



Parc national  
de la Vanoise

Protocole *Bien vivre ensemble en Vanoise*

Groupe de travail Communication

STRATÉGIE ET PLAN  
DE COMMUNICATION  
2019\_2020





L'audit-médiation réalisé en 2016 identifie la communication parmi les 17 chantiers prioritaires du protocole *Bien vivre ensemble en Vanoise*, à même de poser les bases d'une relation refondée entre les habitants, les collectivités locales et le Parc national de la Vanoise.

Le *Groupe de travail Communication* mis en place a ainsi défini une nouvelle stratégie de communication pour le Parc, à destination des acteurs locaux et des habitants validée par le Conseil d'administration de novembre 2018.

Ce document résume les principaux éléments de la stratégie : objectifs, messages-clés, principes d'action et plan de communication 2019-2020.

4 réunions du groupe  
de travail de co-construction

## LE DÉROULÉ

### Diagnostic

- Analyse de la communication actuelle du Parc et benchmark
- Enquête téléphonique (500 habitants)
- 20 entretiens qualitatifs (élus locaux, socio-professionnels)

### Définition d'une stratégie

### Définition du plan de communication

## Les objectifs stratégiques

### IMAGE

- Créer du sens autour du Parc, son projet et ses valeurs
- Refonder la confiance et renouveler un capital sympathie
- Développer le sentiment de fierté d'appartenance à ce territoire d'exception

### MOBILISATION

- Valoriser et fédérer les acteurs locaux déjà impliqués aux côtés du Parc
- En entraîner de nouveaux



### INFORMATION

- Faire la pédagogie de l'action des agents
- Rendre compte de l'avancée des projets
- Contrecarrer les idées reçues
  - Mettre en scène les bénéfices et apports du Parc pour le territoire

### PARTAGE

- «Raconter la Vanoise» en vulgarisant la culture scientifique des agents
- Être à l'écoute et valoriser les expériences/connaissances de la Vanoise

## Les messages-clés

### Un Parc pour tous !

Un bien commun et précieux qui appartient à tous, mais aussi fragile, qu'il faut protéger ensemble

### Un Parc avec vous !

Des agents accessibles, une expertise au service de la nature mais aussi des hommes



### Un Parc qui agit !

Des agents qui protègent la Vanoise au quotidien ;

Un Parc investi sur le territoire, qui développe des projets avec les locaux

### Un Parc ouvert, à l'écoute !

Prêt à expérimenter, qui s'enrichit de ce que font d'autres acteurs

### NOTRE RAISON D'ÊTRE :

« *Partageons l'exception* »

#### POSITIONNEMENT & TONALITÉ

>> Raconter la Vanoise : sa nature, son histoire, les gens qui la vivent

>> Mettre en récit : parler collectif, interpeller et impliquer

>> Oser un ton plus léger, connivent & chaleureux, moins «techno»

HUMILITÉ / ENTHOUSIASME / DÉTERMINATION / CONVIVIALITÉ

## Les recommandations



### UNE COMMUNICATION + ANCRÉE SUR LE TERRITOIRE

- Grâce à une communication plus régulière et rythmée
- En « allant vers », en créant la rencontre
- En s'appuyant sur les réseaux locaux



### UNE COMMUNICATION + CIBLÉE

- Avec des outils spécifiques selon les cibles
- En sélectionnant les contenus pertinents pour le public visé



### UNE COMMUNICATION + INCARNÉE

- En diversifiant les porte-paroles
- En donnant la parole aux bénéficiaires de projets
- En diversifiant la banque image (+ de patrimoine vivant / humain)

# Les grands principes d'action

## DÉVELOPPER LE RAYONNEMENT DES ACTIONS DE COMMUNICATION

- Transmission de matière prête à l'emploi pour faciliter le relai d'informations par les communes et partenaires
- Diversification et extension des canaux de diffusion (commerces, communes, associations, offices du tourisme, stations...)
- Implication des acteurs et élus locaux (relais de contenus)
- Relais et valorisation systématique par les médias du Parc

## FAIRE LE LIEN AVEC LES AUTRES BESOINS DE COMMUNICATION DU PARC

- Touristique (dans la sémantique notamment : La Vanoise, un massif entre la Maurienne et la Tarentaise)
- Portes de Parc
- Réserves naturelles
- Stratégie d'animation : rencontres, évènementiels



## OPTIMISER LES ÉVOLUTIONS EN COURS

- Zoom annuel « Actions marquantes »
- Fiches rando nouvelle génération
- Diaporamas de présentation
- Illustrations par un graphiste professionnel
- Nouveaux visuels de communiqués de presse

## S'APPUYER PLUS FORTEMENT SUR LES RESSOURCES INTERNES

- Photothèque
- Régie vidéo

# Les actions prioritaires identifiées



# Nos engagements

Échéance

Indicateurs suivis



## TOUTES CIBLES CONFONDUES

<p><b>De nouveaux outils de présentation du Parc</b> traduisant le positionnement (graphisme, tonalité) : rolls-up / diaporama / bannière flash info / affiches</p>	2019	Réalisation des outils
<p><b>De nouveaux reportage photos</b> sur les activités et le patrimoine vivant (prestation externe) avec une mise à disposition facilitée de la banque images du Parc pour les offices de tourisme</p>	2019 2020	Nombre de photos produites Nombre de photos utilisées par les OT

## CIBLE CONSEIL D'ADMINISTRATION

<p><b>Un réseau de « relais Parc »</b> Un interlocuteur identifié dans chaque commune pour faciliter la diffusion des informations/outils, voire initier des actions de communication. Une rencontre annuelle d'animation du réseau</p>	2019 2020	Nombre de communes ayant désigné un relai Nombre de participants à la rencontre annuelle
<p><b>Des « flash-Infos Vanoise » réguliers</b> sur la vie et les actualités de l'établissement : compte-rendus, recrutement, nouvel outil de communication,... (habillé d'un visuel bannière spécifique)</p>	2019 2020	Nombres de flash-Infos diffusés

## CIBLE ÉLUS ET SOCIOPROFESSIONNELS

<p><b>Une nouvelle newsletter « Ensemble la Vanoise avance »</b> diffusée à tous les élus locaux, membres du CA/CS/futur CESC et partenaires Fréquence : 4 numéros par an</p>	2019	Nombre de newsletters publiées Nbre de destinataires Taux d'ouverture
<p><b>Une évolution de la newsletter « Esprit Parc national »</b> diffusée aux acteurs Esprit parc, aux prospects et partenaires touristiques (dont offices de tourisme) - Fréquence : 3 à 4 numéros par an Au-delà de l'animation de la marque, ajout d'informations sur la mise en œuvre de la stratégie touristique et les animations du Parc</p>	2019 2020	Nombre de newsletters publiées Nbre de destinataires Taux d'ouverture
<p><b>Un bilan annuel « Zoom actions marquantes »</b> optimisé graphiquement, intégrant un volet informatif sur les missions et le fonctionnement du Parc et une synthèse chiffrée des actions réalisées sur l'année. Diffusion élargie aux mairies, postes, commerces et autres lieux publics identifiés</p>	2019 2020	Nombre de bilans communaux réalisés Nombre de téléchargements sur le site internet du Parc
<p><b>Un bilan annuel par commune (versions print et diaporama illustré)</b> pour chaque commune ayant du cœur et chaque commune adhérente (intégrant une diffusion soignée aux habitants des 2 communes adhérentes) Mise à disposition d'une version diaporama pour diffusion en conseil municipal par un responsable de secteur ou un membre du CA</p>	2019 (print) 2020 (diaporama)	Nombre de communes destinataires Nombre d'interventions en conseil municipal
<p><b>Fourniture de matière de communication prête à l'emploi</b> pour faciliter le relai sur les supports des communes et socioprofessionnels (journal municipal, site internet, brochures, affiches, panneaux d'affichage...)</p>	2019-20	Nombre de kits info transmis



<p><b>Une nouvelle formule du « Magazine Vanoise »</b></p> <p>Une nouvelle ligne éditoriale qui «raconte la Vanoise» et un graphisme modernisé. 8 pages. 3 numéros/an.</p> <p>Diffusion élargie toutes boîtes aux lettres sur 25 communes et/ou association avec un journal local (Savoie Mag, Dauphiné Libéré ou autre)</p>	<p>2019 2020</p>	<p>Nombre de numéros/an Nbre d'exemplaires diffusés</p>
<p><b>Des «fiches espèces»</b> (versions print et numérique)</p> <p>Édition de 5 fiches espèces animales et végétales par an</p> <p>Mise à disposition de tous les offices de tourisme et stations du territoire</p>	<p>2019 2020</p>	<p>Nombre de fiches distribuées (événement, animation) Nombre de partenaires ayant édité les fiches Nombre téléchargements sur le site du Parc</p>
<p><b>Des cartes postales</b></p> <p>Création d'une série de cartes postales faune, flore, patrimoine... à partir de la photothèque du Parc</p> <p>Mise en vente dans les points-info Vanoise et dans les offices de tourisme</p> <p>Intégration dans le kit pédagogique «jeunes» (voir page suivante)</p>	<p>2019</p>	<p>Nombre de séries de cartes postales vendues Nombre de points de vente</p>
<p><b>Un programme d'animations hivernales</b></p> <p>Édition d'une brochure programme/an, pour Pralognan et pour Tuéda</p> <p>Mise à disposition dans les OT/stations/commerces/communes/ lieux public</p>	<p>2019 2020</p>	<p>Nombre de supports diffusés</p>
<p><b>Des vidéos et clips pédagogiques</b></p> <p>Réalisation de <u>4 vidéos-reportages de vulgarisation/an</u> sur les actions du Parc (protocoles scientifiques ou projets du Parc)</p> <p>Diffusion systématique sur le site, les réseaux sociaux Parc et la newsletter « Ensemble la Vanoise avance » + Partage au CA et relais partenaires</p> <p>Réalisation de <u>2 clips de promotion pour la découverte du territoire</u></p> <p>Mise à disposition des stations d'un clip par saison (été / hiver)</p>	<p>2019 2020</p>	<p>Nombre de vidéos et clips réalisés/an Nombre de vues / vidéo Nombre de stations relayant au moins 1 clip par saison</p>
<p><b>Sur le site web du Parc</b></p> <p>Intégration des flux Apidae et flux RSS</p> <p>Mise en ligne d'un « espace Habitants » avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• un accès facilité à certaines ressources (autorisation travaux...)</li> <li>• une carte interactive avec clic possible par commune (patrimoine local spécifique, projets éventuels du Parc, contacts secteurs + référent au CA)</li> </ul>	<p>2019</p>	<p>Nombre de contenus créés dans l'espace habitants</p>
<p><b>Sur Facebook et Instagram</b></p> <p>Développement de liens/partenariats avec les pages Facebook du territoire les plus populaires ainsi que toutes les pages des communes</p> <p>Mise en place de jeux concours, quizz, sondages réalisé chaque année pour développer l'interactivité</p>	<p>2019 2020</p>	<p>Nombre d'abonnés Facebook et Instagram</p>
<p><b>Une participation aux événements locaux</b></p> <p>Présence du Parc sous format stand ou via une animation</p>	<p>2019 2020</p>	<p>Nombre d'événements avec présence du parc</p>

Échéance

Indicateurs suivis

**CIBLE PRESSE****Une conférence de presse de lancement de la saison d'été**

Organisation d'une conférence de presse chaque année sur le territoire pour le lancement de la saison estivale, la présentation de l'offre touristique et de l'actualité du Parc

2019  
2020

Nombre de retombées  
presse

**Des communiqués de presse réguliers**

Production régulière de communiqués de presse selon l'actualité  
Relais sur twitter selon l'opportunité du sujet  
Revue de presse annuelle diffusée au CA

2019  
2020

Nombre de  
communiqués diffusés  
Nombre de retombées  
presse

**L'étude de partenariats Radio / TV**

Rencontre avec les radios d'audience départementale, type France Bleu Pays de Savoie, pour étudier la mise en place d'un partenariat (série d'émissions, concours quizz, etc.)  
Rencontre avec Maurienne TV pour préciser le partenariat envisageable

2020

Partenariat(s)  
mis en place

**Une montée en puissance sur Twitter**

Prise en main progressive par la directrice

Fin  
2020

Nombre de tweets

**CIBLE JEUNES****Un kit pédagogique**

Réalisation d'un kit pédagogique comprenant des outils et des goodies à destination des enseignants et jeunes  
Diffusion à toutes les écoles, en lien avec le Département, ainsi qu'aux centres de vacances du territoire

Rentrée 2019

Nombre d'écoles  
destinataires  
Nombre de centres de  
vacances destinataires  
Nombre de téléchargements sur le site du Parc