Francia, al via il restyling della segnaletica turistica sulle autostrade

Obiettivo: raccontare il territorio e tutte le sue specialità attraverso i segnali stradali. Per farlo, la **Francia** ha messo mano a un restyling della segnaletica culturale e turistica presente nella rete autostradale, oltre 2300 chilometri d'asfalto che coprono tutto il Paese.
Cartelli - ricorda l'Agenzia France Presse - nati nei primi anni Settanta, che però ora hanno bisogno di nuovo appeal per attirare gli automobilisti che vi passano accanto.
"Abbiamo notato una segnaletica arretrata che non corrispondeva più alle aspettative", spiega **Philippe Nourry**, direttore generale dell'Autoroutes Paris-Rhin-Rhône. Per qquesto motivo, la società di gestione delle autostrade francesi si è impegnata a rinnovare l'intera segnaletica turistica, avviando una consultazione con le comunità locali.
L'idea, che verrà applicata a circa 600 cartelli da rifare (per ognuno il costi di rifacimento si aggira intorno ai 40mila euro, per formati a quattro colori da sei metri di altezza per tre di larghezza), è quella di affidarsi a messaggi tematici, valorizzando parole come **gastronomia**, **idroterapia**, **sport** e **natura**. Le nuove insegne, riporta l'Afp, mettono i vitigni sotto i riflettori in Côte-d'Or; nel Doubs, la città di **Besançon**, celebre per gli orologiai, è promossa come "capitale del tempo"; in Alta Savoia, non si evoca più la "città vecchia di Annecy" ma il suo festival del "film d'animazione". La promo-commercializzazione del territorio ha anche lasciato spazio al "formaggio Dop" di Langres (Alta Marna) o al liquore "Chartreuse" di Voiron (Isère).