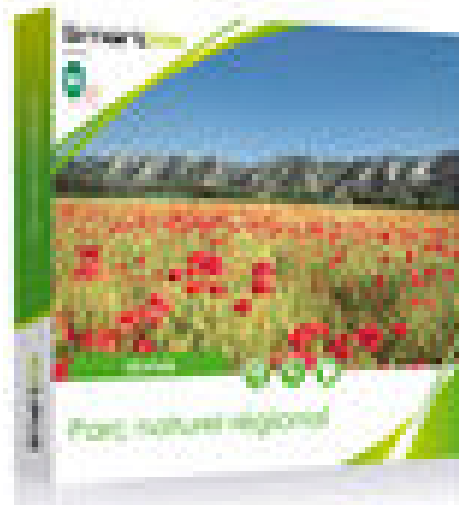
EUROPARC
F E D E R A T I O N

Des réflexions de la section française...

- 2 études de cas présentées par *Mélissa DESBOIS, Espaces naturels régionaux, et Agnès LAVERGNE, Parc naturel régional Scarpe-Escaut*
- Dominique LEVEQUE, Président du Parc naturel régional de la Montagne de Reims et membre du Conseil d'Administration d'Europarc depuis septembre 2009
- Olaf HOLM, Directeur du Parc naturel régional de la Montagne de Reims et membre du Conseil d'Administration d'Europarc depuis septembre 2014
- Français - English

...à enrichir avec vous !

“Leben wie Gott in Frankreich”



RENDEZ-VOUS

DES PARCS NATURELS RÉGIONAUX

PROGRAMME AUTOMNE HIVER 2016 - 2017



Camargue ✨ Alpilles



Région
Occitanie
des Pyrénées
Méditerranéennes



PNR Camargue



PNR Alpilles



PNR du Luberon

FlorameTM

our promouvoir l'imaginaire...

ATLAND

all discover that every castle, loch and glen has a legend
d history and nature and leave with your own great story to
tell.

..... Qui est différent en fonction du public !

TOURISME EN CAMARGUE & ALPILLES

ACCUEIL CAMARGUE EN 4x4 ALPILLES EN 4x4 GROUPES & TOURISME D'AFFAIRES L'EQUIPE CONTACT & RESERVATION REFERENCES



CHEVAUX CAMARGUE
Les troupeaux de juments et poulains de race Camargue vivent à l'année dans de vastes espaces et sont exposés au climat de la Camargue.



Organisation de safaris en 4x4 en Camargue et dans les Alpilles &

Ou qui s'appuie sur les stereotypes qui cachent la forêt !



Et parfois pour que les habitants s'approprient leurs patrimoines....



Les Salines
de Guérande



Parc naturel régional de l'Avesnois & Parc naturel régional de Scarpe-Escaut

« Cueillons la nature », une opération Mécénature

- Une opération pédagogique expérimentée dans le Parc de l'Avesnois
- *Présentée par Mélissa DESBOIS, chargée de mission « Europe, Partenariats financiers, Sports de nature », Espaces naturels régionaux*

« Mine d'Art en sentier », un projet dans le bassin minier

- Une opération pour que les habitants se réapproprient leur patrimoine
- (Re)créer une identité et un lien avec son territoire
- *Présentée par Agnès LAVERGNE, Responsable du Pôle Mobilisation Ecocitoyenne, Parc naturel régional Scarpe-Escaut*

Identité, culture et marketing, des questions se (im)posent.....

We are the Parc ? Nous sommes le Parc ?

- Comment peut-on valoriser ces paysages vivants et les utiliser pour la promotion du territoire ?
- Comment mettre en place une stratégie de marketing territorial sans perdre nos valeurs ?
- Dans quelles limites on peut utiliser l'identité culturelle ? Et pour quoi faire ?
- Comment un patrimoine non valorisé peut devenir un atout pour être fier de son identité ?
- **Est ce qu'on peut créer une identité sans histoires humaines ?**
- Quelles recettes et expériences ?
- Quel rôle peuvent jouer les Parcs ?



Dent de Vaulion © Parc Jura Vaudois



EUROPARC
F E D E R A T I O N

**TUTORIALS “We are the Park”
CONCLUSIONS**

**Parc Jura Vaudois, Switzerland
19th October 2016**

Tutorial 6

We are the Parc ? Nous sommes le Parc ?

Identity, culture and marketing, a complex subject that need some work !

- How the Parc can become a value for the population
 - We need a link with the Park, his history and heritage : With inhabitants, local actors as ambassadors
- How to promote Park values including criterias reflecting values of the Parks
 - We need tools like brand « park » to promote park values
 - Necessary to define criterias reflecting our values on the local level
- How build and to define the identity ?
 - You have to know your past to understand today and to build future by working with local partners and inhabitants
 - know and learn « history » or forget history that means to create roots = transmission of memory
 - Limits : Be careful of nationalism
 - Work about identity, a process for people to learn about and understand their heritage, to become proud about their landscape, history, link with their environnement
 - Different definitions should be based on cultural aspects, always linked with human history(ies)
- What limits of tourism marketing
 - Respect of sustainable development
 - Beware of local perceptions



Parc Jura Vaudois © Serge Goy



EUROPARC
F E D E R A T I O N

Merci pour votre attention