

Campagne numérique de lancement de la plateforme « Destination Parcs »

Date de mise en ligne

11/03/2025 - 12:00

Type de marché

Services

Type de procédure

Procédure adaptée

Date limite de réception des offres

31/03/2025 - 23:59

Marché privé de service, soumis aux règles de la commande publique en application de l'Ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015, du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics désormais codifié à l'article L. 1211-1 du Code de la commande publique. Consultation en procédure adaptée.

ARTICLE 1 - CONTEXTE GENERAL

1/ Description du maître d'ouvrage

La **Fédération des Parcs naturels régionaux de France** est le porte-parole du réseau des Parcs naturels régionaux (PNR). Outil privilégié de leurs réflexions et de leurs actions communes, elle est chargée de la représentation de leurs intérêts auprès des administrations, des assemblées parlementaires et des organismes institutionnels, et de leur prise en compte dans l'élaboration des textes et politiques les concernant. Elle est aussi une structure de concertation avec les Régions et les partenaires nationaux de l'action des PNR, notamment les autres aires protégées françaises et européennes. La Fédération regroupe 59 PNR, les Régions et des organismes nationaux de protection et de développement. Elle est gérée par un Bureau qui s'appuie sur des commissions qui sont forces de propositions et mettent en œuvre les décisions. La FPNRF ne possède pas de pouvoir prescriptif sur les PNR. Cependant, elle propose des actions concertées voire mutualisées parmi les 59 Parcs du réseau, notamment pour les aider à mettre en œuvre leur mission d'expérimentation.

Les **Parcs naturels régionaux** ont pour objet de favoriser un projet de développement durable sur leur territoire en lien avec leurs cinq missions : 1. Protection des paysages, du patrimoine naturel et culturel par une gestion adaptée ; 2. Accueil, information et éducation du public ; 3. Contribution à l'aménagement du territoire ; 4. Contribution au développement économique, social, culturel et à la qualité de vie ; 5. Expérimentation et contribution à des programmes de recherche.

Au nombre de 59 en 2025, ils couvrent environ 17% du territoire national, avec plus de 4 millions d'habitants. Ils emploient 2 200 agents. Ils regroupent un éventail riche de patrimoines remarquables aussi bien culturels que naturels qu'ils se doivent de préserver tout en assurant une mission d'accueil, d'information et d'éducation des publics. L'appui au développement des activités économiques constitue une des missions conduites par les PNR en visant la création de richesses et d'emploi largement appuyée sur la richesse de leurs patrimoines remarquables. Leur tissu économique est relativement semblable à celui des zones rurales françaises : dominé par une forte proportion de petites et très petites entreprises notamment dans les secteurs du tourisme, de l'agriculture, des loisirs et de l'artisanat/industrie.

Les dispositions principales concernant les Parcs naturels régionaux sont codifiées aux articles L.333-1 à L. 333-16 du code de l'environnement. Les actions d'un Parc naturel régional sont mises en œuvre par un syndicat mixte ouvert sur la base d'une charte renouvelée tous les 15 ans.

2/ Cadre stratégique « tourisme loisirs et sports de nature » de la Fédération des Parcs

La FPNRF a validé en 2017 un cadre stratégique commun aux Parcs en matière de tourisme et loisirs et

posé les bases du projet « Destination Parcs » en retenant le scénario le plus ambitieux proposé : faire émerger une destination « Parcs naturels régionaux » sur le plan national.

La mise en œuvre de ce cadre stratégique s'est notamment appuyée sur :

- Une feuille de route développée en quatre grandes étapes pour atteindre cet objectif
- Les principales actions de communication numérique menées depuis 2020 autour de la marque « [Valeurs Parc naturel régional](#) » :
 - Marketing d'influence ;
 - Création de contenus (photos, vidéos et audios, etc.) ;
 - Présence renforcée sur des réseaux sociaux croisant « Destination Parcs » et la marque « Valeurs Parc naturel régional ».
- Les actions conduites plus largement en matière de recherche d'attractivité et de maîtrise du développement touristique.

ARTICLE 2 - CONTEXTE DU PROJET « DESTINATION PARCS »

En 2024, après avoir finalisé la plateforme de marque « Destination Parcs », définit la stratégie de communication digitale et mis en œuvre un programme de formation au e-tourisme, la Fédération des Parcs naturels régionaux de France est en cours de finalisation d'une plateforme numérique inspirante nommée « Destination Parcs ».

ARTICLE 3 - PRESENTATION DU PROJET « DESTINATION PARCS »

L'objet du présent marché porte sur le lancement de la plateforme numérique et sa promotion sur l'année 2025.

Le projet « Destination Parcs » a pour ambition d'inspirer les personnes susceptibles d'être intéressées par les Parcs et de leur donner envie de venir les découvrir. Cela passe par la création d'une plateforme numérique d'ici fin avril 2025 et le recours au réseaux sociaux afin d'animer cette communauté dans le temps. Cette initiative vise à promouvoir une destination touristique originale, durable et responsable en mettant en lumière la richesse et la diversité des patrimoines des PNR mais aussi leur offre de produits touristiques et produits marqués « Valeurs Parc ».

La création de cette plateforme s'inscrit aussi dans une volonté plus large de sensibiliser le public à l'importance de la conservation de la nature et de favoriser un comportement respectueux et responsable envers l'environnement. En offrant des contenus riches et variés, « Destination Parcs » aspire à devenir une référence en matière de tourisme durable, en encourageant les visiteurs à explorer les Parcs naturels régionaux tout en minimisant leur impact écologique.

La réussite de cette ambition passe par la capacité à toucher le public cible et à réussir la démarche visant à séduire celui-ci afin qu'il vienne dans les Parcs.

Afin de répondre à l'ambition rappelée ci-dessus, la FPNRF souhaite mener dans les meilleures conditions le lancement et la promotion de la plateforme numérique :

- Grâce à une campagne de promotion numérique à l'aide de référencement payant, display et des réseaux sociaux.

La mission d'appui au pilotage de la campagne de communication digitale a donc pour objectif sa réussite tout en testant et évaluant un panel d'actions différentes.

- Grâce à la publication et messages adaptés à la phase de lancement, en s'appuyant sur des supports existants.

ARTICLE 4 - DESCRIPTION DES PRESTATIONS ET LIVRABLES ATTENDUS DU PRÉSENT MARCHÉ

1/ Mise en œuvre du plan de communication digitale et de sponsoring

Le candidat retenu aura pour mission d'assurer le conseil et l'exécution opérationnelle de la stratégie de communication digitale et de sponsoring, afin de maximiser la visibilité de la plateforme « Destination Parcs » auprès des publics cibles et de générer du trafic. Cette mise en œuvre devra s'appuyer sur une approche data-driven permettant une diffusion optimisée des contenus et une gestion des campagnes sponsorisées.

Livrables attendus :

- Élaboration et mise en œuvre d'un plan de communication et marketing détaillé, intégrant un calendrier précis des actions et en cohérence avec les objectifs de la plateforme.
- Sélection et recommandation des canaux de diffusion les plus pertinents (réseaux sociaux, display, référencement payant, etc.)
- Élaboration d'un calendrier de diffusion des campagnes avec un phasage précis (lancement, montée en puissance, stabilisation)
- Recommandations sur l'usage des contenus existants (photos, vidéos, articles) et préconisations sur les compléments nécessaires. Assemblage et optimisation des contenus existants pour assurer une cohérence lors du lancement de la plateforme.

2/ Mise en place et gestion du plan de communication

Le candidat retenu assurera la mise en œuvre opérationnelle des campagnes publicitaires digitales, incluant la gestion d'une partie des achats et l'optimisation des performances en fonction des indicateurs de suivi.

Livrables attendus :

- Mise en place et suivi des campagnes sponsorisées (réseaux sociaux, display, google ads, etc.)
- Paramétrage et optimisation des campagnes publicitaires pour assurer un ciblage efficace
- Identification et proposition de médias appropriés à la diffusion des messages
- Gestion et suivi des bons de commandes affectés aux campagnes, en garantissant une répartition optimale des ressources en fonction des retombées.
- Publication en direct des messages sur les canaux de communication.
- Aide à la publication (contenus et supports) des messages sous maîtrise d'œuvre de la FPNRF.
- Reporting régulier avec analyse des performances et ajustements en temps réel.

3/ Optimisation des contenus et création d'éléments visuels complémentaires

Afin d'être cohérent et d'avoir un impact sur la campagne de la FPNRF, le candidat retenu adaptera et optimisera les contenus existants, voire en créera de nouveaux pour appuyer cette campagne de lancement. Cette création de contenu devra respecter la charte graphique du projet.

Livrables attendus :

- Sélection et adaptation des contenus visuels et vidéos en fonction des supports et formats ciblés (vidéos immersives à destination des réseaux sociaux, bannières display, carrousels Instagram etc.)
- Création de contenus promotionnels complémentaires si nécessaire (montages vidéo, animations graphiques, etc.)
- Conception de variations de messages publicitaires en fonction des audiences et des tests mis en place.

4/ Suivi, analyse et recommandation pour l'optimisation des performances

Les actions mises en place devront être mesurées en continu afin d'optimiser les campagnes en fonction de leur efficacité et des résultats obtenus. Le candidat retenu devra fournir des analyses

détaillées et proposer des ajustements.

Livrables attendus :

- Mise en place d'indicateurs de suivi et tableaux de bord pour mesurer l'impact des actions engagées
- Analyse des performances des campagnes et des contenus sponsorisés
- Recommandations d'optimisation et d'ajustement des investissements publicitaires en temps réel
- Rédaction d'un bilan final des actions menées avec préconisations pour les futures campagnes.

ARTICLE 5 - MODALITES D'EXECUTION DU MARCHÉ

1/ Pilotage et suivi d'exécution

Le marché est coordonné par un chef de projet à la Fédération des Parcs naturels régionaux de France (FPNRF), sous la responsabilité d'Éric BRUA, directeur.

Ce marché s'ancre dans une stratégie portée par la FPNRF. La FPNRF organisera des réunions de travail au fil de l'avancement de la mission, au sein d'un groupe projet, afin de valider la mise en œuvre étape par étape.

2/ Spécifications techniques

Le candidat devra prendre en compte l'ensemble des documents ressources fournis par la FPNRF, tels que la **charte graphique**, la **stratégie de communication**, et tout autre document spécifique fourni par l'entité contractante. Ces éléments constitueront la base fondamentale pour le développement et l'exécution des actions prévues dans le cadre de la mission.

3/ Compétences attendues

Le candidat devra disposer ou mobiliser toutes les ressources et compétences pour la réalisation des actions prévues dans le présent marché.

Les compétences spécifiques requises sont :

- Expertise en stratégie de communication digitale
- Gestion de campagnes publicitaires en ligne (achats d'espaces publicitaires sur les réseaux sociaux, display, google ads) ainsi que le mise en place de ciblage efficaces et l'optimisation des performances
- Création de contenu visuel et audiovisuel : Concevoir et adapter des contenus visuels en fonction des différents formats et supports en respectant la charte graphique du projet
- Analyse de données et reporting.
- Gestion de projet et coordination : Gérer plusieurs campagnes en parallèle, respecter les délais et garantir une cohérence globale des actions de communication, tout en optimisant les ressources et budgets.

4/ Délais d'exécution

Le prestataire devra respecter les délais suivants pour la réalisation des différentes étapes du projet, en veillant à garantir la qualité et l'efficacité des actions mises en place. Ces délais sont indicatifs et pourront être ajustés en fonction des besoins et du conseil du prestataire choisi. Toutes modifications devront être validées par les parties prenantes.

- Planification et élaboration du plan de communication : 2 semaines après signature du contrat.
- Création et adaptation des contenus : entre 2 semaines et 4 semaines après signature du contrat.
- Phase de mise en œuvre du plan de communication et lancement des campagnes : à partir de début mai 2025.
- Phase d'optimisation et ajustement des campagnes : 2 semaines après le début des premières campagnes.
- Phase de suivi et reporting régulier : toutes les 2 semaines maximum pendant la durée de la

campagne.

- Bilan et recommandations : 2 semaines après la fin des campagnes principales.

5/ Cession des droits et propriété intellectuelle

Les créations sont cédées irrévocablement et à titre exclusif à la Fédération des Parcs naturels régionaux pour l'ensemble de ses droits patrimoniaux, à savoir : le droit d'exploitation, de représentation, de reproduction et d'adaptation sur les créations objet de la présente prestation, sur tous supports, en tous formats, sans limitation de quantités ni de durée.

6/ Méthodologie et livrables

Le prestataire devra être force de proposition sur la méthodologie proposée pour mener à bien l'exécution du marché et produire les livrables demandés.

7/ Calendrier prévisionnel de la mission

- **Conseil et préparation du plan de communication : dès que possible**
- **Date de démarrage prévisionnelle : Deuxième quinzaine du mois d'avril**
- **Démarrage de la campagne : fin avril - début mai**

La durée totale d'exécution est estimée à **6 mois** à compter de la date de contractualisation.

8/ Décomposition du marché

Le marché sera décomposé en deux tranches :

- Tranche 1 : tranche forfaitaire correspondant à la prestation d'accompagnement. Cette tranche inclue la gestion de la tranche 2.
- Tranche 2 : tranche à bon de commandes pour l'achat d'espaces publicitaires

9/ Budget prévisionnel

Le budget prévisionnel total de la campagne est estimé à 50 800 € HT.

- 25 300 € HT maximum pour les tranches 1 et 2, sous maîtrise d'œuvre du candidat dans le cadre du présent marché.
- Le 25 500 € HT maximum sous maîtrise d'œuvre de la FPNRF.

ARTICLE 6 - CONDITIONS DE REMISE DES OFFRES ET DE SÉLECTION

1/ Conditions de remise des offres

Calendrier :

- Retours attendus d'ici le 31/03 à 23h59 – version numérique uniquement
- Sélection des prestataires les mieux notés pour audition en visioconférence
- Audition des prestataires retenus le 09/04 matin
- Décision d'attribution du marché le 17/04

L'offre devra comprendre :

- Les références de l'entreprise (éléments permettant d'apprécier les capacités techniques, professionnelles et financières de l'entreprise), son statut juridique, son numéro SIRET.
- Le nom et les références de la ou des personnes en charge de la prestation.
- Un devis, qui devra indiquer :

Tranche 1 :

- Le prix de la prestation d'accompagnement HT et TTC (TVA applicable) – hors frais d'achats d'espaces publicitaire. Ce prix est forfaitaire.

Tranche 2 :

- L'enveloppe maximum d'achat d'espaces publicitaires sous sa maîtrise d'œuvre HT et TTC (TVA applicable). Cette tranche sera mise en œuvre par bons de commande.
- **Le cadre de réponse technique du candidat sur un maximum de 6 pages**
 - La méthodologie proposée pour réaliser la mission incluant un calendrier,
 - Les moyens (techniques et humains) proposés pour réaliser la mission (détaillant le nombre de jours),
 - La ou les personnes(s) en charge de la réalisation de la prestation,
 - Un interlocuteur unique auprès de la FPNRF.

L'entreprise devra produire les justificatifs suivants avant notification du contrat ou de la commande :

- Une attestation d'assurance en cours de validité
- Une attestation de conformité des déclarations sociales (URSSAF) de moins de 6 mois
- Une attestation de conformité des déclarations fiscales de moins de 6 mois

Renseignements complémentaires

Pour obtenir tous les renseignements complémentaires, les candidats devront faire parvenir une demande par mail à mdacunha@parcs-naturels-regionaux.fr, au plus tard 7 jours avant la date limite de réception des offres, soit le 24 mars 2025.

2/ Critères de sélection des candidatures

Les candidatures **recevables** seront analysées au regard des critères suivants:

- Situation juridique

Le pouvoir adjudicateur se réserve le droit de rejeter la candidature du candidat dont le dossier de candidature est incomplet.

L'offre économiquement la plus avantageuse sera appréciée en fonction des critères et sous-critères énoncés ci-dessous:

Valeur technique de la proposition : 30%

dont

- Méthodologie mise en œuvre pour répondre aux livrables
- Délais de réalisation et calendrier

Références, compétences et moyens humains affectés à la mission : 30%

Prix 40%

Contact

Mélanie Da Cunha (mdacunha@parcs-naturels-regionaux.fr)

Documents

[cdc-dp-campagne-numerique-de-lancement-vff.pdf](#)

