

N/réf : E2015-118-MP/LP/MD

Objet : Invitation à la réunion de Bureau du 18 juin 2015

Mesdames, Messieurs les membres du Bureau,

Depuis janvier 2015, une mission d'accompagnement à l'élaboration de la stratégie de communication du PNR est en cours. A ce stade d'avancée de la prestation, j'ai l'honneur de vous convier à une réunion de Bureau spéciale sur la Stratégie de Communication le :

**jeudi 18 juin 2015 de 10h à 12h**  
**Salle polyvalente – route Neuve**  
**Cipières**

Ordre du jour :

- 1) Etat des lieux – diagnostic : présentation des résultats
- 2) Préconisations et propositions d'axes stratégiques pour la communication du PNR, premières pistes.

Je vous remercie vivement de me confirmer votre présence.

Dans l'attente du plaisir de vous y retrouver, je vous prie d'agréer, Mesdames et Messieurs les membres du Bureau, l'expression de mes salutations distinguées, *et amicales*.

Le Président  
Sénateur-Maire

*Bien à toi,*

  
Marc DAUNIS

---

Procès-verbal de la réunion des membres du Bureau du  
18 juin 2015 à 10 h  
Salle Polyvalente – Cipières

---

Secrétaire de séance : Eric MELE

Membres en exercice : 16

Sièges vacants : 0

Membres présents(es) : 6

Absents-Excusés(es) : 10

Dont Pouvoirs : 0

Présents(es) : Roger CRESP, Jean-Pierre DAVID, Joëlle FAGUER, Eric MELE, Jacques VARRONE, Marc VIGNAL.

Absents-Excusés(es) : Marc DAUNIS, Catherine BUTTY Jean-Marc DELIA, Patricia DEMAS, Charles-Ange GINESY, Gérald LOMBARDO, Stéphane MAILLARD, Serge MAUREL, Marc ORSATTI, Richard RIBERO.

Equipe technique : Francine BRONDEX, Hélène FEUILLET ROBILLARD – Argos Communication, Stéphanie OUDIN – Région PACA -Laure PUMAREDA.

L'an deux mille quinze le dix-huit juin à 10 heures, le Bureau régulièrement convoqué en date du 29 mai 2015, s'est réuni en session ordinaire salle Polyvalente - Mairie - 06620 CIPIERES, sous la présidence de Monsieur Marc VIGNAL.

Marc VIGNAL ouvre la séance en remerciant chaleureusement Monsieur Gilbert TAULANE, maire de Cipières, pour son accueil au sein de sa commune.

Secrétaire de séance ????

Marc VIGNAL rappelle le contexte de la mission d'élaboration de la stratégie de communication : la mission a pour origine une demande des élus et a fait l'objet d'un financement d'un montant de 15 000 € (subvention à hauteur de 80 % par la Région). Une prestation d'accompagnement à l'élaboration de la stratégie de communication a été mise en œuvre, le Cabinet Argos Communication a été retenu dans le cadre d'un MAPA.

Il présente ensuite l'ordre du jour de la séance :

- 1) Etat des lieux – diagnostic : présentation des résultats
- 2) Préconisations et propositions d'axes stratégiques pour la communication du PNR, premières pistes.

Marc VIGNAL donne la parole à Madame Hélène FEUILLET-ROBILLARD, représentant le Cabinet Argos Communication afin de présenter le travail effectué.

#### 1- Etat des lieux – diagnostics

La méthodologie est rappelée :

- **Analyse de l'image du PNR**

Perceptions du Parc en tant que territoire

Perceptions du Parc en tant qu'organisme

Perceptions de la communication

Sur la base de 17 entretiens semi directifs d'1 h minimum chacun (liste des interviewés et grille d'entretiens en annexe).

- **Analyse de la communication du PNR**

Edition et autres actions de communication : presse / présence sur le territoire / diffusion / événementiel / promotion / réseaux sociaux

Environnement du travail : moyens financiers et humains

- **Analyse de la communication sur le PNR**

Analyse de sa visibilité grâce à ses partenaires

**Les résultats de cet état des lieux sont donnés dans la présentation jointe en annexe. En résumé :**

- **Analyse de l'image du PNR**

#### **Synthèse des perceptions du Parc « territoire »**

Le territoire est vécu comme morcelé : *Ce qui fait l'unité du territoire, son relief (massif) et sa position géographique, fait sa séparation vis-à-vis de l'extérieur comme de l'intérieur du territoire. Cette réalité crée les difficultés de perception et/ou de territoire. Ce qui unit l'ensemble du territoire est invisible à l'œil nu (les plis, le massif, l'eau) sauf si l'on est au-dessus ou à côté. Ce qui est perceptible plus facilement est multiple.*

#### **Synthèse des perceptions du Parc « institution »**

La création du Parc a suscité beaucoup d'attentes par rapport aux difficultés économiques et au développement local. Le Parc n'est pas assez perçu comme acteur du territoire : quelle politique ? Quels enjeux majeurs ? Quelles positions sur des sujets forts ? Quelles actions ?

#### **Les développements souhaités en communication**

- ⇒ Une meilleure visibilité et communication sur le Parc Organisme comme acteur : plus globale, plus identitaire et plus concrète à l'échelle du territoire et portant sur la politique générale actuelle du Parc.
- ⇒ Une meilleure visibilité et valorisation du Parc territoire : les portes d'entrées du Parc, des circuits de découverte, l'itinérance, les lieux révélateurs de la diversité du territoire, les sites fragiles, les produits...
- ⇒ Un développement de la communication de proximité et entre les habitants : de la convivialité, des échanges, réseaux sociaux, des animations, des collaborations avec les communes, de la mutualisation de connaissances et d'expériences.

⇒ *Les gens souhaitent une communication qui porte sur des choses concrètes et qui les impliquent ou leur « parlent » : les engagements du Parc, les sujets sur lesquels le Parc peut apporter une plus-value, un éclairage, des modèles de réussite.*

- **Analyse de la communication du PNR**

Ont été analysés : les documents, publications, retombées presse, site internet et réseaux sociaux, événements (Fête du Parc et Rendez-vous du Parc) ; pour en dégager la représentation transmise du PNR (en tant que territoire et comme organisme). La diffusion des documents, la signalétique sur site (en lien avec la démarche en cours) ont aussi été analysées.

En résumé, dans l'ensemble, les supports de communication ne permettent pas une bonne lisibilité des actions et des objectifs opérationnels du Parc organisme. Par ailleurs, la présentation de l'organisme qui ne s'impose pas et affirme peu, est susceptible de créer un déficit d'adhésion à ce projet de territoire en particulier. On ne comprend pas trop le rôle important et concret du Parc. Le Parc n'a pas encore communiqué suffisamment sur les objectifs opérationnels, les actions phare et leur cadre global.

- **Analyse de la visibilité du PNR grâce à ses partenaires**

Ont été analysés : des bulletins / journaux des sites internet des communes, des supports émis par les EPCI, le Département, la Région.

En résumé : Le PNR est au cœur d'un très fort réseau de partenaires qui communiquent beaucoup. On constate une couverture inégale, des informations obsolètes et un manque de relais systématique dans chaque commune ou institution.

## 2- Préconisations et propositions d'axes stratégiques pour la communication du PNR, premières pistes.

Le diagnostic montre une cohérence forte entre l'étude des perceptions et l'analyse des actions menées par le Parc. Les constats vont dans la même direction. Il apparaît alors clairement les grands axes de travail à venir :

- Créer une image du PNR en tant que Territoire et organisme
- Communiquer davantage sur la réalité du projet et sa politique
- Insister sur les éléments communs au territoire
- Resserrer les liens entre les membres du Syndicat mixte

### ➔ **Le Parc territoire : son nom, son identité géographique**

Le nom du Parc a fait débat à sa création. Jacques VARRONE rappelle le nom ancien de cette région : Les Hauts Plateaux de la Provence orientale.

L'assemblée s'accorde pour dire qu'il est nécessaire de montrer un parc ouvert, naturel, proche à la fois de la mer méditerranéenne et des hautes montagnes.

Les 2/3 du PNR sont constitués de forêts. L'eau est extrêmement présente « La réserve d'eau de la Côte d'Azur ». Quelqu'un rappelle le ratio et le chiffrage financier que l'on peut faire sur la biodiversité d'un territoire : la biodiversité est une richesse qui peut même être évaluée en termes économiques<sup>1</sup>.

Il faut davantage communiquer sur les bassins de vie et sur les axes de circulation.

Il est rappelé qu'il faut cependant pour des raisons de cohérence et d'obligation légale, montrer clairement sur les supports de communication les communes qui n'ont pas adhéré au PNR. On peut néanmoins le faire de façon plus atténuée.

### ➔ Le Parc organisme

Il semble indispensable que le Parc ait sur le territoire des relais de communication et d'action.

La question des référents communication au sein des communes est problématique : la plupart ne sont pas investis et impliqués, il y a eu des changements lors des dernières élections, parfois ils ne sont pas identifiés...

Le CDD qui a commencé à constituer un réseau de correspondants, en avait en mars, une dizaine. Depuis, s'est-il développé ?

### ➔ Quelques atouts et forces du PNR qui ont été évoqués :

- L'histoire de ce territoire
- L'intérêt y compris financier des partenaires. C'est un rapport gagnant / gagnant qu'il faut instaurer avec la nécessité de communiquer sur les deux axes du projet Protéger / Développer : c'est la protection de ce territoire qui va permettre son maintien voire son développement que ce soit en terme biologique mais aussi économique, touristique, agricole, sociétal ...
- Il est nécessaire de réaffirmer la légitimité de l'écologie qui n'est pas une menace mais bien au contraire une alliée du développement territorial
- La diversité : un territoire à multiples facettes
- La compétence de l'équipe en communication mais des moyens limités => nécessité d'établir des priorités

### ➔ Des difficultés

Certains soulignent que la jeunesse du PNR est une difficulté au regard du manque d'affirmation et de lisibilité du projet collectif.

Il est souhaitable que le PNR relance sa dynamique interne et consolide les grands axes de son projet actuel dont le développement territorial environnemental, étroitement lié au développement économique local, sont les piliers.

### ➔ Quelques propositions

---

<sup>1</sup> Voir par exemple l'étude menée par le réseau des Parcs nationaux. « [Les Parcs nationaux, une valeur sûre pour les territoires](#) »

- On pourrait monter un éductour touristique pour faire découvrir aux habitants et visiteurs l'ensemble du territoire et le décroisonner,
- Il faudrait créer un camion nomade, sorte de « Maison du Parc ambulante », qui irait à la rencontre des publics et donnerait de la visibilité au PNR sur le territoire,
- La communication doit davantage mettre en valeur les Interparcs en PACA et l'appartenance du PNR à cette continuité,
- Il faudrait organiser sur le territoire des circuits pour faire découvrir l'ensemble et les différentes composantes,
- Le PNR devrait être présent dans les différentes réunions des communes.

La séance est levée à 18 heures.

Le Secrétaire de séance,

Eric MELE