Marque Valeurs Parc : stratégie 3 à 5 ans

« Qu'est-ce qui fait que le Médoc a une valeur ? »

VALEURS PARC NATUREL RÉGIONAL

Objectif de la stratégie : construire une image forte de la Marque

MÉTHODE

- Inscrire le niveau d'exigence sur les référentiels (en référence au Pnr)
- Favoriser l'appropriation de la marque par les Médocains
- Travailler sur une stratégie en deux temps pour la validation des référentiels
- Cibler des produits et prestations spécifiques et emblématiques du Médoc
- Identifier les produits sur lesquels peu de marques ou certifications existantes
- S'appuyer sur les partenaires pour ne pas sursolliciter les prestataires lors des audits

OBJECTIFS

- **Révéler ce qu'est un Pnr et développer le sentiment d'appartenance**
- **Valoriser et faire la promotion du Médoc**
  Une image positive du Médoc / Vivre une expérience Médoc
- **Appuyer les démarches locales Fixer et soutenir les activités économiques**
- **Apporter un appui au développement de la stratégie touristique**

BÉNÉFICIAIRES AMBASSADEURS

- Ambassadeurs du Pnr
- Attachement et connaissance du Médoc
- Engagement
- Prêts à partager leur histoire et leurs pratiques

VALEURS

- Accompagner des personnes engagées
- Structurer un collectif pour favoriser une logique de solidarité
- Fédérer les habitants et le territoire

CALENDRIER

Choix prioritaires	**Activités** Sports de glisse	**Visites** Patrimoine naturel	**Produits** Huîtres	**Vin** Production / Accueil

Elevage	**Miel**	**Bière**

PLUS-VALUES

Pour les labellisés :
- Accompagnement dans l'amélioration des pratiques
- Communication locale et nationale
- Création d'un kit de présentation
- Réflexion autour des canaux de vente

Pour les consommateurs :
- Origine des produits
- Gage de qualité
- Echanges et proximité avec les producteurs

©Gregor Cresnar / Alvianwijaya - The Noun Project