

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

DU

27 octobre 2008

OBJET

La Fédération Française de la Randonnée Pédestre valorise ses itinéraires GR® dans une campagne presse

En octobre 2008, la Fédération Française de la Randonnée Pédestre lance une campagne presse, une invitation à découvrir les itinéraires de grande randonnée GR® symbolisés par les célèbres marques de balisage blanc et rouge, créées par la FFRandonnée il y a plus de soixante ans.

L'objectif est de montrer aux 30 millions de Français pratiquant la marche randonnée en tant que loisir sportif*, le travail réalisé en coulisses par les 6000 aménageurs-baliseurs bénévoles de la Fédération qui œuvrent chaque année pour la création, réhabilitation, la protection, l'entretien... de ce « **stade** ».

Les GR®, c'est la fédération Un peu d'histoire...

Nés en 1946 dans la France d'après-guerre, alors qu'il n'existait pas jusqu'alors d'itinéraires balisés en France, les « grandes routes du marcheur » marquées de blanc et de rouge et créées par une poignée de passionnés marche à pied, allaient permettre aux adeptes de la randonnée d'emprunter des chemins leur garantissant de ne pas se perdre.

Le réseau de ces itinéraires de Grande Randonnée n'a depuis cessé de croître, tel le tissage d'une toile offrant aujourd'hui aux promeneurs près de 80 000 kilomètres sur les 180 000 kilomètres de sentiers de randonnée pédestre balisés par la FFRandonnée en France : **le plus grand « stade » de France, accessible à tous, tout au long de l'année.**

Parmi les plus connus, les mythiques GR®20 en Corse, Le Tour du Mont-Blanc (TMB), le GR®65 vers Saint-Jacques de Compostelle, le GR®10 traversant les Pyrénées, le GR®34 breton, ... mais également, le GR®3 le long de la Loire, GR®2 longeant la Seine, ...

Dans les coulisses de la création des GR®

Emprunter un GR®, c'est pratiquer sa passion dans l'assurance d'être sur des sentiers autorisés, conçus et entretenus pour l'accueil du public dans un **profond respect de l'environnement.**

./..

* Sondage « les Français et la randonnée » réalisé en mai 2008 par l'institut IFOP pour la Fédération Française de la Randonnée Pédestre et Dimanche Ouest France sur un échantillon de 1000 personnes âgées de 18 ans et+.



Les GR® offrent aux promeneurs des prestations similaires de qualité sur l'ensemble du réseau national. Pour pouvoir être homologué "GR®" par la FFRandonnée, un sentier doit comporter moins de 30% de routes goudronnées, son tracé doit passer de préférence le domaine public afin d'assurer sa pérennisation et proposer des lieux d'hébergements suffisants.

La campagne presse

Une première déclinaison d'annonces presse va être publiée dans une dizaine de titres de la presse de territoires, de tourisme et de nature entre octobre 2008 et janvier 2009.

Deux visuels créés par **l'Agence Verte** représentent des paysages de montagne et de bord de mer correspondant aux territoires de pratique privilégiés des randonneurs. Ils mettent en avant le balisage blanc et rouge des GR®. Le slogan « Faites-vous plaisir » est une invitation à découvrir, en toute liberté, les paysages mythiques et préservés traversés par ces itinéraires.

Cette campagne bénéficie du soutien de GDF-Suez qui œuvre depuis 1992 aux côtés de la FFRandonnée au service de l'environnement et du développement des territoires.



Responsable communication : Thierry Lesellier – 01 44 89 22 17 – tlesellier@ffrandonnee.fr
Contact presse : Anne Deny – 01 44 89 93 87 – adeny@ffrandonnee.fr