



CONVENTION DE MUTUALISATION ET DE FINANCEMENT POUR LE POSTE DE COMMUNITY MANAGER - ECOGARDE NUMERIQUE

ENTRE-LES SOUSSIGNEES :

L'Office de tourisme du Guillestrois et du Queyras, sis 05350 Château-Ville-Vieille, représenté par sa Directrice Marie CONSTENSOUS, habilitée à signer par la délibération n°2024-01 du 19 mars 2024.

ci-après désignée « l'OTGQ » d'une part ;

ET

Le Parc naturel régional du Queyras, sis 3580 route de l'Izoard 05350 Arvieux, représenté par son Président Christian BLANC, habilité à signer par la délibération n° 2020-45 du 15 septembre 2020

ci-après désignée « le PNRQ » d'autre part ;

PREAMBULE :

La communication et la promotion touristiques sont désormais très digitalisées, qu'elles soient portées par les organismes de gestion des destinations - donc maîtrisées - ou par des influenceurs et des sites communautaires. Ces derniers peuvent constituer quant à eux une promotion de notre territoire mais les messages ne sont pas maîtrisés et par conséquent modérés au regard des enjeux environnementaux et sociaux. Alors qu'il est nécessaire de continuer à soutenir l'attractivité de la destination montagne, celle-ci est aujourd'hui un lieu de tensions multiples : les pratiquants d'activités de loisirs sportifs ou traditionnels ont des difficultés à partager un terrain de jeu commun, l'agriculture et le pastoralisme doivent composer avec cette fréquentation - nécessaire à l'économie de nos vallées -, les mesures liées à la prédation et une ressource en eau variable, et la biodiversité subit l'ensemble des répercussions de ces deux secteurs d'activités, auxquelles s'ajoute l'effet du changement climatique sur des milieux fragiles et adaptés au froid. Dans sa communication, le territoire veut intégrer ces problématiques pour diminuer les conflits d'usage qui en découlent grâce à un discours adapté prenant en compte la réalité des situations de terrain, complexes et variées.

De plus, les stratégies de communication et de promotion doivent être conçues « cross canal » aujourd'hui et les outils alimentés de manière protéiforme tout en relayant des messages de prévention afin d'assurer la conduite d'un tourisme responsable sur le territoire. L'office du tourisme a traduit cette stratégie dans son site internet refondu et le Parc naturel régional du Queyras a augmenté ses moyens d'action sur le terrain dans le même objectif. Il convient désormais de l'assurer dans l'animation des réseaux sociaux de l'Office de tourisme et du Parc naturel régional, pour valoriser le contenu de la marque de destination et sensibiliser les clientèles touristiques, habitants et résidents secondaires aux enjeux environnementaux tout en contribuant à la prévention des conflits d'usage.

Ces besoins se sont accrus depuis que les destinations de montagne ont su renouveler leur clientèle et

accueillent de nouveaux pratiquants qui doivent être sensibilisés aux bonnes pratiques de la montagne, aux enjeux existants et émergents.

Les deux établissements publics se sont rapprochés pour convenir du recrutement commun d'un Community manager - écocarde numérique.

Article 1. Objet de la convention

La présente convention a pour objet de fixer les missions du salarié et ses conditions d'accueil, de définir les engagements respectifs de chaque collectivité et de préciser les modalités de financement du poste mutualisé.

Article 2. Raison d'être du poste

La conduite d'un marketing responsable est inscrite dans la stratégie des espaces-valléens portée par la Communauté de Communes qui correspond à la stratégie de développement touristique de notre territoire. La promotion responsable est inscrite à la stratégie de l'Office de tourisme. Le Parc naturel régional prévoit dans sa nouvelle charte 2025-2040, mesure 14 qui bénéficie d'un caractère prioritaire de « concilier fréquentation, usages et valorisation raisonnée des espaces sensibles ».

Le ou la community manager est l'ambassadeur du territoire en assurant sa promotion et la prévention sur les conflits d'usage, le bon respect de la réglementation environnementale et les écogestes. Il contribue à faire connaître les missions et les actions portées par l'Office de tourisme et le Parc naturel régional. Pour cela, il assure l'animation des réseaux sociaux des deux structures et intervient sur les sites, blog, réseaux et applications pour prévenir des informations compromettant la conduite d'un tourisme durable sur le territoire.

Article 3. Les missions

Mission 1 : Être garant de la stratégie « social média » et animer les réseaux sociaux de l'OTGQ et du PNR

Concernant l'OTGQ :

Les réseaux sociaux sont un outil de compréhension (valeurs & contenus), de rayonnement et de fidélisation. La stratégie des réseaux sociaux a été définie en 2019 et doit s'appuyer sur une communication responsable. Elle doit désormais servir de base et de cadre de validation à l'ensemble des actions conduites par l'Office de tourisme. Ce cadre devra être fréquemment interrogé au regard des évolutions structurelles et conjoncturelles impactant les RS :

- Proposer des adaptations ou une refonte de la stratégie dès que nécessaire à la Direction : évolutions des pratiques des internautes, changements de fonctionnalités des RS, actualités etc.
- Développer la notoriété de la marque et renforcer son intelligibilité en consolidant notre présence sur les réseaux sociaux et les forums.
- Créer un lien privilégié entre la marque et sa communauté puis la développer.
- Travailler à la e-réputation de la structure et de sa marque.
- Planifier la production et la publication des contenus.
- Modérer l'ensemble des réseaux sociaux.
- Manager la production de contenu en collaboration avec le service communication et la direction :
 - Rédaction ;
 - Photos ;
 - Vidéos en lien avec la chargée de communication en charge des vidéos.
- Mettre en œuvre les campagne social ads inscrites au plan de promotion
- Créer, animer et coordonner le pool de contributeurs pour rédiger les contenus.
- Mettre en place les outils d'évaluation dont les suivis d'audience et leurs analyses.
- Veilles régulières

Concernant le PNR :

Les réseaux sociaux sont un vecteur d'information et de sensibilisation privilégiés pour montrer la montagne comme une espace en partage et faire passer les bons gestes, les bonnes pratiques et faire connaître les enjeux environnementaux.

Le PNR dispose de ses propres réseaux sociaux et contribue également à l'élaboration de contenus pour les réseaux de l'interparc tourisme en Région PACA : réseaux à destination des socioprofessionnels bénéficiant du label « valeurs Parc » et réseaux de valorisation du site Cheminsdesparcs.fr. Dans ce cadre, le CM aura en charge de :

- Proposer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux et contribuer à l'élaboration de la stratégie de communication du Parc.
- Mettre en valeur les actions et missions portées par le PNR pour les faire connaître auprès des habitants, socioprofessionnels et partenaires.
- Diffuser les bonnes pratiques, bons gestes et les informations claires sur la réglementation qui contribuent à limiter l'impact des pratiques de loisirs.
- Diffuser les outils de sensibilisation du Parc aux pratiquants pour améliorer la compréhension du contexte local et limiter les conflits d'usage.
- Planifier la production et la publication des contenus.
- Modérer les réseaux sociaux.
- Manager la production de contenu en collaboration avec le(a) chargé de communication et la direction : Rédaction et photos ;
- Mettre en place les outils d'évaluation dont les suivis d'audience et leurs analyses.
- Veilles régulières (quotidiennes)

Mission 2 : Ecogarde numérique

- S'assurer que les informations circulant sur les forums et réseaux sociaux ne favorisent aucunes pratiques interdites ou néfastes pour le territoire
- Alimenter les forums dont la ligne éditoriale est concordante avec notre positionnement et nos axes stratégiques pour encourager les bonnes pratiques sur notre territoire ;
- Repérer les forum, applications et site internet sur lesquels paraissent des informations pouvant compromettre la conduite d'un tourisme durable sur le territoire ;
- Produire et poster des contenus pour rappeler les bons gestes et attitudes ;
- Demander le retrait de publications promouvant des pratiques interdites ou allant à l'encontre des enjeux environnementaux ou susceptible de générer des conflits d'usages.
- S'assurer de la mise à jour des bases de données collaboratives sur la réglementation locale et les zones de mise en défens ou de protection

Mission 3 : Observatoire touristique

Chaque structure a la charge d'analyser des données pour mesurer l'impact du tourisme en matière de retombées économiques, pour connaître les clientèles touristiques et leur pratique en milieu naturel :

- Collaborer à la définition des critères et des indicateurs à mettre en place pour nourrir les observatoires touristiques
- Récolter et analyser les données quantitatives et qualitatives issues des réseaux sociaux pour nourrir l'observatoire
- Valoriser, en collaboration avec la chargée de mission écotourisme du PNR, les données de flux de fréquentation de milieux naturels issues de solutions portées par le Département des Hautes-Alpes (écocompteurs et Outdoorvision).
- Opérer au croisement des différentes données recueillies par le Parc et l'OT pour alimenter l'observatoire touristique du territoire

Article 4. Conditions d'emploi

Poste correspondant à 1 équivalent temps plein :

Le temps de travail de l'agent est réparti entre les deux collectivités selon une répartition à hauteur de :

- 60% du temps de travail pour l'OTGQ dans les locaux à Château-Ville-Vieille
- 40% du temps de travail pour le PNRQ dans les locaux à Arvieux

Un état contradictoire de suivi du temps de travail sera établi chaque année.

Article 5. Situation administrative de l'agent

L'agent est placé sous la responsabilité hiérarchique de la Directrice de l'OTGQ et du Directeur du PNRQ.

Le contrat de travail du salarié sera régi par la convention collective des organismes de tourisme

La résidence administrative de l'agent sera fixée au siège de l'OTGQ,

La gestion quotidienne de ses conditions de travail (demande de congés, autorisation d'absence, formation...) sera assurée par l'OTGQ et transmis pour information au PNRQ.

Le ou la salarié-e devra respecter les règlements intérieurs de chaque structure.

Les frais kilométriques seront indemnisés sur la base du barème urssaf pour les trajets autres que ceux pour se rendre à l'OTGQ ou au PNRQ et lorsque le véhicule de service de l'OTGQ n'est pas disponible.

Article 6. Engagements de l'OTGQ

L'OTGQ s'engage à :

- Accueillir le Community manager – écocarde numérique dans de bonnes conditions ;
- Mettre à sa disposition les moyens nécessaires pour travailler (espace de travail, téléphone portable et ordinateur portable, fournitures administratives, véhicule de service selon disponibilité, frais de déplacement, abonnement téléphonique ...) ;
- Veiller à la bonne réalisation des missions définies aux articles 2 et 3 ;
- Inviter le PNRQ à la commission de recrutement du poste de chargé de mission ;
- L'informer du fonctionnement administratif quotidien ainsi que de toute modification pouvant advenir ;
- Assumer l'avance des frais liés à la rémunération du poste dont la mutuelle : rémunération, charges salariales, formation, médecine du travail, etc. ;
- Facturer en fin d'exercice la participation financière ainsi que les frais de structure au PNRQ.

Article 7. Engagements du PNRQ

Le PNRQ s'engage à :

- Accueillir le Community manager – écocarde numérique dans de bonnes conditions ;
- Mettre à sa disposition les moyens nécessaires pour travailler (espace de travail, véhicule de service selon disponibilité ...)
- Veiller à la bonne réalisation des missions définies aux articles 2 et 3 ;
- Participer à la commission de recrutement sur invitation de l'OTGQ ;
- Rembourser sa quote-part des dépenses engagées par l'OTGQ après réception de la demande.

Article 8. Evaluation des dépenses et recettes

7.1 Répartition entre les collectivités

La clé de répartition des dépenses est fixée à :

- 60% pour l'OTGQ
- 40% pour le PNRQ

Cette clé de répartition pourra être ajustée en fonction du temps réellement passé pour chacune des structures.

7.2 Evaluation des recettes

Le poste peut bénéficier de toute recette extérieure apportée par subvention.

7.3 Evaluation des dépenses

Dépenses prévisionnelles de fonctionnement sur 1 an		Part OTGQ 60%	Part PNRQ 40%
Salaires + charges salariales + prime	3084 mensuel chargé + Prime = 37 000 € annuels	1 850*12 = 22 200 € annuels	1 234*12 = 14 808 € annuels
Frais de fonctionnement liés à la gestion du contrat et aux missions communes (frais de déplacement, abonnement tel, maintenance informatique)	Remboursement selon état récapitulatif en fin d'année civile	60% du montant	40% du montant
Investissement : acquisition et renouvellement de matériel	Remboursement sur factures	60% du montant TTC	40% du montant TTC 1000 € maximum la première année, 500 € maximum les années suivantes

Un bilan financier sera réalisé au 31 décembre de chaque année.

Article 9. Durée

La présente convention s'applique pour une période de 12 mois à compter de la prise de fonction du Community manager – éco garde numérique, elle est prorogée par reconduction expresse pour une durée de 1 an.

En cas de non-respect des engagements souscrits dans la présente convention, l'une ou l'autre des parties pourra résilier cette dernière par lettre recommandée avec accusé de réception avec un préavis d'un mois. La résiliation, quelle qu'en soit la cause, ne donnera lieu à aucun versement d'indemnité compensatrice.

Article 10. Litiges

En cas de litige portant sur l'interprétation ou l'exécution de la présente convention, les parties conviennent de s'en remettre à l'appréciation des juridictions territorialement compétentes, après épuisement des voies amiables.

Fait à Château-Ville-Vieille, en deux exemplaires originaux, le

La Directrice de l'Office de tourisme du Guillestrois
et du Queyras
Marie CONSTENSOUS

Le Président du Parc naturel régional du Queyras
Christian BLANC

