

How to « Communication Entreprises partenaires »

(Dernière mise à jour : août 2025)

Guide pour la communication des engagements des Entreprises partenaires basés sur les valeurs des parcs suisses

Table des matières

1. Introduction.....	2
2. Boîte à outils (toolbox)	2
3. Phrase manuscrite, distinction Parc/Partenaire et terminologie.....	3
4. Utilisation du handout « Exemples pour la communication »	4
5. Autres inspirations : messages, emplacements et matériaux.....	7

1. Introduction

Le programme Entreprises partenaires se base sur les 7 valeurs des parcs suisses. Les valeurs ont été élaborées par les parcs puis apprêtées pour la communication en 2022 (> [télécharger les valeurs](#)). Elles peuvent être utilisées par tous les parcs et par les Entreprises partenaires des parcs dont le système est validé par la Commission Entreprises partenaires.

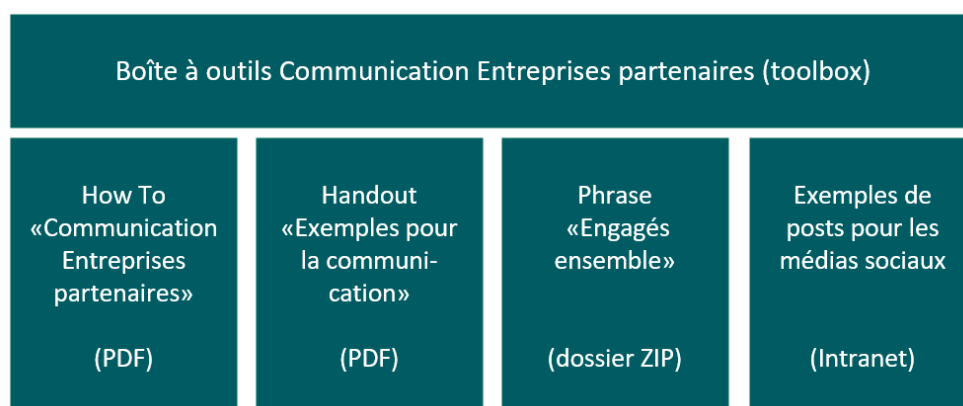
Afin d'offrir aux Entreprises partenaires des parcs validés une certaine orientation pour la communication de leurs mesures concrètes (engagements) en lien aux valeurs des parcs suisses / de la durabilité au sens large, il a été décidé par les directeurs et directrices de développer une boîte à outils (toolbox).

Cette boîte à outils est le résultat de plusieurs réunions de groupes de travail avec les responsables de la communication des parcs ainsi que d'une phase pilote avec deux parcs (Biosfera Val Müstair et Jurapark Aargau). Elle a pour but de fournir aux parcs et aux Entreprises partenaires un ensemble d'exemples pour la communication des engagements par les entreprises. L'idée est que la boîte à outils serve de support au parc et soit utilisée dans le cadre de l'entretien d'évaluation.

L'objectif est que les entreprises partenaires mettent en avant leurs engagements envers les valeurs des parcs suisses via différents moyens de communication. Cela crée une meilleure visibilité pour les entreprises, renforce leur positionnement dans le domaine de la durabilité et ouvre de nouvelles perspectives.

***Important :** Les Entreprises partenaires sont libres de choisir de communiquer leurs engagements comme présenté dans ce dossier. Cette boîte à outils a pour but de montrer des pistes possibles et inspirations qui peuvent être appliquées selon les besoins de l'entreprise. En même temps, elle renforce la cohérence de la communication entre tous les parcs qui ont le programme Entreprises partenaires. Les parcs qui souhaitent faire recours à un soutien individuel supplémentaire peuvent s'adresser au Réseau.*

2. Boîte à outils (toolbox)



La boîte à outils Communication Entreprises partenaires est composée des quatre éléments suivants :

1. **How To** : Guide explicatif destiné aux parcs pour la communication Entreprises partenaires.

2. **Handout « Exemples pour la communication »** : Série d'exemples pour la communication des engagements par les Entreprises partenaires.
3. **Phrase manuscrite « Engagés ensemble »** : Condensation des valeurs des parcs suisses. Cette phrase, qui existe en quatre langues, est l'élément commun pour tous les parcs.
4. **Exemples de posts pour les médias sociaux** : Le Réseau récolte au fur et à mesure posts (parcs et Entreprises partenaires) et les met à disposition sur [Intranet](#).

3. Phrase manuscrite, distinction Parc/Partenaire et terminologie

La phrase manuscrite « Engagés ensemble » et la distinction Parc/Partenaire sont des éléments essentiels pour renforcer la cohérence de la communication Entreprises partenaires.

1) Phrase manuscrite

La phrase manuscrite *Engagés ensemble pour la nature, les gens et la région* est le seul élément qui est commun pour tous les parcs. Elle est un « condensé » des valeurs et reprend la même écriture. Elle existe en quatre langues, trois couleurs, trois formats et se présente ainsi :

Engagés ensemble pour la nature, les gens et la région.

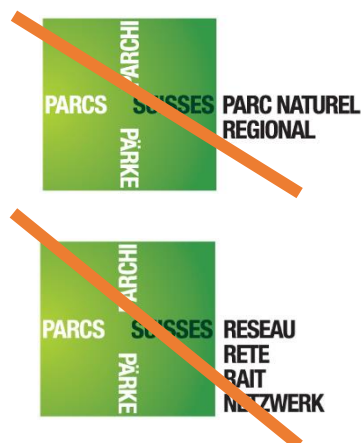
Deutsch : *Gemeinsam engagiert für die Natur, Mensch und Region.*
 Italiano : *Insieme, impegnati per la natura, le persone e la regione.*
 Rumantsch : *Engaschats da cuminanza per la natira, ils umans e la regiun.*

Note : Cette phrase a été conçue en allemand dans le cadre du groupe de travail puis traduite dans un second temps (français : parcs Jura vaudois, Chasseral et Gruyère Pays d'Enhaut ; italien : Parco Val Calanca ; romanche : Biosfera Val Müstair).

2) Distinction Parc/Partenaire

Chaque parc disposant d'un système de partenariat validé le communique conformément à son CI/CD. L'alliance de la distinction Parc/partenaire avec le logo du parc aide le parc à être plus visible et favorise l'identification avec le parc. Il n'est pas permis d'utiliser le carré vert (OFEV) en lien avec le programme Entreprise partenaire. Pour les parcs qui créent une nouvelle distinction, il est conseillé de consulter la Commission Entreprises partenaires afin de s'assurer de sa conformité.

Exemple :



3) Terminologie

Voici le vocabulaire recommandé pour communiquer au sujet du programme Entreprises partenaires. Il est essentiel d'utiliser des termes précis, afin de ne pas créer de confusion avec d'autres types de démarches. A noter qu'il est très important de ne pas utiliser le jargon de la certification/labellisation, car le principe de base du programme est la collaboration et l'amélioration continue est non l'instauration d'un label.

Do's

DE	FR
Partnerunternehmen	Entreprises partenaires
Programm Partnerunternehmen	Programme Entreprises partenaires
Partnersystem, welches auf den Werten der Schweizer Pärke basiert	Système de partenariat basé sur les valeurs des parcs suisses
Auszeichnung Partnerunternehmen	Distinction Entreprises partenaires
Standortgespräch	Entretien d'évaluation
Standortgesprächsformular	Formulaire de l'entretien d'évaluation
Standortgesprächsverantwortliche	Responsable de l'entretien d'évaluation
Partnerschaftsvereinbarung	Convention de partenariat
Kommission Partnerunternehmen (KoPU)	Commission Entreprises partenaires (CoEP)
Lokale Partnerkommission	Commission locale Entreprises partenaires

Dont's

DE	FR
Zertifizierung Partnerunternehmen	Certification Entreprises partenaires
Label Partnerunternehmen	Label Entreprises partenaires
Zertifizierte Betriebe	Entreprises certifiées
Audit	Audit
Coaching	Coaching
Coach oder Auditor	Coach ou Auditeur/trice
Coaching-Formular oder Audit-Formular	Formulaire de coaching ou Formulaire d'audit
Nationale Kommission Partnerunternehmen	Commission nationale Entreprises partenaires

4. Utilisation du handout « Exemples pour la communication »

Le handout « Exemples pour la communication » contient une série d'esquisses de structure pour différents produits de communication. En tout, il contient huit exemples (porte, réception, entrée, porte-document chambre, menu, buffet, site internet, médias sociaux), qui visent à orienter les parcs et leurs entreprises pour la mise en œuvre de la communication des engagements.

La police, la couleur de l'écriture, la photo, etc. utilisées dans ces exemples sont, elles-aussi, aussi à titre indicatif. Le parc et l'Entreprise partenaire sont libres de définir eux-mêmes ces paramètres. Il est important de rappeler que l'emploi de la phrase manuscrite et de la distinction renforcent la visibilité des valeurs/du parc.

Bien qu'imaginés dans le contexte de l'hôtellerie/restauration, le but de ces esquisses est surtout d'illustrer une « mécanique », c'est-à-dire comment procéder pour construire la communication. Notamment, la formulation des contenus exprimant les engagements (longueur, style) et le placement des éléments sur la page (structure). Cette façon de faire peut-être reprise pour élaborer d'autres messages sur d'autres supports pour des partenaires issus d'autres branches professionnelles.

Le handout « Exemples pour la communication » (PDF) peut être imprimé en toute simplicité par une imprimante en couleurs, ceci afin d'être montré lors d'entretiens et de visite chez les partenaires.

Explication des exemples

Les esquisses contenues dans le handout sont commentées une à une :

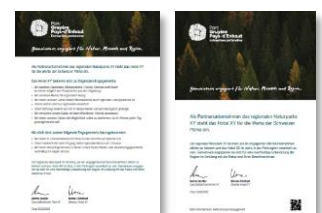
Porte



Plaquette

- Emplacement : La plaquette pourrait être fixée sur le mur extérieur, p. ex. à côté de la porte d'entrée de l'établissement.
- Matériel : Le matériel pourrait être en émail ou en métal. Ce sont des matériaux très résistants. Les parcs et leurs partenaires auront peut-être envie de choisir un autre matériel si une bonne solution locale est à leur disposition.

Réception / Entrée



Commitment/Déclaration d'engagement

- Versions : Le handout contient deux versions avec des contenus plus ou moins détaillés.
- Nom du document : Il est important de l'appeler ce document p. ex. « Commitment » ou « déclaration d'engagement » (et non « certificat » qui se réfère à une certification/labellisation). Rappel : Le programme Entreprises partenaires n'est pas un programme de labellisation. Il s'agit d'un processus de collaboration entre l'entreprise et le parc, cela en vue d'une amélioration continue. Ce « Commitment » est donc un acte de reconnaissance de la collaboration.
- Emplacement : P. ex. hall d'entrée, réception, salle d'attente, magasin, accueil, boutique, etc.
- Matériel : Papier, papier cartonné, poster, avec/sans cadre (suggestion : bois local).
- Date : Il est recommandé de ne pas indiquer de période de validité sur le Commitment, mais d'y mettre la date du jour de la signature. Elle indiquera que le partenariat reste valide et actuel.

Chambre d'hôtel

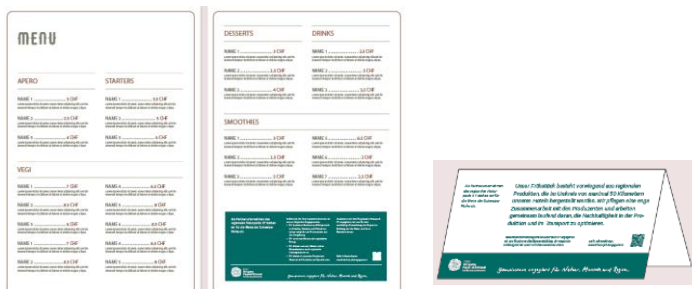
Porte-document

- **Emplacement :** Les engagements peuvent être également communiqués en détail à d'autres endroits au sein de l'établissement comme le montre cet exemple de porte-document.



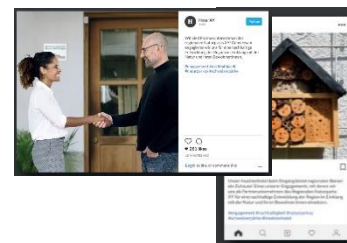
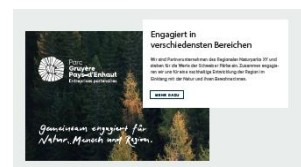
Menu / Buffet du petit-déjeuner

- **Emplacement :** L'engagement d'un établissement dans le domaine des produits régionaux pourrait être communiqué dans la carte d'un restaurant (sur papier ; sur autocollant) ou sur une petite carte pliée et posée sur un buffet.



Site Internet / Médias sociaux

- **Site internet :** La distinction Parc/partenaire et la phrase manuscrite sont les indicateurs des engagements de l'établissement. Ce sont des symboles qui indiquent que le client va pouvoir en savoir plus sur le thème des engagements de l'entreprise en termes de durabilité.
- **Médias sociaux :** Ici sont représentés deux exemples :
 - Un post annonce une nouvelle sur le nouveau partenariat entre l'entreprise et le parc
 - L'autre post illustre un engagement spécifique (ici en lien à la biodiversité).



5. Autres inspirations : messages, emplacements et matériaux

Cette partie du How To présente des exemples supplémentaires utiles pour la réflexion autour de la communication des engagements par les Entreprises partenaires. Ils servent à se poser la question où et comment communiquer les engagements de manière pertinente (quels messages-clés, à quels emplacements et sur quels matériaux).

Messages et emplacements

L'exemple suivant présente une salle de bain (mais il pourrait aussi s'agir d'une cuisine, un studio de fitness, un coiffeur, etc.) avec accès à l'eau, à l'électricité et autres ressources (textiles, etc.). De manière générale, il est important de ne pas surcharger un espace avec des messages mais de choisir les messages les plus pertinents pour l'entreprise.

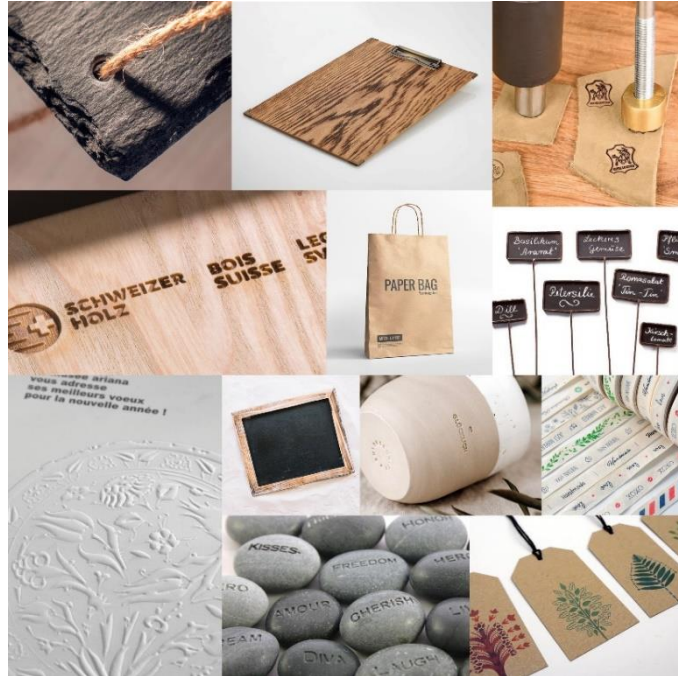


Matériaux

Note personnelle et authenticité sont toutes deux des notions importantes pour une communication pertinente des engagements. Il sera peut-être souhaité par le partenaire de compléter la palette de communication sur papier par des mots écrits à la main sur ardoise ou sur un panneau en bois sculpté ou encore sur une pierre gravée. Cela pour parler de ses engagements à l'aide de matériaux chaleureux et

proche de la philosophie de l'établissement. Les possibilités sont donc sans fin et la créativité requise. Dans les parcs, on recommandera sans doute de choisir des matériaux naturels.

Voici quelques exemples généraux de mise en œuvre :



Et voici deux exemples tirés des parcs :

