

opportunités - projets éditoriaux print ou audiovisuel

### Série France Télévision

- Nous continuons à **tenter de réaliser une 2<sup>e</sup> série** de films courts en prime time sur France 2 et France 3, après le retrait du sponsor, la SNCF.
- Nous avons rencontré Sylvie Adigard la productrice avec laquelle nous avons réalisé la 1<sup>e</sup> série (présentatrice Télématin) et Nathalie Wis la responsable des partenariats chez France TV Publicité, essentielle pour **trouver un nouveau sponsor**
- Nous **adaptions le positionnement des films** pour répondre tant aux demandes d'ajustements des Parcs que pour coller aux attentes des antennes
- Nous cherchons mutuellement un sponsor en mesure d'acheter l'espace publicitaire encadrant nos films

Rappel : 42 créneaux de diffusion en janvier dernier pour une moyenne d'audience par film de 1,4 million de téléspectateurs

### Terre Sauvage

Partenaire éditorial habituel de la Fédération avec qui nous avons réalisé un Hors série Terre Sauvage – territoires remarquable pour les 40 ans des Parcs puis un Hors série Partir en France pour les 50 ans des Parcs.

- Nous avons l'opportunité d'un partenariat permettant de **figurer dans les sentiers sauvages (6 pages dans le numéro courant, mensuel) + 4<sup>e</sup> de couverture** pour Destination Parcs sur 3 ) 4 numéros, à un coût très préférentielle (4 à 5000 euros par numéro). Nous toucherions ainsi le lectorat et les abonnés de terre Sauvage, cœur de cible de Destination Parcs.
- Nous avons aussi l'opportunité d'un **hors-série** qui pourrait être associé à la parution d'un numéro, ceci pour un montant de 30 000 euros, similaire aux opérations précédentes.

### Kaizen

Kaizen magazine, est un bimestriel qui explore les solutions écologiques et sociales depuis 2012. Le magazine donne à voir des initiatives pérennes et reproductibles qui s'inscrivent dans une volonté de construire un nouveau paradigme plus durable, à savoir : Plus respectueux des écosystèmes, et des personnes.

Le magazine est distribué en kiosque, librairie, magasin bio et par abonnement.

En parallèle, kaizen dispose d'un site internet et communique via les réseaux sociaux avec la même ligne éditoriale.

Toujours dans l'esprit de développer la notoriété et l'image des Parcs, en particulier de leur produits marqués et de Destination Parc, **nous travaillons avec Kaizen pour systématiser une nouvelle rubrique articulée autour du tourisme slow.**

L'intention est d'inciter le lectorat à voyager autrement :

- en (re)découvrant la richesse des territoires locaux ;
- en allant à la découverte de la faune et la flore de notre pays.
- en rencontrant des femmes et des hommes qui connaissent leur territoire et le valorise, grâce à des savoir-faire précieux, plus respectueux de la nature et des hommes.
- en (re)découvrant des patrimoines naturels et culturels de proximité ;

- en favorisant des modes de transport plus doux ;

Nom de la Rubrique :

Voyage à la rencontre du vivant.

Sous-titre : Slow tourisme en territoire local

Proposition de Partenariat :

**De son côté Kaizen :**

- **rédige et publie l'article dans le bimestriel et sur le site avec le logo des PNR et lien.**
- **Ces articles sont relayés sur les RS en mentionnant les PNR**

**De son côté les PNR :**

- **Identifient les territoires, pertinents en fonction des ressources naturelles et des personnes qui les valorisent.**
- **Proposent un hébergement pour une (ou deux si besoin) nuit(s) à la journaliste**
- **Si besoin, accueille la journaliste pour se rendre dans les lieux de reportage**
- **Met à disposition des photos**

**Jeunesse**

Nous (communication et éducation-culture) a développer un projet destiné aux jeunes (travaux avec Casterman et Plume de carotte)