Réseaux sociaux & espaces naturels

Communiquer différemment

Florent Favier – Parc national du Mercantour

Communiquer sans perdre son âme

* vigilance voire prudence : conserver son identité

* conserver ses valeurs

* ne pas oublier «qui l'on est» (pas une marque, pas une star, pas un média...)

* authenticité = valeur ajoutée

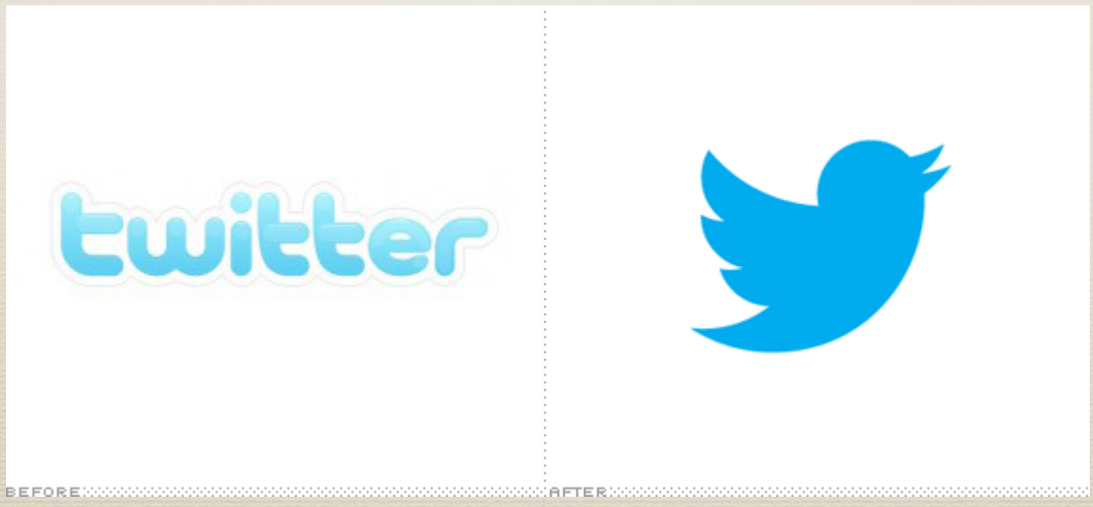
* légitimité : des informations, des points de vues, des personnes chargées d'administrer

Evolution de la page officielle du Parc national du Mercantour

2009	2010	2011	2012	2013	2014
100	1000	2279	3070	4997	6368

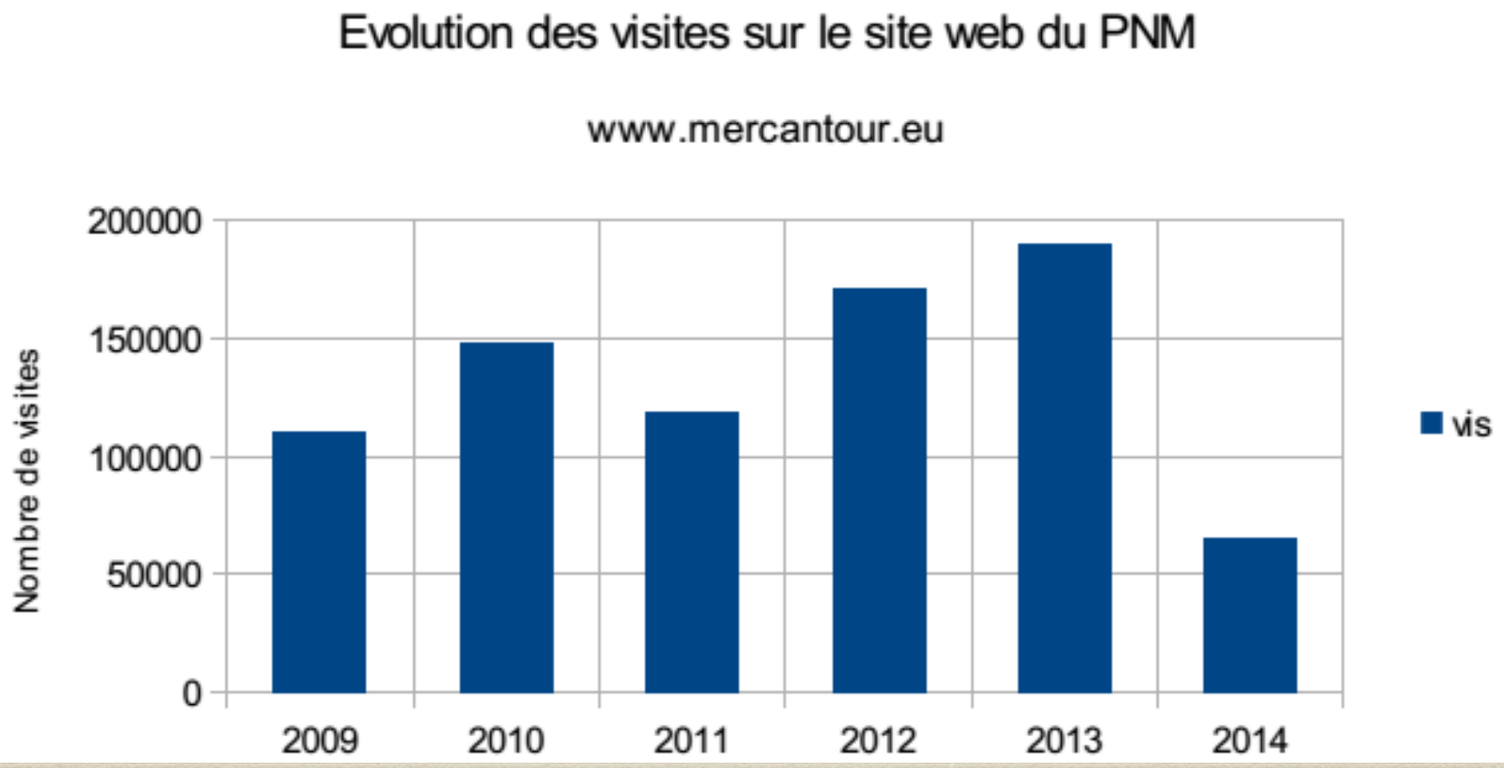
Evolution de la page officielle du Parc national du Mercantour

- 1079 abonnés
- 589 tweets
- Mai 2012



Site internet www.mercantour.eu

Année	visites	Evolution	
2009	110533		
2010	148485	34,34%	
2011	119671	-19,41%	
2012	171956	43,69%	
2013	190371	10,71%	
2014	65114	-65,80%	Attention ! Les données de 2014 vont du 01/01/2014 au 2



Autres médias digitaux

- Www.rando.mercantour.eu
- Www.marittimemercantour.eu
- Application smartphone iOs et Androïd
- Chaîne YouTube
- Application Handi-ecoguide
- Site Calameo
- Interparc : renforcement visibilité court terme