



## CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

---

### **POUVOIR ADJUDICATEUR :**

**Fédération des Parcs naturels régionaux de France (FPNRF)**  
association régie par la loi du 1er juillet 1901  
enregistrée sous le numéro SIRET 784 845 026 00045  
siège 27, rue des Petits Hôtels à Paris (75010)  
représentée par son Président en exercice, Monsieur Michaël Weber

### **OBJET DE LA CONSULTATION :**

Marché n°2024-26  
**Création graphique et technique de la plateforme numérique inspirante « Destination Parcs »,  
et premiers contenus**

## Table des matières :

<b>ARTICLE 1 – CONTEXTE GENERAL</b> .....	<b>3</b>
<b>1/ POUVOIR ADJUDICATEUR</b> .....	<b>3</b>
<b>2/ DESCRIPTION DU MAITRE D’OUVRAGE</b> .....	<b>3</b>
<b>3/ CADRE STRATEGIQUE « TOURISME LOISIRS ET SPORTS DE NATURE »</b> .....	<b>3</b>
<b>ARTICLE 2 – CONTEXTE DU PROJET « DESTINATION PARCS »</b> .....	<b>4</b>
<b>ARTICLE 3 – PRESENTATION DU PROJET</b> .....	<b>5</b>
<b>ARTICLE 4 – DESCRIPTION DES PRESTATIONS ET LIVRABLES ATTENDUS</b> .....	<b>7</b>
Lot 1 : Création de l’identité graphique.....	8
1. L’identité graphique.....	8
2. Création de la charte graphique web .....	10
Lot 2 : Création de la plateforme numérique inspirante.....	11
Lot 3 : Rédaction et intégration des premiers contenus de la plateforme web.....	14
La création des contenus avec les PNR.....	14
1. Objectifs stratégiques .....	15
2. Création des premiers contenus.....	15
3. Livrables attendus.....	15
<b>ARTICLE 5 – MODALITES D’EXECUTION</b> .....	<b>16</b>
<b>PILOTAGE ET SUIVI D’EXECUTION</b> .....	<b>16</b>
<b>COMPETENCES ATTENDUES</b> .....	<b>16</b>
<b>CESSION DES DROITS ET PROPRIETE INTELLECTUELLE</b> .....	<b>17</b>
<b>METHODOLOGIE ET LIVRABLES</b> .....	<b>17</b>
<b>DELAIS D’EXECUTION</b> .....	<b>18</b>
<b>ANNEXE 1 : COMPLÉMENTS DE CONTEXTE DU PROJET « DESTINATION PARCS »</b> .....	<b>19</b>
<b>ANNEXE 2 : INSPIRATION GRAPHIQUE ET BESOINS POUR LA CREATION DE LA PLATEFORME « DESTINATION PARCS »</b>	<b>22</b>
<b>ANNEXE 3 : PROPOSITION D’ARBORESCENCE DE LA PLATEFORME NUMERIQUE INSPIRANTE « DESTINATION PARCS »</b>	<b>22</b>
En Homepage.....	23
Exemple Onglet : Les Parcs .....	23
Exemple Onglet : La nature.....	24
Exemple Onglet : Que Voir et Que Faire.....	24
Exemple Onglet : Vivre.....	25

## ARTICLE 1 – CONTEXTE GENERAL

### 1/ Pouvoir adjudicateur

La Fédération des Parcs naturels régionaux de France (FPNRF) est une association régie par la loi du 1<sup>er</sup> juillet 1901, enregistrée sous le numéro SIRET 784 845 026 00045, ayant son siège 27, rue des Petits Hôtels à Paris (75010), représentée par son Président, Monsieur Michaël WEBER.

### 2/ 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 58 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 58 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 58 en 2023, 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.

### 3/ Cadre stratégique « tourisme loisirs et sports de nature »

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. Une feuille de route en quatre grandes étapes a été rédigée pour atteindre cet objectif.

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

- Les principales actions de communication numérique 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 ».
- La campagne de sensibilisation « [Quand on arrive en parc](#) » qui permet au réseau des Parcs naturels régionaux de rappeler les bons gestes à adopter lorsqu'on fréquente une aire protégée.

## ARTICLE 2 – CONTEXTE DU PROJET « DESTINATION PARCS »

*Pour plus d'éléments de contexte, les volets 1 et 2 du projet « Destination Parcs » sont détaillés à partir de la page 19 en Annexes de ce document.*

### **3<sup>e</sup> volet : 2024**

Il s'agit en 2024 de mettre en œuvre le plan d'action déclinant les orientations ci-dessus :

1. Finaliser la plateforme de marque « Destination Parcs » ;
2. Définir la stratégie de communication digitale ;
3. Mettre en œuvre un programme de formation du réseau des 58 Parcs permettant l'acculturation du réseau au déploiement de la stratégie de communication numérique et au marketing e-touristique ;
4. Créer une plateforme numérique inspirante Destination Parcs (site internet) ;
5. Lancer des actions de communication et de marketing.

- **Pour plus d'informations, consultez le document d'expertise accessible [en cliquant sur ce lien](#).**

L'agence Travel Insight a œuvré de mars à juillet 2024 pour la mise en œuvre des actions 1 et 2 citées ci-dessus, et déploiera dès l'automne 2024 la mise en œuvre du programme de formation.

Il s'est agi de :

#### **1. Finaliser la plateforme de marque "Destination Parcs"**

La finalisation de la construction de la plateforme de marque de la "Destination Parcs" constituant les fondements de la stratégie de communication et de marketing digital à conduire. Elle permet de cadrer le bon fonctionnement des outils numériques :

- Définir / valider les différentes cibles et les prescripteurs (personae) ;
- Décliner une promesse « Destination Parcs » et un positionnement (à partir des travaux déjà conduits sur la promesse / positionnement « Utopie Rurale » de 2019 et sur le capital de marque « Valeurs Parc naturel régional ») ;
- Optimiser les atouts au regard des forces en présence (éléments de différenciation) ;
- S'assurer que les offres singulières des Parcs naturels régionaux sont compréhensibles et comprises par toutes les parties prenantes ;
- Définir les indicateurs de suivi dans le cadre de la stratégie de tourisme durable.

La plateforme de marque prend la forme d'un document de synthèse définissant les axes de communication et la stratégie marketing de Destination Parcs (ex : proposition d'arborescence de la plateforme).

#### **2. Définir la stratégie de communication digitale**

- La définition de la stratégie de communication digitale avec la définition des cibles, du message, et d'objectifs spécifiques, mesurables, réalisables et temporellement définis ;

- La déclinaison en plan de communication précis avec, notamment la détermination des canaux et outils digitaux les plus propices pour atteindre les objectifs de la stratégie ;
- La définition d'une ligne éditoriale et d'une charte de bonnes pratiques pour l'animation de chaque canal qui sera mobilisé par le plan de communication ;
- Une méthode d'analyse et d'évaluation de l'action par la définition des indicateurs clés de performances (KPIs Business) ;
- La priorisation des acteurs du marché touristique dans l'optique de futurs partenariats (à la suite de l'analyse déjà réalisée en 2023).

Cette stratégie sert de point d'appui à la production de la future plateforme numérique « Destination Parcs » (qui fait l'objet du présent marché).

### **3. Mettre en œuvre un programme de formation du réseau des 58 Parcs permettant l'acculturation du réseau au déploiement de la stratégie de communication numérique et au marketing e-touristique**

À la suite de la réalisation des deux ateliers d'acculturation des Parcs et de la Fédération (automne 2023), se dérouleront ces temps de formation en accompagnement de la phase de mise en œuvre de la stratégie de communication numérique. Dans une configuration de formations-actions, ceux-ci permettront de :

- Aider à la compréhension de la stratégie de communication digitale et des outils mis en place (canaux, partenaires...).
- Structurer la production et la remontée des contenus digitaux s'inscrivant dans la stratégie et la ligne éditoriale « Destination Parcs ».

➤ **Pour plus d'informations, consultez les livrables de la mission de l'agence Travel Insight [en cliquant sur ce lien](#).**

**L'objet du présent marché est la mise en œuvre de l'action n°4 définie par le plan d'action : « Créer une plateforme numérique inspirante Destination Parcs (site internet) ».**

## **ARTICLE 3 – PRESENTATION DU PROJET**

*Pour accéder au document présentation de manière détaillée les enjeux de la mission, [veuillez cliquer sur ce lien](#).*

### **1. Présentation du projet**

Le projet "Destination Parcs" a pour ambition de créer une plateforme numérique innovante dédiée à la valorisation des Parcs naturels régionaux (PNR) en France. Cette initiative vise à promouvoir un tourisme durable et responsable en mettant en lumière la richesse et la diversité des paysages, de la faune et de la flore des PNR. La plateforme servira de vitrine numérique interactive, permettant aux utilisateurs de découvrir et de planifier des visites dans ces espaces naturels préservés.

La création de cette plateforme s'inscrit 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.

## 2. Objectifs du projet

Les objectifs du projet "Destination Parcs" sont multiples et visent à maximiser l'impact positif sur les PNR et leurs visiteurs :

1. **Valoriser les 58 Parcs naturels régionaux :**
  - Offrir une vitrine détaillée et interactive pour chaque Parc, mettant en avant ses caractéristiques uniques, comme son patrimoine naturel et culturel, ainsi que les activités disponibles. Mais également sur leurs offres de produits et services engagés pour le développement durable de leur territoire.
2. **Promouvoir les territoires selon leur typologie :**
  - Diviser les Parcs en catégories telles que mer, montagne, et campagne, pour faciliter la découverte selon les préférences des visiteurs.
3. **Inspirer les visiteurs avec des contenus variés et attractifs :**
  - Proposer des expériences à vivre, des idées de découvertes saisonnières, et des suggestions de séjours adaptés à différents types de voyageurs (familles, couples, groupes, etc.).
4. **Sensibiliser le public à l'importance de la préservation des PNR :**
  - Informer et éduquer les visiteurs sur les enjeux environnementaux, les pratiques de conservation, et les actions locales en faveur du développement durable.
5. **Encourager des pratiques de tourisme durable :**
  - Promouvoir des comportements respectueux de l'environnement, tels que le slow travel, le respect des habitats naturels, et l'engagement dans des activités écoresponsables. Comme avec la marque "Valeurs Parc naturel régional" où le consommateur/visiteur fait le choix de soutenir une activité économique locale respectueuse de son environnement et des femmes et des hommes qui y vivent.

## 3. Mission et vision du projet

La mission et la vision du projet "Destination Parcs" sont les piliers fondamentaux qui guident toutes les actions et initiatives de la plateforme :

### a) Mission

La mission de "Destination Parcs" est de promouvoir les Parcs naturels régionaux comme des destinations idéales pour les micro-aventures et les séjours éco-responsables. En mettant en avant la biodiversité, le patrimoine culturel, les savoir-faire locaux et les initiatives locales des PNR, la plateforme vise à :

- **Promouvoir l'écotourisme :** En offrant des informations détaillées et des outils de planification, "Destination Parcs" encourage les visiteurs à choisir des destinations proches, réduisant ainsi leur empreinte carbone et soutenant les économies locales.
- **Valoriser la biodiversité :** En présentant la richesse de la faune et de la flore des PNR, la plateforme incite à la protection des espèces et des habitats naturels.
- **Favoriser les initiatives locales :** En mettant en avant les produits estampillés "Valeurs Parc naturel régional" (hébergement, restaurants, activités, savoir-faire local), la plateforme soutient les artisans et les entrepreneurs locaux.

## b) Vision

La vision de "Destination Parcs" est de devenir un média inspirationnel de référence dédiée à la valorisation des Parcs naturels régionaux en France. Cette vision se traduit par les aspirations suivantes :

- **Découverte et exploration** : Faire découvrir aux visiteurs les richesses naturelles et culturelles des PNR, à travers des contenus inspirants et diversifiés.
- **Tourisme durable et responsable** : Encourager un modèle de tourisme qui respecte l'environnement, soutient les économies locales et promeut la durabilité.
- **Sensibilisation et éducation** : Sensibiliser le public aux enjeux de la conservation de la nature et éduquer sur les pratiques de tourisme responsable.
- **Communauté engagée** : Créer une communauté de voyageurs passionnés par la nature et l'écotourisme, partageant des valeurs de respect et de préservation de l'environnement.

## 4. Valeurs et piliers de « Destinations Parcs »

"Destination Parcs" repose sur des valeurs fortes et des piliers solides qui structurent son identité et ses actions :

### a) Valeurs

- **Ethique** : Prendre en compte les aspects économiques, sociaux et environnementaux selon une approche durable.
- **Épanouissement** : Co-construire la stabilité et la beauté des écosystèmes et des êtres vivants.
- **Engagement** : Préserver la biodiversité et le patrimoine culturel local, y compris les traditions, les savoir-faire artisanaux et les modes de vie traditionnels.
- **Sensibilisation** : Eduquer aux enjeux de conservation et à l'importance de la préservation de la nature.
- **Coopération** : Favoriser la collaboration entre acteurs et être faiseur de liens autour de valeurs partagées.

### b) Piliers de « Destination Parcs »

- **Local** : Un engagement fort envers la (re)découverte des terroirs français, la promotion des activités immersives de découverte de la culture et du terroir, et le soutien à l'économie locale.
- **Humain** : Une incarnation ancrée dans le réel, valorisant les rencontres authentiques avec les habitants locaux et une hospitalité sincère.
- **Slow** : Encouragement à profiter lentement de la nature pour la protéger longtemps, en proposant des activités de plein air axées sur la détente, la contemplation, et la connexion avec la nature.

En respectant ces valeurs et piliers, "Destination Parcs" s'efforce de créer une expérience de voyage qui est à la fois enrichissante pour les visiteurs et bénéfique pour les Parcs naturels régionaux et leurs communautés.

## ARTICLE 4 – DESCRIPTION DES PRESTATIONS ET LIVRABLES ATTENDUS

Le présent marché comprend 3 lots faisant chacun l'objet d'un accord cadre distinct et comme suit :

- **Lot 1 : Création de l'identité graphique**

- **Lot 2 : Création de la plateforme numérique inspirante**
- **Lot 3 : Rédaction et intégration des premiers contenus de la plateforme web**

**Le soumissionnaire pourra répondre à un ou plusieurs lots. Il devra être constitué d'autant de dossiers d'offre que de lots soumissionnés.**

## **Lot 1 : Création de l'identité graphique**

La création de l'identité graphique de "Destination Parcs" constitue une étape cruciale dans son développement et de sa plateforme média. Cette identité visuelle sera le reflet des valeurs et des aspirations de "Destination Parcs", véhiculant l'engagement envers la nature, la durabilité, et la communauté. Une identité graphique cohérente et attrayante permettra non seulement de renforcer la reconnaissance de "Destination Parcs" mais aussi de créer une connexion émotionnelle avec le public cible.

Ce processus implique la conception de divers éléments graphiques, tels que le logo, la palette de couleurs, le choix de la typographie, et les illustrations, qui ensemble définiront l'esthétique et le ton visuel de « Destination Parcs ». Chaque élément doit être soigneusement pensé pour garantir une représentation fidèle et inspirante des Parcs naturels régionaux (PNR) et de l'engagement de "Destination Parcs" pour un tourisme responsable et respectueux de l'environnement.

L'objectif est de créer une identité graphique qui soit à la fois distinctive et flexible, permettant à « Destination Parcs » de se distinguer dans un paysage médiatique concurrentiel tout en restant fidèle à ses principes fondamentaux. En intégrant des éléments visuels authentiques et évocateurs, nous chercherons à capturer l'essence des PNR et à inspirer les visiteurs à explorer et à protéger ces précieux territoires.

Le processus de création de l'identité graphique sera guidé par une série de principes directeurs et de critères esthétiques définis en collaboration avec les parties prenantes. Ce document détaillera les spécifications et attentes pour chaque composant de l'identité graphique, assurant une exécution précise et harmonieuse de la vision de "Destination Parcs".

Pour chacune des créations graphiques qui suivent, 3 propositions globales intégrant chacune, 1 logo, 1 palette de couleurs et 1 style de typographie en cohérence avec l'identité graphique des Parcs naturels régionaux.

## **1. L'identité graphique**

### **1.1 Palette de couleurs**

- **Palette principale et secondaire** : Le prestataire devra définir une palette de couleurs cohérente avec les valeurs et l'image de Destination Parcs. Il pourra, s'il le souhaite, s'appuyer sur l'univers graphique de la FPNRF et proposer une adaptation de celui-ci. Cette palette comprendra des couleurs principales et secondaires avec les codes Pantone, HEX, RGB, et CMJN pour chaque couleur.
- **Psychologie des couleurs** : Une explication détaillée de la symbolique de chaque couleur.
- **Variantes et teintes** : Fournir des variantes de chaque couleur pour différentes utilisations (par exemple, versions plus claires ou plus foncées pour les fonds).



- **Guide d'utilisation** : Instruction sur l'usage des palettes principale et secondaires (et de leur couleurs respectives) selon les situations, avec exemple de mise en situation.

## 1.2 Déclinaison du logo

- **Concept et inspiration** : Présenter et argumenter le concept créatif. Le logo doit refléter les valeurs de « Destination Parcs » et doit répondre aux critères de base des logotypes, à savoir : lisibilité, transformation de taille, intemporel, déclinaison noir et blanc.
- **Formats et tailles** : Les logos doivent être livrés en différents formats (vectoriels compatibles Adobe InDesign et Illustrator, et bitmap comme PNG et JPEG en haute et basse définition).
- **Variantes et teintes** : Fournir des variantes de chaque couleur pour différentes utilisations (par exemple, versions plus claires ou plus foncées pour les fonds).
- **Guide d'utilisation** : Instructions sur l'utilisation du logo (taille minimale, marge de sécurité...), ses déclinaisons noire ou blanche selon les situations, (fonds appropriés, etc.), avec de mise en situation. Livrable demandé au format PDF, fichier source (ex : suite Adobe).

## 1.3 Typographie

- **Polices principales et secondaires** : Sélectionner les polices à utiliser pour les titres, sous-titres, corps de texte, etc., en indiquant les styles (gras, italique, etc.) et les tailles recommandées (usage web, impression).
- **Licences** : S'assurer que les polices proposées sont libres de droits.
- **Guide d'utilisation** : Fournir des exemples d'utilisation typographique pour différents supports (documents, web, signalétique...).

## 1.4 Utilisation des illustrations/photographies

- **Charte iconographique** : Définir le style, le ton, les sujets pour illustrer (exemple de photographies en situation).

## 1.5 Adaptation sur différents supports

### Supports imprimés

- **Déclinaisons sur supports imprimés** : Cartes de visite, papier à en-tête, document Word de type rapport, masque de diapositive sur PowerPoint. Chaque support doit respecter la charte graphique définie.

### Supports numériques

- **Réseaux sociaux** : Création de templates et de visuels adaptés aux différentes plateformes de réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest...).

Différents formats selon les réseaux sociaux utilisés devront être proposés :

- Photos de profils : environ 320 x 320 pixels ;
- Bannières de couverture : 1640px par 856px ;
- Format carré : 1080px par 1080px ;
- Format paysage : 1200px par 628px ;
- Format portrait : 1080px par 1350px ;

## 1.6 Livrables attendus

Un document unique au format .PDF répertoriant chaque utilisation de l'identité graphique :

- palette de couleurs,
- déclinaison du logo,
- charte iconographique,
- déclinaison de templates avec formats sur supports imprimés et numériques.

## 2. Création de la charte graphique web

La création de la charte graphique web est une étape essentielle pour définir et standardiser l'identité visuelle de la plateforme numérique de "Destination Parcs". Cette charte graphique web comprendra des directives détaillées sur l'utilisation des couleurs, des typographies, des boutons, des formulaires, des icônes et des illustrations. Elle servira de guide de référence pour tous les aspects visuels de la plateforme, assurant une uniformité et une harmonie esthétique sur toutes les pages et pour tous les utilisateurs.

L'objectif est de créer un fichier bien structuré et facile à utiliser, contenant des composants et des styles clairement définis. Cela facilitera non seulement le travail des designers et des développeurs, mais permettra également une évolution future fluide de la plateforme. La charte graphique web sera élaborée en tenant compte des normes d'accessibilité pour s'assurer que le site est inclusif et utilisable par tous.

L'application de cette charte graphique web sera déclinée lors de la mise en œuvre du lot 2 de la mission : Création de la plateforme numérique inspirante.

### 2.1 Structure et organisation

- **Fichier organisé** : Créer un fichier bien structuré avec des sections pour chaque élément de la charte graphique.
- **Guides et grilles** : Mise en place de guides et de grilles pour assurer la cohérence des mises en page.

### 2.2 Composants et styles

- **Couleurs** : Définir des styles de couleurs pour une utilisation cohérente sur tout le site.
- **Typographie** : Créer des styles de texte pour les différentes tailles et poids de police.
- **Boutons** : Conception de boutons dans différents états (normal, survol, actif, désactivé).
- **Formulaires** : Styles pour les champs de formulaire, les étiquettes, les messages d'erreur.
- **Icônes et illustrations** : Intégrer les icônes et illustrations dans des composants pour une utilisation facile.

### 2.3 Prototypes interactifs

- **Transitions et interactions** : Créer des prototypes interactifs pour montrer les transitions et interactions, facilitant la compréhension des parcours utilisateurs.
- **Accessibilité** : Assurer que les choix de conception respectent les normes d'accessibilité (contraste, taille de police, navigation au clavier, etc.).

### 2.4 Livrables attendus

- **Documentation des couleurs** : Codes Pantone, HEX, RGB, et CMJN pour chaque couleur.
- **Logos** : Fichiers de logos en différents formats et tailles.
- **Polices** : Fichiers de polices et instructions de licence.
- **Illustrations et photographies** : Exemples et recommandations pour l'utilisation.
- **Charte graphique** : Document complet rassemblant tous les éléments graphiques (fichier bien organisé par sections et utilisation de composants pour modification, ex : suite Adobe) ; un guide d'utilisation détaillé pour utiliser et maintenir la charte graphique en format PDF et fichiers sources (ex : suite Adobe).

## **Lot 2 : Création de la plateforme numérique inspirante**

La plateforme devra refléter l'ADN des Parcs naturels régionaux tel qu'il a été retravaillé dans le livrable de la stratégie de communication. Ainsi, cette plateforme inspirante devra être le véritable reflet de l'identité de Destination Parcs.

### **La plateforme sera responsive design, fluide et ergonomique.**

L'objectif est de créer une plateforme qui non seulement valorise les 58 Parcs naturels régionaux, mais qui inspire, qui donne envie également aux visiteurs d'explorer et de protéger ces espaces. La plateforme offrira des fonctionnalités avancées telles que des cartes interactives, des galeries multimédias (vidéos, podcasts, photothèque), et des sections dédiées aux activités et aux séjours éco-responsables. En intégrant des outils SEO performants et des mesures de sécurité rigoureuses.

Chaque étape sera réalisée en étroite collaboration avec les parties prenantes pour s'assurer que le produit final répond parfaitement aux attentes et aux besoins identifiés.

### **Les cibles à adresser via la plateforme**

L'objectif est de répondre à différentes cibles sans cloisonner l'information. En effet, elle doit rester fluide et compréhensible du grand public (cœur de cible) :

- Les habitants (familles, couples, individuels...),
- Les visiteurs et touristes.

### **Mise en accessibilité : handicap, multi-langue et écoconception**

Dans la perspective de répondre à toutes les situations de handicap, la réflexion autour de l'ergonomie, la réalisation des maquettes et le développement du site devront répondre aux normes d'accessibilité prescrite dans le Référentiel général d'Accessibilité pour les Administrations, le RGAA est disponible sur : <https://references.modernisation.gouv.fr/rgaa-accessibilite> (approuvé par arrêté en date du 29 avril 2015). Le prestataire devra être particulièrement attentif à la disposition et la lisibilité du contenu (taille de la typographie, hiérarchisation des contenus, interlignage, rythme vertical), au contraste des couleurs utilisées ainsi qu'à l'utilisation de tous mécanismes de développement nécessaires aux logiciels de lectures d'écrans.

### **Multilingue**

En raison de la diversité du public lié au secteur touristique visé, une version multi-langue (anglais à minima) des contenus devra être proposée. Un module de double saisie du contenu en français et/ou anglais devra être mis en place pour la traduction au cas par cas des contenus. Sans renseignement de

ce module, par défaut, des traductions automatiques devront être proposées. Les interfaces de l'espace privé devront également présenter un accès multi-langue.

### **Web durable**

Une attention particulière sera portée aux candidatures proposant des solutions pour réduire l'impact environnemental de la plateforme : type de serveur utilisés, localisation des serveurs, poids maximum des documents téléchargeables, redimensionnement automatique des images, lecture des vidéos, web design adapté...

### **Web design**

La création de la plateforme "Destination Parcs" représente un élément clé du projet, visant à offrir une vitrine numérique riche et interactive pour les Parcs naturels régionaux (PNR) en France. En combinant la flexibilité et l'évolutivité du logiciel utilisé avec les maquettes, nous attendons une plateforme qui est à la fois visuellement attrayante et simple d'utilisation.

L'intégration des maquettes assurera une traduction fidèle de l'identité graphique définie, garantissant une cohérence visuelle et une expérience utilisateur optimale. Chaque élément graphique et chaque composant interactif doivent être soigneusement intégrés pour refléter fidèlement la vision et les valeurs de "Destination Parcs".

Le prestataire adaptera la charte graphique au web ainsi que la conception graphique qui devra se faire en respect de cette charte graphique proposée : graphisme qui reflète innovation, dynamisme, développement durable, fraîcheur, etc., et être force de proposition de maquettes.

### **Responsive design et compatibilités des terminaux**

La plateforme devra répondre à la règle de responsive design pour un affichage optimal sur tous les terminaux de lecture quelque soient les tailles d'écran. Le contenu pour chaque type d'affichage devra rester le plus exhaustif et totalement lisible quel que soit le périphérique utilisé.

Le prestataire optimisera le développement de la plateforme en vue d'une consultation compatible avec tous les navigateurs courants (Safari, Explorer, Chrome, Mozilla...) et pour des systèmes d'exploitation divers Windows, Mac et Linux (optimisé pour les formats mobiles, tablettes, laptops, desktops : 320, 480px, 768px, 1024 px).

### **Choix et configuration du CMS**

- Un CMS open source sera proposé pour gérer les contenus de la plateforme Destination Parcs, offrant flexibilité et évolutivité (Wordpress, Drupal, Spip...). Ce CMS open source devra intégrer le transfert de fichiers existants (réf : fiches professionnelles "Valeurs Parc" du site web de la FPNRF, [hébergement et restauration](#), [activités](#), [produits locaux](#),...).
- La prestation doit intégrer la formation des futurs administrateurs à l'outil mis en place (FPNRF, chargés de mission des PNR).
- Un marquage Analytics devra être effectué.

### **Service et contrat de maintenance**

Le coût du contrat de maintenance du CMS sera indiqué dans la candidature. Le prestataire indiquera les conditions d'application de cette garantie contractuelle (délai d'intervention, horaires d'accessibilité à une hotline, prestations incluses et exclues...) :

- En cas de dysfonctionnement bloquant (site inaccessible) : intervention sous 24h maxi et rétablissement sous 48h maxi.
- En cas de dysfonctionnement non bloquant (petits bugs) : intervention sous 3 jours ouvrables maxi.

### Optimisation SEO

Le prestataire retenu aura pour mission de veiller au bon respect de l'application des réglages visant à fournir au site un bon référencement naturel (SEO).

Cela nécessite :

- La réintégration des balises title, des titres et des métadonnées (description, keywords, etc.) existantes.
- La récupération et la migration des redirections URL présentes sur le site actuel (avec les modifications adéquates si changement d'URL).
- La bonne conservation des règles d'URL canoniques.
- Des performances d'affichage et une vitesse de chargement des pages optimisés, surtout pour les mobiles.

### Sécurité de la plateforme et maintenance

Le prestataire sera entièrement garant de la sécurité (confidentialité, intégrité, disponibilité) de la plateforme (matériels, logiciels, données) et de ses instances et fournira tous les moyens qui lui sembleront nécessaires pour assurer la sécurité afin d'empêcher toute intrusion ou autres problèmes de sécurité.

Le prestataire proposera des solutions d'hébergement qu'ils estiment être les plus adaptées aux besoins du projet. Et a la charge de la sauvegarde et de l'archivage des données de la plateforme (site et données).

Cela nécessite :

- Pour l'authentification et accès : des mots de passe forts, une limitation des tentatives de connexion, authentification pour les comptes administrateurs.
- La mise en place de sauvegardes via les outils de l'hébergeur et la sécurisation des fichiers.
- Un hébergement sur des serveurs situés en France (à minima en Europe).
- Une maintenance technique sur les corrections d'anomalies : réponse en 24H exigée.

Il est demandé que les contenus déjà existants détenus par la Fédération des Parcs, soient possibles à réutiliser et migrer vers les nouveaux outils et la nouvelle plateforme (les éléments de contenus, données historiques d'hébergements précédents).

Le prestataire garantit la prise en charge de la restauration des données sur la sauvegarde la plus récente sous 12h, pour donner suite à la demande du client. Le coût de la sauvegarde est à intégrer dans le forfait d'hébergement du site. La proposition commerciale devra donc proposer une solution d'hébergement ainsi qu'un forfait annuel d'hébergement.

La Fédération des Parcs demeure libre de choisir un autre prestataire si nécessaire pour assurer la continuité de la maintenance.

### Respect du RGPD

La plateforme devra être en conformité avec le RGPD, que ce soit en termes de protection des données hébergées sur celui-ci ou sur le respect de la vie privée de ses utilisateurs.

Pour ce faire, le prestataire retenu devra mettre en place les outils adéquats permettant d'informer l'utilisateur au sujet des traceurs et des cookies utilisés sur le site mais aussi offrant la possibilité de paramétrer ceux-ci afin de les désactiver tous ou partie.

### Nom de domaine

La plateforme devra être publiée sous le nom de domaine déjà existant destination-parcs.fr. La prestation ne porte pas sur la création et le dépôt d'un nom de domaine dédié. Cet aspect sera suivi par la Fédération des Parcs.

### UX design et structure des contenus du site

La plateforme devra être simple d'utilisation en EXTERNE et facilement administrable en INTERNE.

### Arborescence :

Il est demandé au prestataire d'être force de proposition dans la cadre d'une création d'arborescence. Les contenus du site et leur structuration pourront légèrement évoluer durant le projet. Une présence en groupe de travail avec les parties prenantes du projet permettra au prestataire d'affiner les différentes propositions (nombre de maquette par type différent de page, précision du calendrier...). Une pré-proposition d'arborescence est disponible en « ANNEXE 3 » de ce document.

### **Livrables attendus**

- **Phase de planification**
  - Rappel du planning prévisionnel pour chaque étape.
  - Proposition de storyboard/plan et principes de navigation de la plateforme numérique.
- **Phase de réalisation et livraison finale**
  - Maquettes de la plateforme numérique.
  - Dossier de spécifications fonctionnelles et arborescence.
  - Service d'hébergement et de garantie.
  - Les codes requis pour accéder au site et aux fonctionnalités permettant de le gérer (y compris statistiques de fréquentation).
  - Un dossier compressé de la version finale de la plateforme et de tous les modules connexes (habillage visuel, image, fichier de base de données...).
  - Manuel d'utilisation pour le paramétrage et l'administration des fonctionnalités.

### **Lot 3 : Rédaction et intégration des premiers contenus de la plateforme web**

La rédaction et l'intégration des premiers contenus pour le lancement réussi de la plateforme "Destination Parcs" : ces contenus doivent refléter les valeurs et la mission de « Destination Parcs » tout en étant optimisés pour le référencement afin d'attirer et de retenir les visiteurs. Voici une description détaillée des prestations et livrables attendus pour cette phase :

### La création des contenus avec les PNR

Pour garantir la pertinence et l'authenticité des contenus, chaque thématique et article sera développé en étroite collaboration avec les PNR. Cette collaboration permet de s'assurer que les informations diffusées sont exactes, à jour, et alignées avec les objectifs et les initiatives des PNR.

## 1. Objectifs stratégiques

- **Engagement des visiteurs** : Créer des contenus attrayants et informatifs qui incitent les visiteurs à explorer davantage la plateforme et à interagir avec les différents éléments.
- **Sensibilisation et éducation** : Informer les visiteurs sur les Parcs naturels régionaux, leur importance, et les initiatives de conservation.
- **Promotion du tourisme durable** : Encourager les pratiques de tourisme responsable et les séjours éco-responsables.
- **Optimisation SEO** : Améliorer la visibilité de la plateforme sur les moteurs de recherche pour attirer un trafic qualifié.

## 2. Création des premiers contenus

- **Introduction et articles**

Le prestataire pourra être force de proposition sur les volumes de chaque page et articles demandés :

- **Création d'une introduction** : Rédiger une introduction qui présente l'historique, la mission, la vision, et les valeurs de "Destination Parcs" (ex : 3000 signes environ, soit 600 mots).
  - **Caractéristiques** : Texte engageant, images illustratives, appel à l'action clair.
- **Création d'articles** : Rédiger des articles détaillés sur des sujets variés liés aux Parcs, au tourisme durable, aux activités disponibles et à l'offre de produits et services (pages dédiées).
  - **Volume** : 12 contenus (ex : 4000 signes chacun environ, soit 800 mots).
  - **Structure** : Introduction, développement, conclusion, avec des sous-titres clairs pour une lecture facile.
  - **Illustrations** : Rédaction d'un protocole de mise en ligne précisant les modalités d'intégration d'images, de vidéos, d'audios et d'infographies pertinentes, déjà existantes (URL nommés, bon balisage, plug-ins ex. Yoast, etc.).

- **Habillages web**

- **Header et Footer** : Propositions de fond du haut et du bas de page reprenant l'identité visuelle pour être identifiable et en cohérence avec la stratégie graphique.
- **Habillage vidéo** : Propositions d'éléments graphiques, animés ou non, liés à la charte graphique. Il peut s'agir du logo, d'un jingle, de visuels, de synthés (titrage sous l'orateur) permettant d'identifier Destination Parcs.

- **Mots-clés pertinents**

- **Recherche de mots-clés** : Identifier et définir des mots-clés pertinents pour chaque contenu en fonction des sujets et des objectifs SEO (Utilisation d'outils de recherche de mots-clés, ex : Google Keyword Planner).
- **Intégration des mots-clés** : Utiliser les mots-clés de manière naturelle dans les titres, sous-titres, et corps des articles pour optimiser le référencement.

## 3. Livrables attendus

- **Création d'une introduction.**
- **Création de 12 premiers articles.**
- **Propositions d'habillages web.**
- **Rédaction d'un protocole de mise en ligne des modalités d'intégration des illustrations au sein des pages, des articles au format PDF.**

## **ARTICLE 5 – MODALITES D'EXECUTION**

### Pilotage et suivi d'exécution

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

### Compétences attendues

Le prestataire est encouragé à s'accompagner de toutes les ressources et compétences nécessaires pour la réalisation des actions prévues dans le présent marché.

Les compétences spécifiques requises incluent :

#### **Lot 1 - Pour la création de l'identité graphique :**

- **Design graphique** : Maîtrise des logiciels de design (Adobe Creative Suite, etc.), expérience en création d'identités visuelles et de chartes graphiques.
- **Conception de logo** : Compétences en création de logos distinctifs et expériences sur des domaines d'activités proches des valeurs de Destination Parcs.
- **Typographie** : Expertise dans le choix et l'application de typographies adaptées.
- **Iconographie** : Compétences dans le domaine de la photographie et de l'iconographie permettant de définir une charte iconographique.
- **Gestion de projet créatif** : Expérience en gestion de projets créatifs complexes, collaboration avec des équipes multidisciplinaires.

#### **Lot 2 - Pour la création de la plateforme web :**

- **Développement web** : Expertise en développement web et web design (utilisation de thèmes, de plugins comme Yoast, etc.).
- **SEO** : Compétences en optimisation pour les moteurs de recherche, y compris l'utilisation de plugins comme JetEngine.
- **Sécurité web** : Connaissance des meilleures pratiques de sécurité web (certificats SSL, configurations de sécurité des plugins).
- **Maintenance et support** : Expérience en maintenance de sites web, y compris les mises à jour, les sauvegardes et la résolution de problèmes techniques.
- **Design UX/UI** : Apport de compétence pour répondre aux critères de l'UXdesign. Capacité à créer des interfaces utilisateur intuitives et esthétiques.
- **L'équipe de travail** du lot 2 doit compter au moins un graphiste et un développeur/intégrateur.

#### **Lot 3 - Pour la rédaction et l'intégration des premiers contenus :**



- **Rédaction web** : Compétences en rédaction de contenus web optimisés pour le SEO, capacité à écrire des articles informatifs et engageants.
- **Recherche et analyse de mots-clés** : Expertise en recherche de mots-clés pertinents pour chaque thématique, utilisation d'outils de recherche de mots-clés (Ex : Google Keyword Planner).
- **SEO** : Compétences en optimisation SEO des contenus (titres, sous-titres, balises d'images, URL), intégration des mots-clés de manière naturelle et efficace.
- **Création et intégration de contenus multimédias** : Expérience en création et intégration de contenus multimédias (photos, vidéos, infographies, etc...) pour enrichir les articles, les pages.
- **Gestion de projet éditorial** : Capacité à planifier, organiser et gérer la production de contenus, collaboration avec les parties prenantes pour s'assurer de la pertinence et de la qualité des articles.

La plateforme devra être en conformité avec le RGPD, que ce soit en termes de protection des données hébergées sur celui-ci ou sur le respect de la vie privée de ses utilisateurs.

### Cession des droits et propriété intellectuelle

Pour l'ensemble des 3 lots, 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.

### Méthodologie et livrables

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

Il est important de noter que les prestations de cette mission s'ancrent dans une stratégie portée par la FPNRF. Aussi, le groupe projet de la FPNRF organisera des réunions de travail au fil de l'avancement de la mission afin de valider la mise en œuvre étape par étape.

Calendrier prévisionnel de la mission :

	<b>Phases du lot</b>	<b>Calendrier prévisionnel</b>
<b>Lot 1 : Création de l'identité graphique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Présentation de l'identité graphique des 3 propositions globales (1 logo, 1 palette de couleurs et 1 style de typographie)</li> <li>. Présentation de la charte graphique web et de son guide</li> </ul> 2 à 3 allers-retours en distanciel pour chaque livrable	De fin septembre à fin octobre 2024
<b>Lot 2 : Création de la plateforme numérique inspirante</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Conception : spécifications fonctionnelles et arborescence de la plateforme ; graphisme et ergonomie (intégration de la charte graphique)</li> </ul> 2 à 3 allers-retours en distanciel pour l'arborescence et graphisme	De fin octobre à janvier 2025
	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Formation des administrateurs (FPNRF et chargés de mission des Parcs naturels régionaux) au CMS</li> </ul>	2 temps à organiser en fonction de l'état d'avancement de la configuration du CMS

	. Mise en œuvre : paramétrage, développement et intégration (dont transferts contenus existants, référencement)	Février 2025
<b>Lot 3 : Rédaction et intégration des premiers contenus de la plateforme web</b>	. Proposition et cadrage des premiers contenus  . Présentation des livrables et intégration des contenus  2 à 3 allers-retours en distanciel pour chaque livrable	De février à mars 2025

**Délais d'exécution**

La mission a vocation à être réalisée d'ici le 31 mars 2025 à 23h59.

Une première réunion de lancement sera programmée la semaine du 23 septembre 2024, si possible dans les locaux de la FPNRF.

Respectivement pour chaque lot, plusieurs réunions et allers-retours de suivi seront organisées entre le(s) prestataire(s) retenu(s) et les différentes parties prenantes, tout au long du projet pour garantir une exécution conforme aux attentes.

Le.....

Signature et cachet de l'entreprise (ou autre organisme)

## **ANNEXES DU CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES**

### **ANNEXE 1 : COMPLÉMENTS DE CONTEXTE DU PROJET « DESTINATION PARCS »**

#### **1<sup>er</sup> volet : 2018-2022**

En 2018, à l'initiation du projet a été identifié l'objectif suivant : « Faire émerger une destination Parcs naturels régionaux à l'horizon 2022 ».

Il s'agissait de :

- permettre aux Parcs de générer de nouvelles ressources pour leurs acteurs et leurs territoires en élargissant leurs potentiels visiteurs ;
- optimiser l'effet destination nationale sur chacun des Parcs.

Le projet s'est décliné en 4 phases de 2018 à 2022 :

#### ➤ **Phase 1 – Définition d'un positionnement et d'un contenu de destination**

La phase de faisabilité a débuté en 2018 et a permis de fixer un positionnement qualifié en interne d'« Utopie Rurale » en janvier 2019 (partage d'expérience grâce à la rencontre avec des acteurs du changement). Ce positionnement « Utopie Rurale » reposait sur quatre axes : la transmission, le partage et la rencontre avec le territoire, le mieux-être et l'accessibilité à tous.

#### ➤ **Phase 2 – Définition d'une stratégie et des modalités de construction et de mise en marché de la Destination Parcs** (phase de modélisation)

Elle a permis, à partir du printemps 2019, de vérifier la pertinence du positionnement « Utopie Rurale » à travers :

- un benchmark de l'offre existante ;
- des immersions dans cinq Parcs volontaires (Queyras, Lorraine, Haut-Languedoc, Landes de Gascogne et Vexin français) à la rencontre des prestataires et des partenaires des Parcs ;
- des auditions des professionnels de la distribution touristique ;
- enfin quatre focus groupe « clientèle » à Bordeaux, Montpellier, Lyon et Paris.

#### ➤ **Phase 3 – Construction de l'offre « Parcs naturels régionaux »**

Cette phase d'amorçage de juillet 2019 à décembre 2020 s'est traduite par :

- le choix du modèle entrepreneurial (mai 2020) ;
- l'appel à manifestation d'intérêt auprès des Parcs pour constituer le premier cercle de 15 Parcs pionniers sur le second semestre 2020 ;

- le lancement du concours « 1 entrepreneur pour Destination Parcs » fin décembre 2020 avec l'appui du Slow Tourisme Lab ;
- 76 candidatures ont été enregistrées au terme de la sollicitation ;
- 10 candidats ont été présélectionnés pour une audition rapide le 1<sup>er</sup> mars ;
- 6 candidatures ont été retenues pour présenter leur projet devant un jury d'experts le 9 mars ; ces 6 candidats ont pu bénéficier de conseil d'experts et de temps d'échanges avec les Parcs et l'incubateur Slow Tourisme Lab pour ajuster et bonifier leur proposition les 3, 4 et 5 mars.

Le suivi de l'ensemble de ce processus a été réalisé par le Lab "Destination Parcs" composé in fine des Parcs pionniers et de leurs partenaires régionaux, de l'opérateur retenu et de l'incubateur Slow Tourisme Lab qui s'est réuni à partir de 2020.

➤ **Phase 4 – Mise en marché de la Destination Parcs grâce à une phase d'expérimentation à partir de 2021**

Ce qui a conduit à :

- l'accompagnement de l'entreprise retenue (Odysway) par le Slow Tourisme Lab sur deux ans ;
- la création d'un groupe de 15 Parcs pionniers, bénéficiant d'un accompagnement au design de l'offre (mai 2021) qui s'est traduit par l'élaboration d'un canevas des offres Utopie Rurale ;
- l'engagement du travail de création des premières offres touristiques « Utopie Rurale » (15 séjours et 30 hébergements) présentées sur la plateforme « Destination Parcs » lancée fin 2021 après un travail de mobilisation de ressources photos, vidéos et textes par les Parcs ;
- le plan de communication lancé en 2022 : campagnes Facebook, réseaux sociaux des Parcs, partenariat presse Kaizen magazine et Terre Sauvage ;
- l'appui en fonds de roulement des opérateurs retenus en 2021 et 2022.

Cette phase d'expérimentation (2022) a donc été menée sur la base d'un modèle entrepreneurial de partenariat exclusif avec un opérateur privé. Cependant cette expérimentation s'est avérée non concluante.

Au terme de cinq ans d'engagement de la démarche, la Fédération des Parcs et les Parcs pionniers ont dressé un bilan consolidé de la mise en œuvre de la démarche en s'appuyant aussi sur le retour des partenaires associés (CRT, experts/agences). Cette phase d'expérimentation a permis d'alimenter le bilan et l'orientation autour du modèle entrepreneurial a été reconsidérée au profit d'un modèle inédit construit autour de la dimension inspirationnelle.

**2<sup>e</sup> volet : 2023**

En 2023, la stratégie de destination touristique « Parcs » a été pensée en vérifiant l'existence réelle d'un potentiel de destination touristique durable pour les Parcs et de leur adhésion à cette nouvelle orientation inspirationnelle. Cela a été rendu possible grâce à l'appui d'Atout France et son AMI « Destinations digitales » du Plan Destination France qui se prolongera sur 2024.

Le projet retenu dans cet AMI « Destinations Digitales » a poursuivi les objectifs définis dès 2021 en consolidant le bilan interne et en formulant des préconisations concernant la stratégie à mettre en œuvre :

- Faire davantage exister les offres traduisant la spécificité des Parcs et déclinant le positionnement retenu par les Parcs qui reste à préciser. Pour cela, il est nécessaire de créer les conditions pour l'émergence de ces offres à terme, quel qu'elles soient (activités, séjours, hébergement, restauration...) dans l'ensemble du réseau des Parcs ;

- Rendre lisible les offres pour le grand public par la définition de la stratégie de communication adaptée aux objectifs retenus et à la capacité à faire et par le déploiement des supports de communication principalement numériques ;
- Diffuser les offres « Destination Parcs » par le biais de partenariats avec des opérateurs touristiques publics et privés.

Cependant, l'orientation stratégique et le modèle Destination Parcs ont été reconsidérés à la suite de l'expertise menée en 2023 avec l'appui du Bureau d'étude Focus Marketing. En effet, le modèle entrepreneurial de commercialisation des offres « Destination Parcs » par un opérateur touristique exclusif a été remis en cause au profit d'une démarche inspirationnelle renforcée.

Plus précisément, la démarche conduite en 2023 a consisté à :

### **1. Conforter le diagnostic de l'existant par une vision « expert »**

- Communication & Marketing, dont outils digitaux.
- Modèle économique « Destination Parcs + Odysway<sup>1</sup> ».
- Puissance de la marque (impact / notoriété / lisibilité).
- Positionnement « Utopie Rurale ».

Cette action a consisté en la réalisation d'un audit de l'ensemble de l'écosystème digital des Parcs naturels régionaux de France (sites internet, réseaux sociaux) à l'échelle nationale ([site de la Fédération](#), Plateforme de marque [Valeurs Parc](#)<sup>2</sup>, plateforme Destination Parcs) et à l'échelle des 5 Parcs audités (sites internet, écosystèmes et partenaires).

### **2. Initier une démarche d'acculturation et de professionnalisation des acteurs du Tourisme et loisirs et de la communication des 58 Parcs, en préambule d'un futur programme de formation.**

En effet les compétences des Parcs concernent avant tout les champs du développement et de la structuration des offres touristiques sur leur territoire, et très peu d'entre eux disposent des connaissances et des compétences en matière de marketing numérique, de vente de prestations touristiques et de séjours d'une part et de la réalité des pratiques du e-commerce touristique, d'autre part. Aussi, la FPNRF souhaite accompagner les Parcs à la professionnalisation de leurs techniciens dans ces domaines et plus particulièrement du e-commerce.

Cette action a consisté en la réalisation de 2 workshops d'une journée chacun, d'acculturation et d'échanges. Ces derniers, identiques l'un et l'autre ont permis de toucher au total plus de 40 chargés de mission.

### **3. Poser les fondements d'une stratégie digitale renforcée et partagée**

- Renforcer la puissance de l'image des Parcs naturels régionaux et améliorer leur rayonnement via un positionnement affirmé et une stratégie de communication digitale ambitieuse s'appuyant les différents supports et canaux de communication.
- Améliorer les KPIs Business pour les socio-professionnels marqués « Valeurs Parc », les institutionnels partenaires et collectivités.

Les besoins liés à la mise en œuvre de cette stratégie digitale se traduisent par deux orientations :

---

<sup>1</sup> Opérateur touristique exclusif de la phase 4 du volet 1 « Destination Parcs »

<sup>2</sup> Marque collective attribuée par les Parcs, sur la base d'une démarche contractuelle, à tous les professionnels de leur territoire qui le souhaitent et qui satisfont le niveau d'exigence requis. Elle concerne aussi bien les produits agricoles que les produits artisanaux, les hébergements et prestations touristiques, les actions pédagogiques...

- Etablir un lien privilégié entre « Destination Parcs », la « [Marque Valeurs Parc](#) » et les prestataires marqués des Parcs, tout en développant un lien complémentaire avec d'autres prestataires vertueux<sup>3</sup> des Parcs naturels régionaux ;
- Redéfinir les missions des acteurs de l'écosystème et leurs synergies :
  - Renforcer le lien entre la stratégie de communication inspirationnelle « Destination Parcs » et le site internet de la Fédération des Parcs naturels régionaux,
  - Renforcer la proximité entre les Parcs naturels régionaux et les visiteurs de leur site internet,
  - Créer et valoriser une plateforme inspirante « Destination Parcs » d'expériences à vivre : témoin de la « Marque Valeurs Parc » et support à la projection des clientèles. Un lien privilégié sera établi entre « Destination Parcs », la « Marque Valeurs Parc », les prestataires marqués Valeurs Parc, mais aussi avec les prestataires vertueux (non marqués) des Parcs naturels régionaux,
  - Renforcer le rôle de relais des acteurs institutionnels du tourisme (Offices de tourisme, Agences Départementales et Comités Régionaux du Tourisme) dans une optique de promotion et de commercialisation des offres.

## ANNEXE 2 : INSPIRATION GRAPHIQUE ET BESOINS POUR LA CREATION DE LA PLATEFORME « DESTINATION PARCS »

→ [Veuillez cliquer sur ce lien pour accéder au document annexe](#)

## ANNEXE 3 : PROPOSITION D'ARBORESCENCE DE LA PLATEFORME NUMERIQUE INSPIRANTE « DESTINATION PARCS »

Il est demandé au prestataire d'être force de proposition dans la cadre d'une création d'arborescence. Les contenus du site et leur structuration pourront légèrement évoluer durant le projet.

Voici une description proposée des principales pages du site :

### 1. Header & Footer

- **Header** : Doit inclure le logo, le menu de navigation des pages principales, une barre de recherche, et des boutons d'appel à l'action (CTA) pour s'abonner à la newsletter et suivre sur les réseaux sociaux.
- **Footer** : Doit inclure la navigation institutionnelle (liens vers les pages de présentation, contact, qui sommes-nous, etc.), navigation complémentaire (mentions légales, politique de confidentialité, plan du site), informations de contact, icônes de réseaux sociaux avec liens, formulaire d'inscription à la newsletter, crédits et remerciements.

### 2. Pages principales

La section des pages principales de la plateforme "Destination Parcs" est essentielle pour offrir une expérience utilisateur riche et engageante. Chaque page doit être conçue avec une attention

---

<sup>3</sup> Prestataires non marqués « Valeurs Parc naturel régional » mais respectant et portant les valeurs des Parcs naturels régionaux.

particulière aux détails, en respectant la charte graphique définie et en intégrant des fonctionnalités interactives pour maximiser l'engagement des visiteurs.

### *En Homepage*

#### **Structure de la Homepage**

- **Bannière principale** : Affichage rotatif (carrousel) des articles et contenus les plus récents, mettant en avant les nouveautés et les points forts du site.
  - **Caractéristiques** : Haute résolution, lien vers les articles, options de navigation facile.
- **Section de présentation de Destination Parcs (Manifeste)** : Introduction de la mission et des valeurs de Destination Parcs.
  - **Caractéristiques** : Texte inspirant, images illustratives, lien vers la page "Qui sommes-nous".

#### **Catégories et Thématiques**

- **Sections de catégories** : Liste des principales catégories de contenu (ex. : actualités, guides de voyage, conservation et sensibilisation).
  - **Caractéristiques** : Aperçu des derniers articles pour chaque catégorie, icônes représentatives.
- **Sections de thématiques** : Présentation des thématiques nature en lien avec des séjours (mer, montagne, campagne) avec des aperçus d'articles liés.
  - **Caractéristiques** : Images thématiques, liens directs vers les pages de thématique.

#### **Contenus Immersifs**

- **Vidéos et Podcasts** : Section dédiée aux contenus multimédias les plus récemment publiés.
  - **Caractéristiques** : Lecteur intégré, description courte, option de partage.
- **Bloc de newsletters** : Invitation à s'inscrire à la newsletter du média.
  - **Caractéristiques** : Formulaire d'inscription, avantages de la newsletter, aperçu des dernières éditions.

#### **Navigation et Accessibilité**

- **Navigation intuitive** : Barre de menu, liens rapides vers les sections principales, recherche intégrée.
  - **Caractéristiques** : Navigation fluide, structure claire, accessibilité améliorée.
- **Expérience utilisateur** : Assurer une expérience fluide sur tous les types d'appareils (ordinateurs, tablettes, smartphones).

### *Exemple Onglet : Les Parcs*

#### **Interface Utilisateur**

- **Carte interactive** : Visualisation des 58 Parcs naturels régionaux avec des marqueurs cliquables.
  - **Caractéristiques** : Zoom, déplacement sur la carte, infobulles avec résumés et liens vers les pages détaillées.

- **Filtre de recherche** : Options pour filtrer les parcs par région, type de paysage, activités disponibles.
  - **Caractéristiques** : Filtres dynamiques, résultats instantanés, interface utilisateur intuitive.

#### Présentation des Parcs

- **Texte de présentation des 58 Parcs** : Renforcer l'aspect SEO et présenter la diversité des parcs.
  - **Caractéristiques** : Description détaillée, points forts, histoire, et géographie.

#### Fonctionnalités Avancées

- **Ajout de sections interactives** : Vidéos, galeries photo, témoignages de visiteurs.
  - **Caractéristiques** : Contenus enrichis, engagement des utilisateurs, partage social.

*Exemple Onglet : La nature*

#### Typologie Naturelle

- **Mer, Montagne, Campagne** : Pages dédiées à chaque typologie naturelle, présentant les parcs correspondants.
  - **Caractéristiques** : Images représentatives, description des attraits naturels, articles liés.

#### Contenus Associés

- **Articles, Vidéos, Photos** : Liste des contenus inspirants relatifs à chaque typologie.
  - **Caractéristiques** : Aperçu des derniers articles publiés, vidéos intégrées, galeries photo interactives.

#### Recherche et Filtres

- **Filtres de recherche avancée** : Recherche par mots-clés, région, activités.
  - **Caractéristiques** : Interface utilisateur intuitive, résultats instantanés.

*Exemple Onglet : Que Voir et Que Faire*

#### Thématiques de séjours Inspirationnels

- **Aventures** : Suggestions d'excursions, itinéraires de randonnées, activités nautiques.
  - **Caractéristiques** : Détails des activités, guides pratiques, cartes interactives.
- **Écologie** : Projets de conservation, présentation de la faune et de la flore, programmes éducatifs.
  - **Caractéristiques** : Articles détaillés, infographies, vidéos pédagogiques.
- **Culture & Patrimoine** : Histoire locale, gastronomie, artisanat.
  - **Caractéristiques** : Reportages, recettes locales, portraits d'artisans.
- **Bien-être** : Yoga et méditation, slow travel, conseils pour se déconnecter.
  - **Caractéristiques** : Guides de bien-être, vidéos de méditation, itinéraires slow travel.
- **Communauté** : Témoignages, événements, clubs et associations.
  - **Caractéristiques** : Interviews, calendrier des événements, profils de clubs locaux.

#### Navigation Thématique



- **Bannières thématiques** : Images représentatives pour chaque thématique avec liens directs.
  - **Caractéristiques** : Visuels attractifs, descriptions courtes, navigation facile.

#### **Contenus Récents et Populaires**

- **Section des contenus récents** : Articles, vidéos, photos publiées récemment.
  - **Caractéristiques** : Actualisation dynamique, aperçu rapide.
- **Section des contenus populaires** : Les contenus les plus lus ou visionnés.
  - **Caractéristiques** : Classement par popularité, accès rapide.

*Exemple Onglet : Vivre*

#### **Produits Valeurs Parc**

- **Présentation des produits** : Description des produits estampillés "Valeurs Parc".
  - **Caractéristiques** : Fiches détaillées, images, liens vers les services de réservation.

#### **Fiches de présentation**

- **Informations détaillées** : Description des produits et services, informations de contact.
  - **Caractéristiques** : Texte descriptif, images, vidéos, avis des utilisateurs.

#### **Redirection vers services de réservation**

- **Liens directs** : Redirections vers les plateformes de réservation partenaires.
  - **Caractéristiques** : Boutons d'appel à l'action (CTA), intégration fluide.