

## OFFRE D'EMPLOI

### INTITULÉ

---

**Community manager et écogarde numérique** H/F de l'Office de Tourisme du Guillestrois et du Queyras et du Parc Naturel Régional. CDD à temps plein d'une durée d'un an reconductible, à pourvoir dès le mois de juin.

### CONTEXTE

---

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 ».

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 manières 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.

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.

## **MISSIONS PRINCIPALES :**

---

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

#### 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. 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 en lien avec la chargée de communication en charge de la photothèque ;
  - Vidéos en lien avec la chargée de communication en charge des vidéos.
- Mettre en œuvre les campagnes 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 PNRQ :

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

- 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 (écompteurs et Outdoorvision).
- Opérer au croisement des différentes données recueillies par le Parc et l'OT pour alimenter l'observatoire touristique du territoire

## **MISSIONS SECONDAIRES**

---

**Mission 1 : Contribuer à l'élaboration, à la conduite et à l'évaluation du plan de communication de l'OTGQ**

**Mission 2 : Travailler à l'élaboration de prestations pour les partenaires de l'OTGQ**

Dans le cadre du partenariat, vous devrez proposer la création de nouveaux services de l'OT à l'intention des socioprofessionnels, notamment sur le volet numérique.

**Mission 3 : Contribuer à la mise à jour du site chemins des parcs.fr**

Le site cheminsdesparcs.fr fait l'objet d'une collaboration entre le Parc, l'OT et la Communauté de communes du Guillestrois-Queyras. Dans ce cadre et en parallèle de la valorisation de ce site sur les réseaux sociaux, proposer des mises à jour de contenus, notamment concernant les points d'intérêt ou les conditions d'accès des itinéraires.

## **CONDITIONS PARTICULIERES DE TRAVAIL :**

---

Lieu : Siège de l'Office du tourisme à Ville-Vieille et siège du Parc à Arvieux, avec déplacements ponctuels sur tout le territoire (Hautes-Alpes). Horaires flexibles. Travail ponctuel le soir et le weekend. Permis B et mobilité indispensable.

## PROFIL

---

### Connaissances

- Connaissance du tourisme et de son environnement.
- Connaissance des acteurs influents du net, des réseaux sociaux et des outils de veille.
- Connaissance de la plateforme de marque et de la stratégie promotionnelle de la destination.
- Maitriser les techniques de communication basées sur le nudge.
- Connaître le fonctionnement et les évolutions des réseaux sociaux.
- Lire, écrire et parler anglais.
- Connaissance des enjeux environnementaux, des conflits d'usages et des bonnes pratiques en montagne.
- Connaissance de l'outil PNR : rôle, missions, statut, fonctionnement

### Compétences

- Maitriser la méthodologie relative à la gestion de projet : savoir prioriser, gérer son temps, collaborer et mettre en œuvre des actions à partir d'objectifs clairs et partagés avec la direction et ses collègues.
- Maitriser les réseaux sociaux et les méthodes de mesures des audiences et de la performance des actions conduites sur les réseaux.
- Monter, suivre et évaluer une campagne « social ads ».
- Etablir une veille sur les réseaux sociaux et les tendances en matière de communication digitale.
- Contribuer à la définition de stratégies de communication.
- Être organisé et réactif dans son travail.
- Rédiger des synthèses et des bilans.
- Travailler en équipe.
- Gérer son temps de travail, en sachant apprécier les priorités.
- Conduire plusieurs projets simultanément.

### Savoir-être

- Savoir travailler en équipe dans l'intérêt du projet collectif.
- Rigueur et organisation.
- Polyvalence et flexibilité.
- Respect des arbitrages.
- Sensibilité à la biodiversité et aux territoires de montagne.

## QUALIFICATION / EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

---

Bac + 3 minimum ou expérience équivalente.

## RÉMUNERATION :

---

Salaire établi en fonction de la grille de la Convention collective des offices de tourisme, échelon 2.3, indice 1832 : 2298.43€ brut mensuel. Mutuelle prise en charge à 60% par l'employeur.

## RETOUR DES CANDIDATURES

---

Au plus tard le 15 mai 2025 – CV et lettre de motivation à adresser à la directrice de l'Office de Tourisme du Guillestrois et du Queyras, 2535 route du Queyras, 05 350 Château Ville-Vieille ou par courriel :

[e.galfard@guillestroisqueyras.com](mailto:e.galfard@guillestroisqueyras.com)

Les entretiens se dérouleront en présentiel le 5 juin 2025.