



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°2025-66
Refonte du site internet de la Fédération des Parcs naturels régionaux de France
www.parcs-naturels-regionaux.fr

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.

Date limite de dépôt des offres : 27 novembre 2025 à 17h00

Contact – adresse e-mail pour l'envoi des offres : mdacunha@parcs-naturels-regionaux.fr

SOMMAIRE

ARTICLE 1 – CONTEXTE	3
1/ Description du maître d'ouvrage	3
2/ Cadre stratégique « Communication » de la Fédération des Parcs naturels régionaux	3
3/ Contexte et enjeux de la refonte	5
1. Présentation du site existant	5
2. Espace membre	5
3. Autres outils hors site gérés par la FPNRF	6
ARTICLE 2 – OBJECTIFS DU SITE	6
ARTICLE 3 – DESCRIPTION DES PRESTATIONS ATTENDUES	6
1/ Brief créatif	6
2/ Fonctionnalités clés	7
3/ Attentes techniques	7
4/ Prestations attendues	8
1. Audit et conception	8
2. Développement technique et fonctionnalités majeures à conserver	8
3. Migration des données	9
4. Storytelling et valorisation des contenus	10
5. Espace membres / extranet	10
6. Accompagnement et transfert de compétences	10
5/ Indicateurs de réussite	10
6/ Cession de droits et propriété intellectuelle	11
ARTICLE 4 – MODALITES D'EXECUTION DU MARCHÉ	11
1/ Pilotage et suivi d'exécution	11
2/ Spécifications techniques	11
3/ Compétences attendues	12
4/ Organisation interne du projet	12
5/ Livrables	12
6/ Délais d'exécution	12
7/ Budget	13
ARTICLE 5 – CONDITIONS DE REMISE DES OFFRES ET SELECTION	13
ARTICLE 6 – ANNEXES TECHNIQUES	15

ARTICLE 1 – CONTEXTE

1/ Description du maitre 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 « Communication » de la Fédération des Parcs naturels régionaux

La stratégie de communication actuelle se base sur 3 objectifs principaux :

1. Être reconnu comme un partenaire clé des décideurs politiques (aménagement, égalité des territoires, transition écologique, agriculture / alimentation)
2. Réaffirmer le modèle « Parc naturel régional » auprès de trois grands publics prioritaires et par le biais d'offre packagées : les « consomm' acteurs » (marque Valeurs Parc), les touristes "Offre Destination Parcs") et les actifs métropolitains.
3. Engager l'ensemble des parties prenantes internes aux Parcs – notamment les élus, cible prioritaire – pour renforcer le poids du collectif

En ce sens, nos publics cœur de cible sont :

- Les élus des Parcs ;
- Les élus locaux, régionaux et nationaux.

Nos publics leviers :

- Le réseau des Parcs (agents des Parcs)
- Le grand public (touristes, habitants de Parcs...)
- La presse
- Les institutionnels (partenaires)

La Fédération des Parcs et les 59 Parcs naturels régionaux disposent d'une signature « **Une autre vie s'invente ici** ». Plus d'un slogan, elle incarne une vision commune et engagée face aux enjeux contemporains. Déclinée dans la charte graphique (cf annexe 2) et dans les communications locales des Parcs naturels régionaux, elle constitue un repère identitaire fort.

Stratégie numérique de la Fédération

Cette stratégie de communication s'appuyait sur un dispositif numérique pluri média alliant flux d'informations et contenus avec en son cœur le site internet.

Début 2024, un audit numérique a été mené en ce qui concerne tous les outils numériques gérés par la Fédération des Parcs, y compris le site internet.

Voici les conclusions de cet audit en ce qui concerne le site :

Le site « Parcs Naturels Régionaux » dispose d'une base solide et d'un potentiel significatif pour développer son audience et son engagement grâce à une stratégie bien orientée vers l'amélioration de l'expérience utilisateur, l'optimisation SEO, et l'exploitation des tendances en faveur de l'écotourisme. Cependant, il est crucial de s'attaquer aux faiblesses actuelles, notamment en termes de clarté du site et de design, pour maximiser son impact et sa portée. En se concentrant sur ces améliorations et en saisissant les opportunités identifiées, le site peut surmonter les menaces du marché et créer un meilleur engagement sur son site internet et auprès de la sélection de vos partenaires.

Dans le cadre d'un AMI d'Atout France « Destination digitales », la Fédération des Parcs a lancé en juin 2025 sa plateforme numérique destination-parcs.fr. La plateforme Destination Parcs constitue l'un des outils majeurs portés par la Fédération. Elle est spécifiquement destinée au grand public, avec pour objectif principal d'inspirer et de faire découvrir les Parcs naturels régionaux à travers des expériences immersives.

Contrairement au site institutionnel de la Fédération, orienté vers les acteurs, partenaires et élus, Destination Parcs s'adresse directement aux visiteurs. Elle valorise un univers d'offres touristiques locales (séjours, activités, patrimoine culturel et naturel) en proposant une approche du voyage plus authentique et respectueuse des territoires.

Destination Parcs permet également de renforcer la visibilité des producteurs et prestataires locaux grâce à la marque **Valeurs Parc naturel régional**, démarche qui valorise un modèle de société conciliant écologie, économie et lien social. Près de **2 400 structures** (entreprises, hébergeurs, artisans, agriculteurs, acteurs touristiques) sont aujourd'hui engagées dans ce réseau.

La plateforme se positionne ainsi comme une **porte d'entrée grand public** vers les Parcs, complémentaire au site institutionnel.

3/ Contexte et enjeux de la refonte

1. Présentation du site existant

Mise en ligne en 2021, le site de la Fédération des Parcs est au cœur de la stratégie de communication numérique. Les multiples fonctionnalités et espaces du site offrent à la fois flux d'information et des contenus de qualité avec :

- Une rubrique d'actualités ;
- Un module d'offre d'emploi pour la mise en contact des annonceurs partenaires et des candidats.
- Une carte interactive des 59 Parcs accompagnée de leur fiche de présentation ;
- Des articles et rubriques présentant les actions de la Fédération et des Parcs par thèmes ;
- Des articles et rubriques présentant le fonctionnement institutionnel de la Fédération ;
- Des espaces thématiques publics pour la presse et les élus ;
- Des espaces privés (extranet) destinés aux agents des Parcs et partenaires composés de deux éléments :
 - Les ressources réseaux (ressources documentaires organisées selon les commissions thématiques de la fédération)
 - Des espaces collaboratifs par projet et/ou par thèmes, offrant chacun un forum et un espace documentaire
- Un centre de ressources public pour partager les publications, les photos et les vidéos du réseau.

Le site actuel, **conçu sous Drupal**, présente aujourd'hui plusieurs limites :

- Complexité de l'arborescence, contenus dispersés et peu hiérarchisés.
- Expérience utilisateur perfectible, notamment sur mobile.
- Manque de lisibilité pour les cibles prioritaires (élus, presse, partenaires).
- Difficulté à valoriser les actions concrètes des Parcs et à incarner la force du réseau.

2. Espace membre

L'extranet du site actuel, appelé espace membres, inclus deux services pour les Parcs et pour les partenaires :

- Un centre de ressources organisé par thématiques correspondant souvent à des commissions de la Fédération des Parcs. C'est un endroit important de mise à disposition de documents de référence pour les Parcs.
- Des espaces collaboratifs créés par projet et/ou par thématique, qui comprennent pour chacun un forum de discussion et des ressources documentaires.

À ce jour, le nombre d'utilisateurs de l'espace membre est élevé à 700. La Fédération des Parcs et son réseau dispose de 69 groupes (1540 articles groupes).

Le nouveau site devra :

- Avoir migré les données de l'actuel Extranet du site,
- Préserver un accès à ses membres par protocole simple mail+pass,
- Offrir un espace de ressources documentaires à ces membres validés,
- Offrir des espaces de forums de discussion à ces membres validés.

Le développement de l'usage de Sharepoint, à la Fédération des Parcs, pour la collaboration avec les

(59) Parcs naturels régionaux et ses partenaires minorera à terme l'usage de ces espaces. **Le candidat devra être force de proposition pour une solution web simple et un conseil sur l'évolution des usages.**

3. Autres outils hors site gérés par la FPNRF

La plateforme « Destination-parcs.fr » : elle présente des offres touristiques, les produits Valeurs Parc ainsi qu'une présentation des Parcs naturels régionaux. Destinée au grand public, cette plateforme répond désormais en grande partie à l'objectif de communication auprès de cette cible. Elle a été développée sous WordPress et intègre la base de données « Mëso » pour les produits Valeurs Parc.

Une plateforme numérique dédiée au dispositif « Défi familles à biodiversité positive » sera publiée à l'été 2026. Elle vise à centraliser, partager et valoriser les informations et ressources du programme (2021-2025). Cette plateforme comprendra :

- Une boîte à outils structurée en quatre volets selon les publics cibles :
 - animateurs – ressources pour animer et accompagner les familles ;
 - Familles – conseils et outils pour réduire leur empreinte sur la biodiversité ;
 - Partenaires et financeurs – documents de communication sur le dispositif ;
 - Jeunes / enseignants – ressources éducatives en lien avec les programmes scolaires et le dispositif « Aires éducatives ».
 - Un calculateur d'empreinte biodiversité individuelle, permettant aux participants (et, à terme, au grand public) d'évaluer leur impact sur la biodiversité selon plusieurs thématiques.
- Une page d'accueil présentant le dispositif et un espace interactif favorisant les échanges entre animateurs et familles participantes.

Le site devra permettre la mise en avant et le renvoi fluide vers les plateformes Destination Parcs et Défi familles via des liens ou boutons dédiés, afin de garantir une navigation cohérente et centralisée pour l'utilisateur.

ARTICLE 2 – OBJECTIFS DU SITE

Transformer le site de la Fédération en un **hub institutionnel** (élus, presse), pratique (emplois, doc, ressources), interactif (storytelling, témoignages), et exemplaire (éco-conception, accessible).

- Positionner le site comme une **vitrine institutionnelle, un portail de services (et un espace de ressources, voire de collaboration)**.
- Humaniser les contenus via une approche de storytelling.
- Clarifier la structure et rendre l'accès à l'information simple et intuitif. Cela s'exprimera en minimisant l'affichage thématique.
- Développer une ergonomie mobile-first et un site éco-conçu.
- Offrir une autonomie de gestion aux équipes internes : à préciser en fonction de l'espace membre

ARTICLE 3 – DESCRIPTION DES PRESTATIONS ATTENDUES

1/ Brief créatif

Le design web du site devra être modernisé pour proposer une solution à la fois élégante, fluide et fidèle à la charte graphique de la Fédération (annexe 2). Il devra offrir une expérience immersive, lisible et incarnée, en valorisant les actions et les territoires des Parcs tout en restant sobre et cohérent.

Le site devra également répondre à une règle de responsive design pour adapter sa lecture à tous les type de terminaux mobiles ou fixes (smartphone, tablette, ordinateur).

2/ Fonctionnalités clés

Le site de la Fédération des Parcs devra être conçu comme une vitrine dynamique, vivante et structurante pour la Fédération des Parcs. Il devra refléter à la fois la modernité de l'institution, la singularité des Parcs naturels régionaux et son rôle politique et opérationnel auprès de ses différents publics (élus, partenaires, professionnels, médias, grand public...). Au-delà d'une simple présentation institutionnelle, le site devra plonger l'utilisateur dans une véritable expérience Parc, immersive et incarnée.

Parmi les fonctionnalités structurantes attendues :

- Une Homepage « vitrine » et visuelle qui incarne la modernité et l'ambition de la Fédération grâce à une mise en page claire et immersive. L'objectif est de donner immédiatement envie d'explorer le site et de faciliter l'accès aux contenus stratégiques.
- La Fédération ne souhaite pas mettre en place un parcours de navigation différencié par profils utilisateurs (élus, partenaires, grand public). L'objectif est de proposer une architecture unique et lisible, favorisant une entrée simple et intuitive pour tous les publics.
- La mise en récit claire des spécificités de la Fédération en intégrant des formats éditoriaux et multimédias (témoignages, récits, illustrations, chiffres clés, etc.) pour valoriser son histoire, ses missions et sa vision.
- Un espace ressources et prises de position dédié aux élus et partenaires, permettant à la fois de relier les notes d'orientations et motions politiques à des exemples concrets (actions de terrain, projets emblématiques, témoignages) et de publier rapidement des actualités stratégiques. Cet espace devra favoriser une prise de parole incarnée, lisible et réactive, illustrant le rôle politique et opérationnel des Parcs naturels régionaux.
- Une mise en avant éditoriale évolutive avec des blocs modulables sur la Homepage et des encarts de valorisation thématique.

Le dispositif devra permettre de distinguer deux environnements : un environnement socle, dédié aux contenus structurants et pérennes, et un **environnement projet**, offrant la possibilité de créer des espaces dédiés à des initiatives ou actions spécifiques (exemples : atelier hors les murs, international, etc.). Le prestataire pourra proposer des formats adaptés à ces besoins, tels que des sous-espaces ou des structures éditoriales complémentaires.

Ces fonctionnalités clés devront être pensées pour permettre une autonomie de gestion par les équipes internes, sans dépendance forte vis-à-vis du prestataire après la mise en ligne.

3/ Attentes techniques

- CMS : Drupal privilégié ou autre CMS si le prestataire justifie la valeur ajoutée et assure la faisabilité du transfert des données et de fonctionnalités (extranet en particulier).
- Accessibilité : respect du RGAA.
- Éco-conception : serveurs utilisés et leurs localisations, site sobre en ressources, optimisé en poids et en performances.

- Interopérabilité : intégration possible avec outils collaboratifs et bases documentaires existantes (à définir en fonction des orientations de l'extranet)
- SEO : optimisation technique + accompagnement sur mots-clés stratégiques.
- Sécurité du site et certificat SSL : Le site devra se conformer à une navigation sécurisée via la certification du site selon le protocole SSL. Le renouvellement de ce certificat devra être intégré au service de maintenance d'un an minimum demandé au prestataire.
- Le site doit permettre la création autonome d'espaces projet dédiés à certaines thématiques ou initiatives spécifiques, distincts de l'environnement socle.

4/ Prestations attendues

Le prestataire retenu interviendra sur :

1. Audit et conception

- Recommandations ergonomiques et UX (wireframes, maquettes).
- Amélioration de l'expérience utilisateur.
- Analyse des contenus actuels et accompagnement à la priorisation (inventaire, simplification et clarification des types de contenus, tri, suppression des pages peu utiles).
- Conception d'une arborescence simplifiée et hiérarchisée.
- Définition d'une ligne éditoriale claire (ton, messages clés, équilibre institutionnel / grand public).
- Conseils sur l'intégration de sites tiers ou sur la mise en place d'environnements projet complémentaires dans l'architecture globale (confirmation ou non du développement de cette option).
- Recommandations sur les outils de collaboration (fonction de forum de discussion, ressources documentaires internes, collaboration sur documents).

2. Développement technique et fonctionnalités majeures à conserver

- Mise en place du CMS (Drupal ou alternative à justifier par le prestataire).
- Intégration des contenus et récupération des données.
- Carte des Parcs :
 - Afficher les périmètres des Parcs : cliquables, accès direct à la fiche du Parc. A ce jour le site Internet exploite des webservices, source cartographique officielle mis à disposition par l'INPN/MNHN. La migration devra intégrer ce service et utiliser le fond de carte le plus adéquat, aujourd'hui OpenStreetMap.
 - Filtrer / rechercher par nom de Parc.
 - Afficher des contenus multimédias : image, accroche, lien vers la page dédiée du Parc.
 - Offrir une navigation fluide : zoom, recentrage, centrage automatique.
 - Gérer les Parcs ultra-marins (Guyane, Martinique) : la carte doit supporter de larges écarts géographiques.
- Développement d'un site principal structuré autour d'un environnement socle, avec la possibilité de créer des environnements projet dédiés à des initiatives spécifiques (exemples : « Observatoire », « Hors les murs », « International »)
- Intégration des espaces existants (emplois, photothèque, espace presse, outils collaboratifs).
- Un moteur de recherche performant.
- Référencement SEO technique et optimisation des performances (temps de chargement, accessibilité).

- Sous réserve : créer un portail unique de connexion entre le site, Destination Parcs et Mëso.
- Espace membre (extranet) : accompagner la Fédération des Parcs dans le maintien de ces services ou au moins leur transfert vers le nouveau site ou vers un autre espace (cf point n°5 Espace membre / extranet).
- Développer le site en plusieurs langues (anglais et espagnol au minimum), en renforçant la visibilité internationale. L'option envisagée : la traduction automatique via un widget pour faciliter la mise à jour continue.
- Intégration responsive design.
- Intégration d'un "éco-index" pour l'éco-conception du site.
- Intégration de flux-externes (réseaux sociaux).
- **Le titulaire devra fournir à la FPNRF des prescriptions techniques constitutives du cahier des charges de la prestation d'hébergement** afin d'en garantir la cohérence des solutions techniques et la continuité de service. L'hébergement doit être localisé en Europe.

3. Migration des données

La migration des données constitue une étape centrale et structurante de la refonte du site institutionnel et de l'extranet de la Fédération. Elle doit permettre de préserver la richesse du contenu numérique existant, d'en améliorer l'organisation, et de garantir une transition fluide et sécurisée (si vers un nouveau CMS). Cette phase doit être anticipée, planifiée et exécutée avec méthode afin d'éviter toute perte d'information et de maintenir la continuité des services en ligne.

La migration porte sur deux périmètres principaux :

- le site institutionnel, comprenant les contenus éditoriaux, actualités, publications, événements, données géographiques, fiches Parcs, etc.
- l'extranet, qui héberge des ressources documentaires, des espaces collaboratifs ainsi que des comptes utilisateurs et droits d'accès associés.

L'objectif est de reprendre et réorganiser ces données de manière cohérente, en lien avec la future arborescence et les nouveaux usages attendus.

Le prestataire devra proposer une stratégie de migration claire, incluant un audit préalable, une phase de préparation et une bascule sécurisée. Une attention particulière sera portée à la qualité des données migrées, à la gestion des accès utilisateurs et à la cohérence des liens internes et redirections afin de préserver le référencement et les parcours de navigation.

Les attentes portent notamment sur :

- La réalisation d'un inventaire complet et d'une typologie des contenus existants ;
- La sélection et rationalisation des données à migrer (tri des éléments obsolètes ou redondants) ;
- La définition d'une méthodologie technique (mapping, formats, outils) adaptée à la volumétrie et aux spécificités des contenus ;
- La mise en place de redirections et d'une gestion fine des URL pour éviter toute rupture dans les parcours utilisateurs ;
- La préservation des comptes utilisateurs et des droits d'accès liés à l'extranet ;
- La livraison d'une documentation technique et fonctionnelle garantissant la pérennité du dispositif.

La migration fera l'objet d'une phase de test et de recette validée par la Fédération avant la mise en ligne effective du nouveau site. Elle constitue une priorité dans la réussite du projet, car elle conditionne la continuité de l'activité numérique de la Fédération et de ses partenaires.

4. Storytelling et valorisation des contenus

Dans le cadre de la refonte du site, la signature « une autre vie s'invente ici » pourra servir de fil narratif pour renforcer la cohérence entre la Fédération et les Parcs et donner au site une tonalité vivante, incarnée et fédératrice. L'objectif est de raconter autrement les Parcs en mettant en avant les acteurs, les territoires et les actions concrètes.

Les prestations attendues intègrent notamment :

- Intégration de modules de storytelling visuel (scrollytelling, témoignages, récits immersifs).
- Mise en valeur des initiatives locales, élus et habitants en montrant le rôle humain et opérationnel des Parcs sur le terrain.
- Création de blocs de contenus pour contenus multimédias : vidéos, podcasts, infographies (avec modularité du format).

5. Espace membres / extranet

Le projet intégrera la migration et l'évolution de l'extranet web actuel afin de sécuriser la continuité des fonctionnalités existantes :

- Accès et gestion simple de membres
- Espaces collaboratifs associant forum de discussion et échange de documents
- Espace documentaire
- Espace de récupération de sujets pour le Magazine Parcs.

6. Accompagnement et transfert de compétences

- Mise en place d'une gouvernance éditoriale : rôles (administrateurs, contributeurs), workflows de validation.
- Formation des équipes internes pour assurer une autonomie de gestion.
- Documentation technique et guide de contribution.
- Accompagnement sur la maintenance et évolution du site, anticipation et stabilité des coûts annuels
- Les statistiques du site actuel sont gérées avec Matomo, l'outil permet de :
 - Comptabiliser le nombre de connexions journalières, hebdomadaires et mensuelles et le temps passé sur le site
 - Connaître les pages les plus visitées et les moins visitées
 - Connaître les pages d'entrée et les pages de sortie
 - La source du trafic : moteurs de recherche, réseaux sociaux, lien référencé
 - Identifier les mots clés utilisés pour rentrer sur le site
 - Lister l'origine géographique des visiteurs

5/ Indicateurs de réussite

La réussite de la refonte du site web se mesurera autant par sa capacité à valoriser les actions des Parcs naturels régionaux que par son adoption réelle par les publics internes et externes. Les indicateurs porteront à la fois sur la qualité de l'expérience utilisateur, la performance éditoriale et l'appropriation des utilisateurs internes.

Parmi les indicateurs de réussite attendus :

- Les fonctionnalités clés prévues au CCTP doivent être déployées et pleinement opérationnelles à la livraison du site web.
- Intégration et migration réussie de l'ensemble des contenus existants (site et extranet) sans perte d'information ni rupture de liens internes.
- Conformité RGAA et accessibilité.
- Administration du site par les équipes internes en autonomie et la mise à disposition d'une documentation technique remis à la livraison.
- Amélioration de la navigation mobile avec un taux de rebond en baisse sur mobile et un temps moyen passé en hausse.
- Le site devra viser une note minimale de 80/100 sur l'éco-index (ou autre outil permettant de mesurer l'impact environnemental du site).
- Un taux de rebond global situé entre 20% et 40%.
- Amélioration des scores de performances SEO.

Ces indicateurs serviront de fil conducteur du projet, puis de base d'évaluation post-mise en ligne pour s'assurer que la refonte répond aux objectifs fixés.

6/ Cession de droits et propriété intellectuelle

La totalité des droits imputés à la création des éléments graphiques (images, gabarits, feuilles de style) constitutifs de l'habillage du site, de même que tout autre contenu créé, modifié et publié par le prestataire, dans le cadre du présent marché, devront être cédés dans leur intégralité à la Fédération, y compris lorsqu'il s'agit d'un contenu original ou adapté issu d'un tiers.

Les fichiers sources finaux ayant été utilisés seront mis à disposition de la Fédération sur support numérique de manière à lui garantir le plein exercice de ses droits de propriété.

ARTICLE 4 – MODALITES D'EXECUTION DU MARCHÉ

1/ Pilotage et suivi d'exécution

Le marché est coordonné par une cheffe 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 Fédération des Parcs naturels régionaux de France, 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 :

- Compétence de conseil et communication
- Audit et conception stratégique (ergonomie, UX, arborescence)
- Technique et développement (développement back-end et front-end, cartographie interactive, responsive design)
- Écoconception et sobriété numérique
- Migration des données
- Gestion collaborative
- Valorisation pédagogique
- Interopérabilité des données
- Storytelling et valorisation des contenus
- Accompagnement au changement
- Sécurité et conformité juridique

4/ Organisation interne du projet

Le projet de refonte du site internet est piloté techniquement en interne par : Mélanie Da Cunha, chargée de projet web à la Fédération des Parcs. Elle sera l'interlocutrice privilégiée du candidat retenu.

Un COPIL suivra et validera l'avancement des travaux intermédiaires présentés par le prestataire retenu. Il sera constitué de :

- Mélanie Da Cunha, Chargée de projet web
- Olivier André, Responsable communication
- Eric Brua, Directeur de la Fédération des Parcs

5/ Livrables

La réalisation du site internet devra se faire en différentes étapes, chacune devant déboucher sur un ou plusieurs livrables qui seront validés en interne par le comité de pilotage. Le prestataire devra fournir un planning de réalisation de toutes les étapes.

- Audit et recommandations initiales.
- Arborescence validée.
- Maquettes UX/UI.
- Développement et mise en ligne du site.
- Formation et documentation.
- Maintenance corrective et évolutive

6/ 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.

- Réflexion interne et cadrage : 1 mois : mi-janvier

- Conception (arborescence, maquettes, charte éditoriale) : 1 à 2 mois : fin-février
- Développement et intégration : 3 mois : mai
- Recette et mise en ligne : 1 mois : juin
- Formation et transfert de compétences : continu en fin de projet
- Maintenance : de 2027 à 2029.

7/ Budget

La Fédération des Parcs prévoit une **enveloppe budgétaire globale de 47 500 € TTC maximum** (39 583 € HT maximum) pour la réalisation de la prestation.

Ce budget inclut :

- Le conseil en termes d'orientations stratégiques et recommandations pratiques pour optimiser l'architecture, les contenus et les fonctionnalités du site, tout en garantissant une mise en œuvre fluide et adaptée aux besoins de la Fédération des Parcs,
- La conception et la refonte graphique et fonctionnelle du site internet,
- La migration et l'intégration des contenus existants (site web et extranet),
- Le développement des fonctionnalités clés et des outils interactifs,
- L'accompagnement à la prise en main de l'outil et la formation des équipes,
- La maintenance corrective et évolutive pour la période définie au marché,
- L'accompagnement dans la rédaction du cahier des charges de la prestation d'hébergement.

Le devis devra indiquer une **répartition budgétaire détaillée par poste** (conception, développement, intégration, formation, maintenance), ainsi qu'un poste budgétaire dédié à la mission de conseil et d'accompagnement à la migration vers SharePoint.

Cette mission devra être **incluse dans l'enveloppe globale**, tout en étant identifiée comme un poste distinct, afin de permettre à la Fédération des Parcs de piloter l'arbitrage entre les différents volets de la prestation sans générer de surcoût global.

Le présent marché est conclu pour une durée de 4 ans, comprenant :

- Une phase initiale de conception, développement, mise en ligne du site et accompagnement (année 1),
- Des prestations de maintenance corrective et évolutive, d'accompagnement technique, facturées annuellement à compter de 2027.

Le budget global prévisionnel maximum est estimé à 47 500 € TTC (39 583 € HT maximum) réparti sous la forme d'un **bordereau de prix unitaire** (BPU) distinguant :

- une phase de conception et de développement estimée à 40 000 € TTC maximum (33 333 € HT)
- des prestations de maintenance corrective et évolutive à partir de 2027, évaluées à environ 2 500 € TTC par an, soit 7 500 € TTC (6250 € HT maximum) pour trois ans.

L'hébergement du site n'est pas inclus dans le présent marché, car il fera l'objet d'un marché distinct. Le titulaire devra accompagner la FPNRF dans la rédaction du cahier des charges de la prestation d'hébergement afin d'en garantir la cohérence des solutions techniques et la continuité de service.

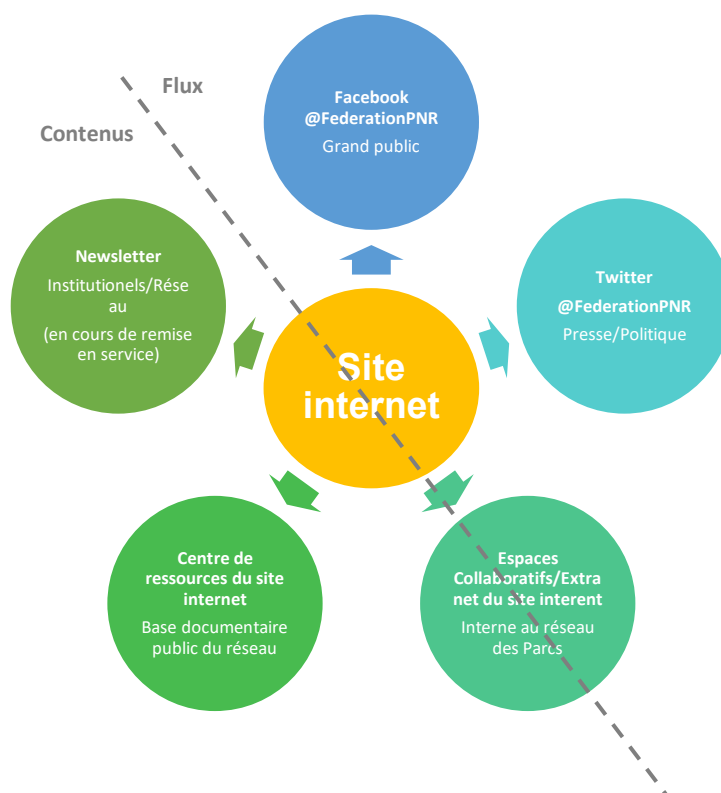
ARTICLE 5 – Conditions de remise des offres et sélection

Les modalités de remise des offres, les critères de sélection, ainsi que les conditions administratives et financières sont précisés dans le **Règlement de Consultation (RC)**.

Fédération des Parcs naturels régionaux de France
27 rue des Petits Hotels 75010 Paris
Tél. 01 44 90 86 20
Contact: mdacunha@parcs-naturels-regionaux.fr

ARTICLE 6 – ANNEXES TECHNIQUES

Annexe 1 : Schéma contenus / flux du site actuel, non actualisé



Annexe 2 : Chartes graphiques

La Fédération des Parcs dispose de deux chartes graphiques :

- Charte graphique liée aux logos.
- Charte graphique utilisée sur les réseaux sociaux.

Les projets Destination Parcs et Valeurs Parc disposent également de leurs propres chartes graphiques, à ne pas prendre en compte dans le contexte de la refonte.

[Cliquez ici pour accéder aux deux chartes graphiques.](#)