



Campagne « Respecter, c'est protéger » RcP

Newsletter juillet 2015

Patronage et partenaires

Patronage

- Office fédéral de l'environnement (OFEV)

- Club alpin suisse (CAS)

Partenaires

- Communauté de travail pour la forêt

- Office fédéral du sport

- Conférence des services de la faune, de la chasse et de la pêche CSF des cantons

- ChasseSuisse

- Office de l'environnement du Liechtenstein

- Mountain Wilderness Suisse

- Amis de la nature Suisse

- Réseau des parcs suisses

- Pro Natura

- Schneeschuh-Verband Schweiz

- Association suisse des guides de montagne

- Association suisse pour la protection des oiseaux / BirdLife Suisse

- Suisse Rando

- Station ornithologique suisse

- Remontées mécaniques suisses

- Swiss-Ski

- SwissSnowshoe

- Swiss Snowsports Association

- swisstopo

- Association suisse des accompagnateurs en montagne

- WWF Suisse

Partenaires spécialisés

- WSL - Institut pour l'étude de la neige et des avalanches (SLF)

- Bureau suisse de prévention des accidents (bpa)

- Fédération suisse du tourisme (FST)

Impressum

Rédaction: Reto Solèr, chef de la campagne « Respecter, c'est protéger »
c/o Club alpin suisse (CAS), Monbijoustrasse 61 | Case postale | CH-3000 Berne 23

Distribution: Patronage, partenaires, associés, bailleurs de fonds, autres intéressés

Contact: reto.soler@respektiere-deine-grenzen.ch
www.respecter-cest-protéger.ch / www.respect-wildlife.ch
+41(0)31 370 18 52 +41(0)79 628 16 03

Sommaire

Rapport succinct hiver 2014/15

| | |
|---|---|
| Mesures de sensibilisation des skieurs hors-piste | 2 |
| Mesures de sensibilisation des randonneurs à ski et à raquettes | 3 |
| Mesures de sensibilisation via les groupes de multiplicateurs | 4 |
| Evaluation | 5 |

Rapport succinct hiver 2014/15

Le rapport détaillé peut être commandé auprès de la direction de la campagne. Celui-ci comporte des commentaires et des chiffres détaillés sur les réalisations de la campagne et sur les résultats de l'évaluation. Le rapport concernant l'hiver 2014/15 suit les objectifs du business plan pour la deuxième phase de la campagne 2013-2016.

Mesures de sensibilisation des skieurs hors-piste

La campagne RcP s'est adressée au groupe de dialogue des skieurs hors-piste pour la première fois durant l'hiver 2013/14, et ce, dans quatre destinations pilotes. Au cours de l'hiver suivant, les responsables de la campagne ont étoffé les mesures. Les supports de communication spécifiques suivants ont été utilisés:

Dépliants et affiches en anglais

Concernant la focalisation sur le groupe de dialogue des skieurs hors-piste, les responsables de la campagne ont produit des affiches en anglais et édité des dépliants dans cette même langue. Tout comme pour les versions allemande et française, des portraits et des empreintes d'animaux ont été ajoutés au dos du dépliant, représentant un atout supplémentaire.

Supports de communication spécifiques

Les supports de communication suivants ont été utilisés:

- **Clip vidéo** (deux versions d'une durée de 14 et 44 secondes): avec sujet des situations de conflit et de réconciliation entre skieurs hors-piste et animaux sauvages. Voir www.respect-wildlife.ch
- **Micro site Internet**: le site trilingue www.respect-wildlife.ch représente la plateforme d'information des skieurs hors-piste.
- **Emblème/slogan**: respect-wildlife.ch contient le message clé. Selon l'utilisation et quand cela semble judicieux, on y ajoute « Ride wild ».

Réalisations dans 12 destinations (trois sont présentées ci-après à titre représentatif)

- | | |
|------------------|--|
| Flims-Laax | <ul style="list-style-type: none">- Diffusion du clip vidéo 24 heures sur le canal d'information de la télévision, donc dans les hôtels et logements de vacances.- Présentation par intermittence du clip sur l'écran du restaurant de montagne « Crap Sogn Gion ».- Mise à disposition de dépliants dans les stations inférieures de Flims et Laax, dans les magasins de sport ainsi que dans certains salons de thé et bars de Flims et Laax . |
| Andermatt-Sedrun | <ul style="list-style-type: none">- Présentation du clip vidéo à la station intermédiaire du téléphérique Gemsstockbahn. |

- Diffusion du clip vidéo sur Facebook en début de saison et promotion du site respect-wildlife.ch.
- Mise à disposition de dépliants aux stations des téléphériques d'Andermatt et de Sedrun ainsi qu'aux gares des Chemins de fer rhétiques (Dieni et Nätschen).
- Présentation de dépliants et affiches dans différents bars et magasins de sports de montagne.

Lenzerheide

- Diffusion du clip vidéo à la station inférieure, dans les télécabines et au restaurant de montagne.
- Distribution par les téléphériques de Lenzerheide de dépliants aux offices de tourisme de Churwalden, Parpan, Valbella, Lenzerheide et Lantsch ainsi qu'aux hôtels et magasins de sport.
- Mise à disposition de dépliants dans une grande partie des domaines skiables, à la station inférieure, à la station intermédiaire et dans les restaurants de montagne.

Des mesures similaires ont été réalisées dans les destinations de ski-hors-piste suivantes: Grindelwald, Lötschental, Saas-Fee, Zermatt, Maloja, St-Moritz, Davos-Klosters, Disentis.

Médias sociaux

La campagne RcP, ciblée sur le groupe des skieurs hors-piste, a franchi un nouveau pas dans les canaux des médias sociaux. Les responsables de la campagne ont créé leur propre page Facebook: www.facebook.com/respectwildlifech. Fin avril 2015, celle-ci comptait 1 188 fans.

Mesures de sensibilisation des randonneurs à ski et à raquettes

Site Internet RcP en anglais et en italien

Depuis décembre 2014, une version abrégée en anglais et en italien du site www.respecter-cest-proteger.ch a été mise en ligne. Depuis l'hiver 2014/15, un calendrier des manifestations est également disponible, permettant aux visiteurs d'avoir une vue d'ensemble des randonnées hivernales ayant pour thème central les animaux sauvages.

Carte interactive désormais disponible hors ligne

La carte interactive des zones de tranquillité et sites de protection de la faune constitue une offre majeure sur le portail Internet RcP. A présent, celui-ci est entièrement compatible avec les téléphones mobiles, et les cartes peuvent être utilisées hors ligne sur des appareils mobiles. Il est possible de télécharger en ligne des cartes d'un périmètre de 10x10 kilomètres jusqu'à une échelle de 1:25 000, qui peuvent ensuite être consultées sur le terrain sans connexion.

Des écrans dans les stations de téléphériques et les cars postaux

Entre le 1^{er} décembre 2014 et le 31 mars 2015, des images fixes avec les quatre règles ont été diffusées sur **38 écrans** au total dans les stations de téléphériques suivantes:

- Berne: Engstligenalp-Adelboden, Elsigentalp-Frutigen
- Suisse Orientale: Pizol, Disentis, Sedrun, Braunwald, Elm
- Valais: Saas-Grund
- Suisse centrale: Andermatt, Dallenwil-Wirzwei, Engelberg-Brunni, Engelberg-Trübsee-Titlis, Sattel-Hochstuckli, Pilate, Schwyz-Stoos-Fronalpstock, Sörenberg

Dans les transports publics, notamment les cars postaux, la diffusion a eu lieu les week-ends et jours fériés entre le 20 décembre et le 29 mars (58 jours) sur un total de **608 écrans** doubles, touchant ainsi quelque 8,5 millions de voyageurs. Les images fixes et clip vidéos ont été diffusés 658 221 fois en tout dans les régions suivantes: Oberland bernois, Glaris, Grisons, Valais, Suisse romande et centrale.

Distribution

L'envoi d'affiches et de dépliants aux skieurs hors-piste, randonneurs à raquettes et à skis ainsi qu'aux groupes de multiplicateurs du tourisme et de l'outdoor a été effectué par l'Office fédéral des constructions et de la logistique, tandis que les cadeaux publicitaires (cartes de jass, autocollants, inclinomètres) ont été emballés par les collaborateurs présentant des handicaps de la Band AG.

Supports de communication distribués durant l'hiver 2014/15

| Supports de communication | Allemand | Français | Anglais |
|---------------------------|--|----------------------|---------|
| Dépliants | 33 300 | 22 000 | 13 500 |
| Affiches (A2 et F4) | 210 | 360 | 110 |
| Cartes de jass | Jeu allemand 550 ex. Jeu français 750 ex. | Jeu français 330 ex. | |
| Autocollants | 3 500 | 1 800 | |
| Inclinomètres | 3 300 | 1 900 | |

Mesures de sensibilisation via les groupes de multiplicateurs

Branche outdoor

Dans le cadre du suivi personnel, des courriers ont été envoyés en début d'année et fin avril à l'ensemble des partenaires actuels de la branche outdoor et, si nécessaire, relancés par téléphone. Ainsi, les partenaires recontactés ont été informés de l'actualité de la campagne et interrogés sur leurs stocks de matériel. **Toutes les filiales de Bächli, Transa et Eiselin** ont reçu une certaine quantité de matériel de campagne. Dans les magasins concernés de Berne, le stock a été vérifié – du matériel était disponible dans toutes les filiales. Par ailleurs, l'entreprise **Salewa** a disposé des dépliants RcP dans toutes ses boutiques suisses.

Branche du tourisme et parcs suisses

Dans la branche du tourisme, les responsables de la campagne se sont focalisés sur les régions dans lesquelles il existe de nombreuses zones de tranquillité de la faune. **Une trentaine d'organisations**

touristiques et de remontées mécaniques ont été directement contactées et sensibilisées à la campagne et au matériel d'information.

Comme durant l'hiver précédent, la collaboration entre la campagne et les parcs naturels régionaux a été recherchée et, si possible, renforcée. Entre-temps, **tous les parcs** intéressants ont signé un engagement (commitment) avec RcP, les parcs naturels régionaux assumant parfois directement la distribution dans leur secteur.

Commitment

Un partenaire « commitment » s'engage à respecter et à communiquer les quatre règles RcP. Le kit partenaires comprend différentes mesures de sensibilisation, qui peuvent être choisies individuellement par les entreprises. En mai 2015, on dénombrait **251 partenaires** au total. Les différentes entreprises sont listées dans la rubrique « Partenaires » du site www.respecter-cest-protoger.ch.

Manifestations

Du matériel a été mis à disposition, et / ou le clip vidéo a été diffusé lors de **19 manifestations**. La participation à de grands événements, significatifs pour la branche outdoor, tels que le Warren-Miller Tour et le Banff-Tour, a permis une meilleure visibilité par rapport à l'an passé. Par ailleurs, la campagne a été présentée avec des supports de communication à un événement de Transa et à sept manifestations organisées par Salewa.

Résultats de l'évaluation

Sondage en ligne représentatif du ski hors-piste

Peu avant le lancement de la campagne destinée aux skieurs hors-piste, l'entreprise demoscope a réalisé un sondage en ligne en janvier 2014 auprès de 400 adeptes de cette discipline. Fin mars 2015, celle-ci a été réitérée auprès d'un échantillon de 420 sportifs.

Les principaux résultats sont synthétisés ci-dessous:

- Les problèmes sont mieux décelés: 2014: 19% / 2015: 27%
- La visibilité de RcP a augmenté: 2014: 53% / 2015: 62%
- Le slogan est davantage accepté: 2014: 29% / 2015: 32%
- Les skieurs hors-piste renoncent toujours à emprunter des descentes alternatives: 2014: 51% / 2015: 50%
- Un skieur hors-piste sur deux affirme qu'il ou elle renoncerait à une piste attrayante si celle-ci traversait une zone de tranquillité de la faune reconnue.

La campagne « Respecter, c'est protéger » est patronnée par l'Office fédéral de l'environnement (OFEV) et le Club alpin suisse (CAS).

www.respecter-cest-protoger.ch – www.respect-wildlife.ch