

Promotion et communication sur les Voies Vertes Européennes



© Fundacion de los Ferrocarriles Españoles

GreenWays4tour



This project is co-financed by the European Union
under the preparatory action "Sustainable Tourism".

The sole responsibility of this publication lies with the author.
The European Commission is not responsible for any use
that may be made of the information contained therein.



Promotion et communication sur les Voies Vertes Européennes

Grâce à leur **facilité d'accès, sécurité, commodité et leur attrait**, les voies vertes sont une destination touristique privilégiée s'adressant à de multiples d'usagers potentiels. Il est certain que les voies vertes européennes se consolident peu à peu comme des produits touristiques durables dans différents pays, mais il reste encore beaucoup de choses à faire pour que tous les citoyens européens et les touristes qui nous visitent puissent les découvrir et en profiter pleinement.



Tout compte pour la promotion : Internet, réseaux sociaux, applications App...



The World Class 42km Great Western Greenway, in the West of Ireland [View map...](#)



Il est essentiel de mettre en œuvre une stratégie de communication autour des voies vertes au niveau local, régional, national et européen. Pour une bonne promotion et communication sur les voies vertes, il est important de s'appuyer sur les nouveaux canaux de diffusion tels que les **réseaux sociaux**, les applications pour **mobiles** ou les **vidéos** sur Internet, exigeant de plus en plus d'activité communicative.

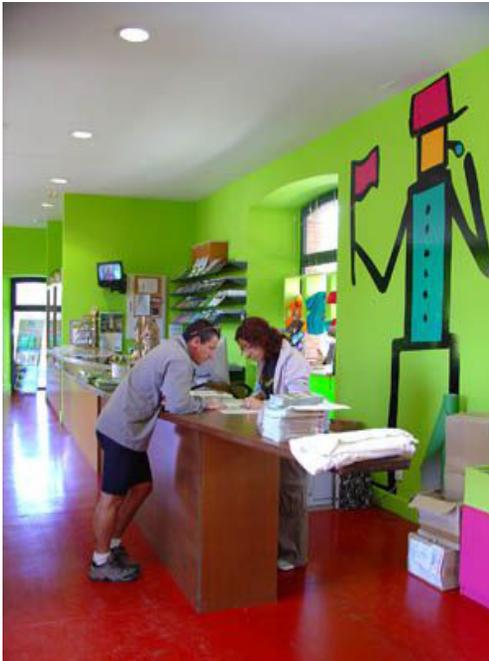
Si nous tenons compte que **70% des touristes commencent à rechercher une destination touristique via Internet y les dispositifs mobiles**, sans avoir une idée concrète de leur destination, il est important de développer des canaux de communications sur le net pour capter cet énorme potentiel touristique.

Il est donc indispensable de compter sur un site **Internet** (au niveau local, régional, national et européen) complet fournissant toute l'information nécessaire aux utilisateurs, objectif que l'Association Européenne des Voies Vertes (www.aevv-egwa.org) s'emploie à atteindre en incluant désormais un Observatoire Européen des Voies Vertes contenant de nombreuses informations.

Il faut aussi diffuser l'information sur des **supports imprimés** s'adressant à l'utilisateur final mais ce, de manière très sélective et spécifique étant donné l'impact de ces éditions sur l'environnement. Il s'avère également intéressant de prévoir un **bulletin d'information** ou un magazine périodique sur les activités et les projets en cours de réalisation sur les voies vertes.



Ainsi donc, pour qu'une voie verte se positionne comme une destination touristique, il faut offrir aux usagers, tant habitués que potentiels, des informations et des contenus d'intérêt, par le biais de différents supports, tant **online** qu'**offline** les poussant non seulement à visiter une voie verte mais aussi à répéter l'expérience et à la partager avec leurs proches. Les organes de gestion et les promoteurs de la voie verte doivent donc « maintenir le contact », afin de fidéliser le touriste sur cette destination, de lui donner l'occasion de participer à des activités, des promotions, des remises sur certains services.



La communication est l'une des clés du succès d'une voie verte

Au sein de l'organisme gestionnaire et promoteur, il est indispensable de compter sur des **professionnels** qui réalisent des tâches spécifiques de communication et de promotion de la voie verte concernée. Ils doivent tenir compte que l'information à diffuser doit arriver au destinataire final, aux usagers (soit aux résidents, aux visiteurs ou aux touristes) par des actions directes, mais aussi par le biais d'**intermédiaires de l'information** : offices du tourisme, entités locales, régionales et nationales responsables du tourisme dans chaque territoire. Il arrive très souvent que les efforts réalisés pour la construction d'une voie verte ou d'un équipement touristique ne soient pas accompagnés d'une promotion efficace et que le destinataire final ne parvienne donc pas à connaître l'existence de ces ressources.

CONSORCI vies

LES RUTES EL TERRITORI MOBILITAT SERVEIS TURÍSTICS

RIPOLL > SANT JOAN DE LES ABADESSES-OGASSA (RUTA DEL FERRO)

Descripció

- Fitxa tècnica
- Zones d'interé
- Informació útil
- Com arribar-hi
- Vol virtual
- Galeria d'imatges
- Estat de les rutes

la vendée à vélo

Parc Natural de la Zona Volcànica de la Garrotxa

Parc Natural de la Zona Volcànica de la Garrotxa

Parc Natural de la Zona Volcànica de la Garrotxa

Par ailleurs, les professionnels du secteur touristique doivent tout d'abord connaître à fond les voies vertes et entreprendre ensuite des efforts particuliers en matière de nouveaux canaux de communication. Les entreprises locales d'hébergement, les restaurants, les boutiques de produits régionaux, les services de location de vélos et autres, doivent aussi apporter leur concours aux entités de gestion dans la promotion de la destination et offrir des services de qualité aux visiteurs pour ainsi favoriser la création d'une **image de qualité** autour d'une voie verte.

Vivre, expérimenter, profiter des voies vertes



Compte tenu que la demande se tourne d'avantage vers le «**tourisme expérientiel**» que vers la consommation d'une ressource ou d'un produit touristique, la promotion de la voie verte doit être axée non seulement sur la création et la vente de paquets touristiques traditionnels mais elle doit aussi mettre en avant de vivre de nouvelles expériences.

La singularité et les multiples avantages qui marquent la différence des voies vertes constituent des éléments clés pour attirer les visiteurs. Grâce à leur haut niveau d'**accessibilité** qui permet aux personnes en situation de handicap de les emprunter, elles ouvrent tout un monde de possibilités pour promouvoir une offre touristique adaptée à ces millions de personnes, y compris les enfants et les personnes du troisième âge.

En outre, la parfaite intégration paysagère des voies vertes dans l'environnement utilisant les infrastructures existantes, l'interdiction de circulation des véhicules à moteur et le pouvoir de dynamisation économique locale des voies vertes les convertissent en ressources durables. La **durabilité** est sans aucun doute l'une des caractéristiques qui différencient les activités de randonnées et de cyclotourisme sur les voies vertes et constitue une marque d'identité qui doit être utilisée lors des campagnes de communication.



Une voie verte est une voie de communication autonome réservée aux déplacements non motorisés, développée dans un souci d'aménagement intégré valorisant l'environnement et la qualité de vie, et réunissant des conditions suffisantes de largeur, de déclivité et de revêtement pour garantir une utilisation conviviale et sécurisée à tous les usagers de toute capacité. A cet égard, l'utilisation des chemins de halage et des voies ferrées désaffectées constitue un support privilégié de développement des voies vertes (Déclaration de Lille, 12 septembre 2000).

Les voies vertes européennes, une ouverture pour l'avenir du secteur touristique



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO



BASQUETOUR

TURISMOAREN EUSKAL AGENTZIA
AGENCIA VASCA DE TURISMO



www.greenways4tour.org
www.voiesverteseurope.org

European Greenways Association
www.aevv-egwa.org