CLUB DE LA PRESSE DES PAYS DE SAVOIE

Chapô

Octobre 2012 Spécial Prix Montagne

Edito...

6ème édition…

Les absents ont une fois de plus eu tort.

Comme toutes les années a eu lieu la remise du Prix montagne-Philippe Révil lors du festival IF3 d'Annecy.
Comme toutes les années la commission ad-hoc n'a pas ménagé sa peine pour mener à bien sa mission d'organisation de la manifestation d'une part et d'autre part de sélection des candidats. Soixante articles et trente œuvres audiovisuelles retenus pour arriver à un palmarès de haut niveau. La contribution est venue de toute la France y compris des chaînes et journaux nationaux. Tout a été parfait, entre le débat sur les réseaux sociaux en montagne puis la remise des prix, sans oublier la réception qui a suivi.

Pour la première fois cette année, il a fallu chercher et trouver des financements. La Région Rhône Alpes et l'Assemblée des Pays de Savoie - de même que France Montagnes - ont accepté de jouer le jeu.
Pour la première fois cette année, la salle était quasi remplie.
Remplie, certes, mais pas par les membres du Club de la Presse.
S'il dénombre 185 membres, une dizaine seulement étaient présents.
Le dernier conseil d'administration a dressé ce malheureux constat, soulignant qu'il y avait un réel problème de légitimité.
Il est indéniable que le problème d'identification existe qui risque de décourager celles et ceux qui déploient une énergie colossale pour réussir la soirée.

Il ne faut pas oublier non plus que cette remise des prix est une opération de communication pour le Club.

Mais entendre dire que Chambéry c'est loin d'Annecy - côté savoyard - et qu'il y avait quelque chose de bien à la télé - côté haut-savoyard - ne va certainement pas motiver les volontaires.
Pour la sixième année la question est posée. Six années de trop !

Jean-Marc Canova
Président du Club de la Presse
des Pays de Savoie

Prix Montagne Philippe Révil

LES LAURÉATS 2012

Prix presse écrite

Mariette Nodet pour «Dérive en Karnali » paru dans Trek Magazine de juin 2012.

Avec sa fille Lou 5 ans, cette pigiste décide « de quitter les rives pour partir à la dérive ». Direction le Dolpo et les hautes terres de la Karnali.

La qualité de l'écriture de ce reportage et les circonstances de ce périple en font un travail tout à fait singulier que le jury a voulu récompenser. En avril 2007 Philippe Nodet, le mari de Mariette, projette un vol de 300 km en parapente dans le far-west népalais. Il est arrêté par la météo. Le couple projette alors de revenir dans ce pays en 2009. Or en janvier de cette année Philippe meurt dans un accident de parapente. En 2010 Mariette et Lou accomplissent ce voyage et tiennent la promesse.

Coup de coeur du Jury

Jacky DURAND pour l'article « Les alpages, tout un fromage » paru dans Libération le vendredi 7 septembre 2012.

Le jury a eu un vrai coup de cœur pour le papier de Jacky Durand publié sous la rubrique hebdomadaire « Tu mitonnes » qu'il tient dans Libération. Sous couvert de rubrique culinaire, le lauréat entraîne le lecteur dans les alpages,

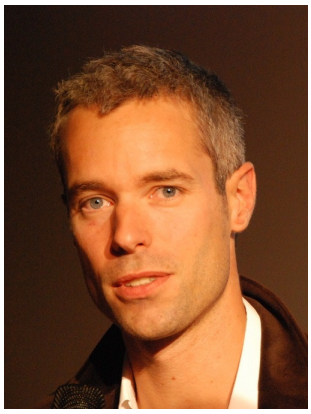
le bluffant par une description très poétique des paysages, très minutieuse de la fabrication

du reblochon, très juste de la vie d'alpage. Pour finir il avoue son pêché mignon : le dîner chez les Donzel à l'alpage des Corbassières. Jacky Durand enveloppe le tout non dans une vision nostalgique ou idéalisée du travail à la montagne, mais bien dans sa réalité contemporaine, servie par une magnifique écriture.

Prix audiovisuel

Marc de Langenhagen réalisateur de l'émission Chroniques d'en Haut pour « Oberland, la bataille de l'Eiger » diffusé sur France 3 le 17 mars 2012.

L'Eiger, en Suisse, a été le théâtre de l'une des pages les plus dramatiques de l'alpinisme. Une montagne parmi les plus célèbres du monde et l'une des plus accessibles : depuis 100 ans, le petit train rouge de la Jungfrau, le plus haut d'Europe, emmène des milliers de touristes à 3500 m, au Jungfraujoch, station touristique et scientifique. L'Eiger en 2h47, c'est le temps record établi par Ueli Steck, prodige suisse de l'alpinisme, pour gravir en solo la redoutable face nord de l'Eiger. 2h47, qui ne doivent pas faire oublier près d'un siècle de combats acharnés dans cette « paroi homicide », dont l'Allemagne nazie des années 1930, fait non seulement un enjeu sportif mais aussi politique. Ces histoires, ces aventures personnelles, ces intimes émerveillements, Laurent Guillaume les partage chaque semaine depuis 15 ans dans l'émission « Chroniques d'en Haut » seule émission hebdomadaire sur une chaine publique française traitant de la montagne.



Prix France Montagnes

Annie Barbaccia pour son article « Sainte-Foy, Paradis d'Esthètes en Haute Tarentaise » publié dans Le Figaro.

Pour la deuxième fois France Montagnes a remis un prix spécial France Montagnes à : C'est la mise en avant d'une petite station française qui, avec ses 35 km de piste, a su préserver son authenticité. France Montagnes a voulu remercier Annie Barbaccia pour ces papiers traitant de la montagne qui s'insère depuis de nombreuses années dans un quotidien national. France Montagnes attribue pour ce prix, un séjour de ski d'une semaine pour 2 personnes dans un des hôtels 4 étoiles de montagne du groupe TEMMOS .

Karen Allais, directrice de l'Agence Links, entre Jean Marc Silva Directeur de France Montagnes et Jean Luc Baudin.

La Commission Prix Montagne 2012 :

Jean Luc Baudin, Andrée Montmasson, Jocelyne Passot-Saumur, Malou Durand, Michel Marguerettaz, Muguette Berment , Nicolas Morel, Jean Ningre.

Avec le partenariat de l'agence **Links Communication** pour les contacts presse. www.linkscom.fr

Le débat : *Les réseaux sociaux prennent de l'altitude*

Accueil de Gaylord Pedretti, directeur de l'International Film Freski Festival, IF3 Europe.

Le festival permet de montrer ce qu'est le freestyle. Remerciement au Club de la Presse de contribuer à l'ouverture de l'évènement. L'évolution de l'IF3 est importante. Rappel : il a rencontré l'IF3 à Montréal il y 4 ans et a eu l'idée de créer à Annecy. Et ça marche. Un festival international, l'occasion de montrer un visage de la France. Plus de 17 nationalités représentées. Plus de 30 films à l'affiche. Les réseaux sociaux, et le partenaire Skipass.com, ont permis de lancer l'évènement en 3 semaines. Tous les présents sont sur les « fanpages ».

Il fallait être sur les réseaux comme avec une application iPhone, pour suivre en temps réel l'évènement.

Comment toucher les jeunes, par les réseaux sociaux, à La Plagne.

Utilisation d'un film sur Zapiks, plate forme video du sport de glisse. Essai d'élargir le public avec un scenario. Une manière de démocratiser. Mise en ligne du film des Tested Panthera qui ont remporté le 1er prix de la 5ème édition de l'Urban Plagne festival, une compétition mêlant ski et fiction. Primée par un jury présidé par Régis Wargnier, réalisateur d'Indochine, fan de sport. (A voir : http://www.zapiks.fr/urban-plagne-festival-2012-t-1.html).

Guillaume Desmurs, membre du jury et journaliste « *Journalisme et communication, ce n'est pas la même chose : avec les réseaux sociaux, le travail de journalisme n'a pas changé (témoin sur le terrain qui raconte ce qui se passe avec nos méthodes de journaliste, en essayant d'être le plus honnête possible.). Les réseaux sociaux apportent une dimension supplémentaire pour raconter ce qui se passe, très rapidement* ».

De gauche à droite : Cédric Lathoud, directeur des événements à la Plagne, Laurent Jamet, réalisateur du film Tested Panthera gagnant le prix 2012. Alix Calastreng, chargée de projets Sport Événements, Guillaume Desmurs, rédacteur en chef de Ski pass et Zapiks.

Le débat : *Les réseaux sociaux prennent de l'altitude*

Comment une station de sports d'hiver peut tirer partie des réseaux sociaux... Témoignage de Val Thorens.

Gregory Guzot, directeur de l'Office de Tourisme.
Etude réalisée sur les réseaux sociaux.
« Merci au club de la presse de nous avoir invités… »
Rappel : Eric Schmidt, PDG Google : « Internet, la première chose créée par l'homme sans jamais la comprendre, et la plus grande expérience en matière d'anarchie jamais réalisée.. »
Il y 7 ans internet, une mode. Aujourd'hui on communique sur internet.
Chiffres : pour toucher 50 millions de personnes : 38 ans à la radio, 12 ans pour la télé, 4 ans avec internet, et Facebook en 9 mois 100 millions de membres...
Le tourisme, le secteur le plus marchand sur internet. Les réseaux sociaux permettent le partage

La communication change : 70% du contenu est fait par les clients. 96 % de la génération Y est membre d'un réseau social, les 35-44 ans sont très connectés. En station, généralement des clients aisés, technophiles, le plus utilisateurs des RS. 93% attendent que les marques leur parlent.
Ce qui change : passage du marketing de l'intrusion (on dit à tout le monde la même chose), au marketing de la permission (on demande aux gens en comptant sur leur partage).
On est dans l'ère de la recommandation. 80% des clients font confiance à leurs pairs. Passage du marketing «du moi» au marketing des gens qui font «comme moi». Le grand changement, les gens se regroupe en tribu, «des gens qui pensent comme nous». Passage de la culture du contrôle à la culture du possible. Du marketing de masse à «une customisation» de masse, c.-à-d. être capable de «pousser» à chaque personne le produit qui lui correspond en fonction de ses besoins. Du consommateur au consom'acteur. Les marques appartiennent au client.

Le social-tourisme. Comment les RS influent les clients
Il n'y a plus de tourisme sans i-tourisme. 16 millions de personnes préparent leur séjour en ligne.
60% disent être influencées par des avis ou images données en temps réel.

Géraldine Charvin, chargée de la communication.
Important de s'approprier les nouvelle règles du jeu. Le consommateur prend plus de pouvoir. Il peut dire haut et fort ce qu'il pense de la marque. Ce peut être une menace ou une opportunité. Mais aussi transformer un fan en ambassadeur.
Gérer la marque sur les réseaux sociaux, pourquoi être sur Facebook ? Parce que les clients sont sur Facebook. Il faut prendre la main sur notre image de marque. Quand le client dit « j'aime, » il veut s'approprier du contenu pour se valoriser auprès des autres.

Internet reste une communication verticale. Les marchés ont besoin de relation. Mais aussi de valeurs de modernité, d'échange et d'ouverture.

Val Thorens sur Facebook 45 000 fans, et on arrive à toucher 2,5 millions de personnes en une semaine. Mais aussi par Youtube et autre plates formes communautaires.

Sur les RS, l'objectif de qualité de la relation demande du temps pour créer des contenus, de la générosité, qui va générer de la conversion, de l'acquisition pratique sur le site. Le manager de communauté doit partager sa passion avec un public. Pour cela, en concurrence avec toutes les marques et les amis de nos fans. Il faut être imaginatif, surprenant, savoir se renouveler, mais répondre à nos enjeux commerciaux.
A Val Thorens décision de planifier de générer du trafic sur le site.
Règle d'or, la transparence, on ne doit pas supprimer le client mécontent mais le gérer et donc créer de la crédibilité. Echange de confiance avec la communauté. Construire la communauté. Soigner la qualité de l'interaction.

Gérer les crises ou les attaques : les RS sont une opportunité, on peut réagir vite, anticiper, répondre. Exemple, la gestion du report de l'ouverture de la station, faute de neige. Avec une caméra, possibilité de montrer le travail sur les pistes avec une vidéo mise en ligne immédiatement. Donc gain de crédibilité. Les RS permettent la relation et l'interaction avec les clients.

En conclusion, évolution ou révolution? On revient « au marché du dimanche ». La relation entretenue avec le client, la transparence et un produit qui doit être bon. Enrichissement de la relation. Etre restreint sur les RS mais bien contrôler. Gérer son image et les crises. Votre sociabilité sur les RS dépasse le référencement sur Google. Les métiers évoluent et les organisations doivent évoluer, comme les gens qui y travaillent. Valorisation, éclectisme. Il faut être en relation avec les clients là où ils se trouvent.

Le débat : *Les réseaux sociaux prennent de l'altitude*

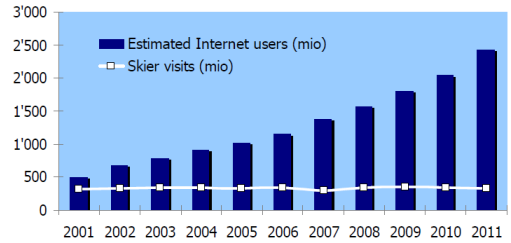
Laurent Vanat, consultant suisse, conduisant une étude annuelle sur la fréquentation des stations de sports d'hiver à travers le monde.

2012 International report on mountain tourism

Le marché du ski va-t-il devenir mondial grâce avec internet.?

Laurent Vanat, qui suit de près depuis plusieurs années le domaine des stations de montagne, publie chaque année un panorama de sa veille sur le marché

La fréquentation mondiale est parfaitement stagnante, l'utilisation d'internet stagne aussi. Internet n'a pas permis d'augmenter la fréquentation.
Les réseaux sociaux : après une étude sur les 50 plus grandes stations du monde, parmi les meilleures seulement 10% des skieurs sont sur Facebook. (USA, Suède, et Andorre). En Suisse et pays alpins : entre 2 et 4 % de fans sur FB (Val Thorens 8% mais 1,7 millions de journées skieurs pour seulement 45000 fans sur Facebook).
Beaucoup reste à faire encore. Une enquête faite en Suisse en 2010 montre que 3% des forfaits sont vendus en ligne.
Internet un moyen de plus, mais on n'a pas encore trouvé comment faire de nouveaux clients.



Armelle Solelhac
fondatrice et directrice de Switch Consulting agence de communication digitale spécialisée dans les secteurs du tourisme et des sports outdoors.

Les medias sociaux ne sont pas des médias de la quantité, mais de la qualité.
Il faut converser et engager la communauté et lui demander de répondre. Pour cela il faut produire du contenu « brain contain » contenu de marque. Plus ce contenu est de qualité plus c'est efficace.
Il vaut mieux une petite communauté très active, qu'une très grosse avec un taux d'engagement faible. A partir de 5% de l'engagement de la communauté, c'est intéressant.

Les conditions pour un contenu de qualité : la beauté, la rareté, la surprise, le suspens et « l'ingrédient secret » qui permet de répondre aux peurs et inquiétudes des gens surtout en stations de montagne. (froid, altitude..)
Rencontrer la communauté. Il faut montrer ce qui se passe.
« Le i-tourisme serait mort pour le digito-tourisme»
Le système SOMOLOCO « social-mobile-local-commercial », sur place en station. En station les gens sont en situation de mobilité, ils utilisent leur smartphone. Mais on va « leur pousser » une promotion commerciale (exemple promotion sur le chocolat chaud dans un bar d'altitude un jour de brouillard…).

Mais il faut aussi gérer « le avant et le après » : susciter l'envie.

Le débat : *Les réseaux sociaux prennent de l'altitude*

Pauline Chatagnier, étudiante en Master Information Communication option communication médiatique à l'Icom de l'Université Lumière Lyon 2.

L'évolution des réseaux sociaux RS a t-elle modifié information ou la communication ? Les schémas traditionnels sont bouleversés. Les RS sont-ils une aide pour les journalistes ou signent-ils l'arrêt de mort des journalistes? Les medias traditionnels ont mis du temps à utiliser les RS. Le journalisme citoyen, tout le monde pouvant être journalistes. Mais l'information aura toujours besoin d'un journaliste pour être légitimée. L'information reste dépendante de règles professionnelles qui font partie de la déontologie des journalistes.

Les RS ne signent la fin du journaliste mais la fin du monopole de la parole du journaliste. On utilise maintenant une information à trois voix : journaliste, expert, internaute. Il faut trouver un équilibre pour éviter les dérives possibles.

De gauche à droite :
Marc de Langenhagen, Jean Luc Baudin, Jacky Durand, Jean Marc Silva, Jean Marc Canova, Mariette Nodet

Pour ce 6ème Prix Montagne Philippe Révil, le Club de la Presse des Pays de Savoie a bénéficié du partenariat de IF3 Europe, de Annecy Tourisme, la Région Rhône Alpes, l'Assemblée des Pays de Savoie, France Montagnes, de l'Agence Links Communication.

Quelques images de la soirée à retrouver à l'adresse : des Immanquables de Montagne TV
http://www.montagnetv.com/programmes/video/xujmty/prix-montagne-2012-les-immanquables

Les pots du Club

A Chambéry

Le 3 Septembre 2012
Invitée exceptionnelle de la rentrée Bernadette Laclais Maire de Chambéry, nouvelle députée de la Savoie dans la 4ème circonscription. Mobilisation exceptionnelle aussi des membres du Club puisque 57 personnes avaient répondu à l'invitation.
Une occasion d'échanges à bâtons rompus pour une présentation de cette nouvelle élue départementale. Un pot tenu exceptionnellement au Manège. Remerciements à Florence Fournier et son équipe pour l'organisation comme au restaurant Le Savoyard qui assuré le menu dans ces lieux.

Extraits :
«Décision de quitter la vice-Présidence de la Région Rhône Alpes, avec le regret de ne pas être aller au bout des dossiers…Apprécie le relais pris par Sylvie Gillet de Thorey, élue de de Haute Savoie, à la même place et ainsi la reconnaissance de la place des départements alpins à la Région.
Ressenti, fierté et plaisir, à cette élection, mais les citoyens choisissent, succès ou non il faut se préparer au deux. Prendre le bon positionnement. Le sentiment de la lourde responsabilité dans une législature très importante.

Légiférer, concerter prendre le temps d'être sûr de prendre la bonne décision, ne pas aller à la facilité, sans confondre vitesse et précipitation, prendre le temps du dialogue.
Le Parlementaire à l'Assemblée mais aussi prendre le temps dans la circonscription pour écouter et être disponible pour respecter tout le monde.

Mandat nouveau pour elle, beaucoup de femmes nouvellement élues. Le fait d'être une femme ne donne de capacité supplémentaire mais un regard différent et complémentaire. Elue à l'assemblée pour faire reculer un certain nombre d'inégalités en expliquant les choses. (les revenus différents à compétences égales ce n'est pas normal…). Bonne et juste répartition des responsabilités.

L'entrée au Palais Bourbon, satisfaction de constater le nombre de femmes, plus de 40%, et une Assemblée rajeunie.

Fierté de représenter la Savoie et de voir le regard positif des collègues sur nos départements dynamiques et à la pointe de beaucoup de choses.

Le travail parlementaire n'est pas lié à ses origines…
Question d'équilibre. A l'Assemblée l'enjeu est d'être à la fois la personne qui va faire la loi, en prenant en compte la diversité connue au quotidien dans nos territoires. Regard sur des politiques à faire évoluer et sur le concret. On ne

peut pas se déconnecter du territoire. Garder un ancrage local est complémentaire. Permet de nourrir la réflexion ».

Cumul des mandats.. Quel choix ?
« De manière générale, je regrette les simplifications. Complexité de la question, on ne peut pas faire des injonctions. Ici pris des engagements avec un programme dans le cadre de 6 ans de mandat de maire.
Ceux qui ont sollicité et obtenu la confiance de leur concitoyens en 2008 sont engagés jusqu'à 2012.
Par ailleurs un engagement avec des collègues de la majorité municipale, donc responsabilité en tant que tête de liste, qui mettent en œuvre ce mandat. Donc je plaide pour que nous allions jusqu'en 2014. Cela ne se discute pas.

Deuxième aspect, le statut d'élu au suffrage universel a un mandat. Seul compte dans le mandat ce qui est acquis par le suffrage universel. Il faut donc tout discuter. Si le travail parlementaire est concerné, il implique le député et le sénateur.
Il y a complémentarité entre le mandat de parlementaire et le mandat d'exécutif local. Le député ou sénateur « hors sol » n'est pas souhaitable. Le mandat le plus en proximité est celui de maire. Il faut aussi se poser la question du cumul des mandats dans le temps. Attention de ne pas caricaturer ou simplifier. Se poser la question globalement sur toutes les présidences d'intercommunalité...
Je plaiderai toujours pour une complémentarité entre les mandats car cela donne une Assemblée très concrètement ancrée dans le quotidien ».

Bernadette Laclais siègera à la Commission des affaires sociales. Travail important en commission où les amendements sont votés.

Chambéry n'a pas connu depuis longtemps un maire député. La Députée Maire de Chambéry apprécie la relation de confiance établie dans le département . Veut travailler avec le même état d'esprit quelles que soient les appartenances politiques au service d'un seul objectif, faire rayonner notre territoire, à l'écoute et au service des citoyens…
Regrette que le projet d'initiative d'excellence de l'Université de Savoie ne soit pas reconnu. Capacité de recherche. « Travaillons ensemble on n'est pas grand chose tout seul. Le même objectif. L'université de Savoie ne peut pas travailler sans Grenoble, Genève ou Lyon. Spécificité de l'Université de Savoie qui est le maillon entre Genève et Grenoble. On a besoin d'un plus petit que soit et donc Grenoble a besoin de l'Université de Savoie. Tous les partenariats doivent être recherchés.
L'excellence : l'ambition d'aller tous au plus haut ».

Le 1er Octobre 2012

Guy Chaumereuil : Président du Grand Bivouac, *Festival des voyages et des découvertes partagées*,

Extraits de propos…

« Rappel cette définition du journaliste : Instituteur de l'actualité. Diffuse des connaissances.

Le Grand Bivouac -GB- Festival du voyage avec des voyageurs différents...à qui on demande de témoigner du monde d'aujourd'hui. Entre la passion du voyages et la géopolitique du monde. Les confrères disent que les gens ont besoins de rêver …! Le GB n'est pas fait pour ça..!! Mais pour décrire le monde de manière apaisée.
On voyage pour rencontrer l'autre ou mieux comprendre. On remet les idées en marche….
Thème de cette année, les montagnes du monde touchées par les droits de l'homme, et autres difficultés… montrer le combat de ces gens, c'est encore du journalisme.

Lieu de rencontre avec ceux qui reviennent de voyages. Des gens qui viennent et ne sont pas là pour être « montrés ». Pas d'exotisme. Le monde n'est pas figé, il y a toujours à découvrir.

L'opération « Le premier pas » le seul lieu où des jeunes voyageurs amateurs sont mis en face d'un grand public, avec des sujets très pointus. Beaucoup de jeunes femmes. 2 voyageurs sur 3 sont des femmes.

Projet de développement du GB vers l'accompagnement des jeunes voyageurs. Le festival devient acteur de la vie locale, développeur. Cette année 6 à 700 écoliers d'Albertville sont impliqués dans la préparation du GB sur le thème des habitats de montagne. Module accessible sur internet pour 30 classes hors Albertville. Visites de 20 classes au

GB. 1500 élèves de primaires engagés, en lien avec l'inspection d'académie. Développement vers le collège. Via internet des écoles éloignées participent , comme une en l'Ariège, au Chili, une au Népal.
Projet d'aide aux jeunes voyageurs par des accompagnements par l'ethnologie, des apprentissages techniques...l'utilisation du cinéma,

Le GB en 2002 8000 entrées. Des gens heureux car ils ont appris des choses. « Merci pour le Festival, vous avez parlé à nos cœurs... ».
En 2011, 31000 entrées, en tête des festivals de voyages en France.

Le GB « projet de territoire » : les 7 territoires de Savoie… outil culturel du territoire. Un évènement qui se diversifie en « petits bivouacs » en relation avec les écoles. Le GB est un outil culturel « hors sol ». Vocation à l'ouverture au monde à travers le territoire...
Des projets engagés avec le Val d'Aoste, jumelé avec Albertville... »

Journalisme et communicant : deux métiers différents. Quand il n'y a pas de conviction, il n'y a pas de communication possible. La communication, est un rendez vous d'honnêteté. Les buts ne sont pas les mêmes ».

Sur vos agendas ou autres tablettes

Prochains Pots...

Chambéry

Lundi 5 Novembre : Dominique Favario, président de Savoie Angels

Lundi 3 Décembre : Jean Pierre Oliva, président du Tribunal de commerce de Chambéry

Annecy

Jeudi 8 Novembre : Alain Coulombel, professeur agrégé d'économie à Thonon pour la sortie de son livre : "L'entreprise et le temps".

Une salle remplie au Décavision d'Annecy

Une prise de risque ***maximale***

Daniel Cavalli,
Directeur
d'Annecy Tourisme

C h a p ô

Directeur de rédaction : Jean Marc Canova Conception : Jean Ningre,
Club de la presse des Pays de Savoie, 121 Allée du Clos des Chênes 73190 St Baldoph
mail : clubdelapresse7374@orange.fr site : **www.clubpresse7374.com**