

Thème : *Commission Communication 2011 - 3*

Date : Le jeudi 14 avril 2011

Lieu : Florac – Salle de réunion Bâtiment CET

Durée : 1 demi journée

Le contexte

L'association Cévennes Ecotourisme a pour objet de « promouvoir l'écotourisme en Cévennes et de mettre en œuvre les principes du Tourisme Durable, tel qu'il a été défini par « la Charte Européenne du Tourisme Durable dans les Espaces Protégés. [...]

Elle assure la formation et l'accompagnement technique des entreprises engagées dans la mise en œuvre de l'écotourisme en Cévennes. »

Extrait des statuts de l'association.

Pour répondre à cet objet, l'association agit via 3 grandes missions :

Mission 1 (cœur de mission) - L'accompagnement des professionnels à la démarche d'agrément de la Charte Européenne du Tourisme Durable dans les Espaces Protégés, sur le territoire du Parc National des Cévennes ;

Mission 2 - L'accompagnement des professionnels dans une démarche de progrès ;

Mission 3 - L'animation de la vie du réseau.

L'association a choisi d'intégrer la communication comme action partielle de ses missions.

Elle communique sur 2 grands axes :

- L'association et le réseau CET

- Les adhérents et signataires de la CETDEP via leur engagement et actions pour l'écotourisme

Les objectifs de ce projet collectif

Aujourd'hui, l'association Cévennes Ecotourisme regroupe 80 prestataires engagés dans une démarche de progrès. La promotion des adhérents par l'association est le plus souvent collective. Elle communique de manière globale sur le tourisme durable, l'accompagnement des professionnels, les structures touristiques adhérentes, le Parc national des Cévennes...

L'objectif principal de la réflexion était de CLARIFIER le message de l'association dans sa mission de promotion.

Dorénavant, l'objectif est de communiquer dans le sens du message retenu – la démarche de progrès, les valeurs communes qui nous portent – en recueillant les attentes du réseau via le groupe 'communication'.

L'ordre du jour

1 - Le film d'animation sur la démarche de progrès

2 - Le site internet CET

3 - Les axes de communication pour 2012

Les membres de la commission : le 14 avril 2011

Présents :

Marc Guerra, la maison de Noé

Alain Lagrave, La Carline

Excusés :

Lucile Pantel, camping la Barette

Nathanaël Pfister, la table des Pellegrines

Stéphane Dupré, Mas du Coupetadou

Brigitte Mathieu, gîte Panda de Mercoire

Christian Brochier, Gentiane

Agnès Brückin, jardin des Sambucs

Eva Roelofsen, La Donzelenche

Guillaume Sonnet, Vallon du Villaret

Absents :

Sylvie Reymond, domaine de Bayssac

Déroulement de la journée du 14 avril 2011

1 - LE FILM D'ANIMATION SUR LA DÉMARCHE DE PROGRÈS

Les membres de la commission ont fait leur retour – via email, téléphone ou en étant présents - sur le cahier des charges de l'animation sur la démarche de progrès :

- Le cahier des charges est rédigé comme une commande auprès d'un prestataire rémunéré. Or il s'agit d'écoles que nous contactons, et nous devons axer ce travail sur un échange, un partenariat basé sur des bénéfices mutuels :
 - Préciser que nous pouvons intervenir s'ils le souhaitent pour témoigner sur ce que peut être communiquer sur le tourisme aujourd'hui ; sur ce qu'est l'écotourisme est sur l'intérêt de produire des choses dessus (dualité commerce / éthique ; des adhérents artistes pourraient intervenir sur comment cette terre de résistance produit de l'art (Marc serait disponible à le faire).
 - Dans la mesure du possible, prévoir un budget de 500 à 100 Euros. Ou mieux, leur proposer un séjour pour la classe en Cévennes (réservation d'un gîte d'étape ou de groupe payé par CET) ou une entrée pour la classe au Vallon du Villaret, pour faire le lien avec l'art.
 - La présentation de l'association devrait être rédigée plus comme une lettre de motivation que comme un CV et expliquer mieux la démarche de progrès en donnant des exemples de changements dans un lieu d'accueil.
- Ne pas donner d'exemples de ce que pourrait contenir cette animation pour laisser une part entière à la création.
- Préciser qu'il s'agit d'un film de moins d'une minute.
- Préciser qu'il peut s'agir de dessins, d'un film, d'une vidéo, etc. (voir les petites vidéos du site www.blublublu.org).

- Envoyer le cahier des charges par courrier pour y joindre le dépliant et le livret d'accueil.

2 - LE SITE INTERNET CET

Les membres de la commission ont fait leur retour – via email, téléphone ou en étant présents - sur le site internet de l'association :

- Le site hésite trop entre site institutionnel et site marchand.
- Le site doit susciter le désir.
- Beaucoup d'infos sont doublées
- On ne comprend pas que les actualités sont des actualités
- Les textes sont parfois très institutionnels voire inutile pour le grand public (doit on par exemple entrer dans tant de détails sur la présentation de la CETDEP?)
- La page d'accueil ne ressemble pas à une page d'accueil : il faut l'alléger (supprimer le 'qui sommes nous ?'), garder uniquement le bandeau du haut et limiter le nombre d'onglets.
 - Par exemple dans l'onglet Cévennes Ecotourisme, inclure l'accès à l'Espace Pro, les partenaires, etc...)
- Les onglets du bandeau du haut ne se chargent pas lorsque l'on clique dessus ; seul un menu déroulant se met en place; Il faut pouvoir cliquer sur 'hébergement' (par exemple) pour arriver sur une page qui propose ensuite les différents types d'hébergements sous forme de visuels/images/photos.
- Favoriser d'avantage la découverte et le séjour sur place :
 - Une carte interactive montrant ce qu'il y a à faire à côté ?
 - Favoriser la construction autonome de séjours (module de montage de séjours assisté).
- Grossir le lien de contact
- Techniquement :
 - Maintenir la possibilité d'une corbeille automatique
 - Le forum doit être un véritable forum et non un système d'articles
 - Le site est-il compatible depuis les différentes plateformes de smartphone du marché ? (iphone, wmobile, android); ?
- Proposition de repenser le graphisme en s'appuyant sur le dépliant 'un monde à partager'.

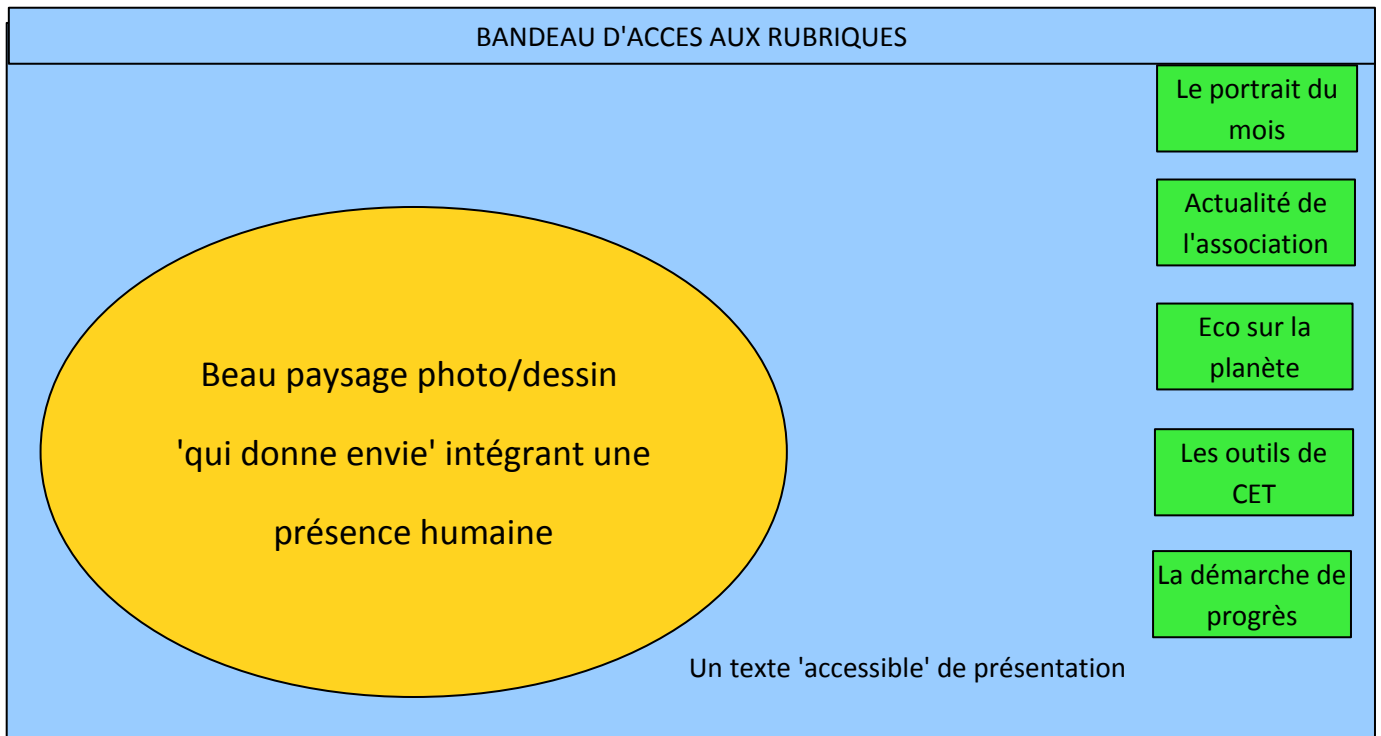
Les étapes pour améliorer le site internet :

1- Hiérarchiser l'information

2 – Alléger

3 - Aller dans le sens des attentes du visiteur (se baser sur les stats pour cela).

On peut imaginer une première page se présentant de la façon suivante (les rubriques restent à définir, hiérarchiser et à nommer):



3 – LES CIBLES DE COMMUNICATION POUR 2012

Comme l'expo devrait en place au printemps prochain à la maison de la Lozère puis dans les sites CET, nous nous orientons vers le grand public.

Il pourrait être notre cible première à développer en 2012. Le type d'action à mener reste à réfléchir.

Ce point a peu été développé et sera repris par la commission à l'automne.