



Fédération des Parcs naturels régionaux de France

Document de consultation

Passation d'un marché privé pour l'appui à la mise en œuvre  
du plan de déploiement de la marque  
« Valeurs Parc naturel régional »

Consultation en procédure adaptée

**Contact :**

Stéphane ADAM, Coordinateur Développement durable à la Fédération des Parcs naturels régionaux de France

06 71 00 19 93 / [sadam@parcs-naturels-regionaux.fr](mailto:sadam@parcs-naturels-regionaux.fr) .

**Objet : Marché de prestations de service mono-attributaire, dit à « bons de commande », pour accompagner la Fédération des Parcs naturels régionaux dans le déploiement de la marque « valeurs Parcs naturel régional » auprès des Parcs.**

## 1/ Pouvoir adjudicateur

La Fédération des Parcs naturels régionaux de France (FPNRF) est une association régie par la loi du 1er juillet 1901, enregistrée sous le numéro SIRET 784 845 026 00037, ayant son siège 9 rue Christiani à Paris (75018), représentée par son Président en exercice, 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.

C'est dans ce cadre qu'elle a développé la stratégie d'attribution d'une marque collective « Valeurs Parc naturel régional » à des produits ou des services.

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.

Les **Parcs naturels régionaux** ont pour objet de favoriser un projet de développement durable sur leur territoire en lien avec leurs 5 missions : Protection des paysages, du patrimoine naturel et culturel par une gestion adaptée ; Accueil, information et éducation du public ; Contribution à l'aménagement du territoire ; Contribution au développement économique, social, culturel et à la qualité de vie ; Expérimentation et contribution à des programmes de recherche. Ils sont au nombre de 58 en 2022i, couvrant environ 17% du territoire national avec plus de 4 millions d'habitants. Ils emploient 2200 agents. 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 de l'agriculture, du tourisme, des loisirs et de l'artisanat/industrie.

Consolidé, ce tissu représente 300 000 entreprises et 700 000 emplois. 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 préservation de leurs patrimoines remarquables.

## 3. Contexte et objectifs de la mission

### 3.1. La marque « Valeurs Parc naturel régional »

La Fédération des Parcs naturels régionaux de France a créé une marque commune unique aux 58 Parcs « Valeurs Parc naturel régional » en 2016 avec une charte graphique et un dépôt pour le compte de l'Etat à l'INPI, prolongeant ainsi le travail engagé pendant 20 ans avec les marques des Parcs).

L'attribution de cette marque commune unique des Parcs (Valeurs Parc naturel régional) sur un territoire de Parc passe par la mise en œuvre d'un cadre partagé, défini par un règlement d'usage commun à tous les Parcs.

La Fédération vient en appui aux Parcs en les formant et en les outillant afin qu'ils puissent mener à bien et en cohérence la mise en place de cette marque. Elle est engagée dans un plan de déploiement de cette marque au plan national venant compléter les actions conduites sur les Parcs avec des priorités en matière de communication afin de rendre plus lisible la marque auprès du grand public, et des actions pour accompagner sa mise en œuvre au sein des Parcs. Elle a conduit au cours des dernières années les actions suivantes :

- Mise en œuvre d'un programme de formation et d'échanges à distance (18 sessions) sur les thèmes suivants : Découverte de la marque Valeurs Parc ; Audit : Réaliser un audit-conseil efficace dans le Parc et « Ma vie d'auditeur/de chargé de mission marque » ; Animation des bénéficiaires et démarches de filières territorialisées ; Communication sur la marque.
- Organisation de 4 éditions du « Grand pique-nique des Parcs » avec création de supports communs de communication pour les Parcs
- Création d'un catalogue de produits à l'effigie de la marque conçus par les Parcs et la Fédération
- Appui aux Parcs sur la contractualisation et l'audit : création et actualisation des référentiels de marquage
- Réflexion sur des thèmes à enjeu pour la marque « Valeurs Parc » : spécificité du marquage de séjours, croisement avec la charte européenne du tourisme durable
- Coordination de séjours d'influenceurs dans des Parcs
- Animation d'un partenariat avec des médias nationaux afin de promouvoir cette marque : M6, Livre hachette...

### 3.2. Objectifs de la mission

La Fédération des Parcs naturels régionaux de France souhaite conforter la dynamique créée autour de cette marque depuis 5 ans et la démultiplier dans les Parcs naturels régionaux. Cette mission comprend plusieurs prestations qui ont pour objectifs de :

- consolider les outils méthodologiques, référentiels et documents communs
- accompagner collectivement les agents des Parcs dans le déploiement des outils et méthodes nationaux

### 3.3. Calendrier de réalisation et modalité d'exécution

#### Calendrier

La mission porte sur une période de 2 ans ferme, renouvelable une fois pour 2 nouvelles années, soient 4 années au total. Elle démarre au 1er avril 2022. La durée de validité de ce marché ne pourra pas dépasser quatre ans, toute période de reconduction comprise. Les prestations seront planifiées sur un calendrier annuel stabilisé au 31 mars de chaque année.

#### Type de marché

Il s'agit d'un marché mono-attributaire dit « à bons de commande ». Des bons de commande seront émis auprès du prestataire en fonction du calendrier de réalisation des prestations.

#### Pilotage

La mission est pilotée par Stéphane Adam, responsable « Développement durable » à la Fédération. Les prestations seront conduites en relation étroite avec Stéphane Adam, dans le cadre d'échanges préalables, avec si nécessaire, l'appui d'un groupe de travail inter-parcs mobilisé par la Fédération pour définir et ou valider les contenus de certaines prestations.

#### Quantité

Le volume des prestations est fourni à titre indicatif. Le nombre de prestations pourra être revu à la hausse ou à la baisse par la Fédération. Les quantités estimées dans ce document ne constituent pas une obligation contractuelle.

## 4. Définition des besoins et attendus

La mission recouvre les prestations suivantes :

### 4.1. Interventions en formation

Objet : renforcer les compétences des agents des Parcs et des élus en charge de développer la marque auprès des entreprises bénéficiaires sur le terrain. Intervention en formation de 2h30 en visioconférences (3 à 4 fois/an) et en présentiel (1 fois/an), et élaboration de supports de formation consolidés à l'issus de chaque formation sous forme de fiches capitalisant les enseignements, conditions de réussite, points de vigilance.

Objectifs :

- Faciliter la mise en œuvre de la marque pour les nouveaux chargés de mission
- Mise en place du processus d'audit de la marque
- La marque expliquée aux élus avec une approche plus stratégique et politique
- La mise en œuvre de la marque sur de nouveaux référentiels

Quantité prévisionnelle : environ 4 à 5 prestations de formation par an

### 4.2. Appui méthodologique et élaboration de documents cadres : Les procédures de renouvellement des conventions d'attribution de la marque

Les premières conventions avec les bénéficiaires de la marque ont été passées en 2017 et viendront à échéance à partir de 2022. Dans la logique de confiance qui caractérise la marque et en lien avec la nature des relations entre le Parc et les bénéficiaires, il est attendu une procédure de renouvellement visant à alléger les visites d'audit, et à faire de cette étape un moment importante d'animation.

Le prestataire devra formaliser dans un document méthodologique, les recommandations méthodologiques pour la conduite du renouvellement des conventions sous une forme qu'il conviendra de déterminer (cahier de recommandations, procédure, guide ou fiche pratiques). Ce document méthodologique devra proposer des adaptations de procédure concernant les points suivants (non exhaustifs) :

- Préparation des audits en amont au sein du collectif de bénéficiaires
- Envoi d'éléments d'autoévaluation par le bénéficiaire au Parc en amont de l'audit
- Concentration de l'audit sur les principaux enjeux liés à l'engagement des bénéficiaires et aux aspects relevant des marges de progrès identifiés lors des premiers audits...

Quantité prévisionnelle : 1 document au minimum sur la durée ferme du marché

### 4.3. Appui méthodologique et élaboration de documents cadres : Actualisation des référentiels cadre d'attribution de la marque

La mise en œuvre de la marque « Valeurs Parc naturel régional » s'appuie sur des référentiels cadres définis en commun pour tous les Parcs par type d'activités. Cependant, la marque a vocation à vivre et notamment à continuer à évoluer en lien avec l'émergence d'enjeux nouveaux ou la plus forte prise en compte d'enjeux existants sur les territoires de Parcs et l'évolution des attentes de la société et en particulier des consommateurs. La Fédération a lancé un chantier sur l'évolution du référentiel de marquage en tourisme avec un groupe de travail inter-parcs.

Le prestataire devra rédiger une version finalisée du référentiel d'audit de marquage « tourisme » avec ses déclinaisons par types d'activités reprenant les conclusions du groupe de travail. Ce document devra préciser certains critères comme la méthode (simple) de calcul de l'effet carbone généré par les activités touristiques.

Quantité prévisionnelle : 1 référentiel au minimum sur la durée ferme du marché

#### 4.4. Evaluation de l'impact de la marque

La Fédération souhaite quantifier et évaluer l'impact économique et social de la marque tant national que local pour une meilleure communication et une adaptation éventuelle des outils et des argumentaires. Elle a besoin d'être accompagnée la définition et la mise en place d'indicateurs quantitatifs et qualitatifs permettant d'alimenter des données consolidables au niveau national, et facilement mobilisables. Elle souhaite pour cela que le prestataire effectue :

- Un benchmark auprès des Parcs sur les indicateurs, méthodologies et pratiques déjà existants : questionnaire, 5 à 6 entretiens téléphoniques sur quelques Parcs
- Un benchmark auprès d'autres marques (indicateurs, méthodologies et pratiques)
- Une sélection des indicateurs les plus pertinents
- La rédaction d'une fiche pratique de mise en place et de suivi des indicateurs

Quantité prévisionnelle : 1 fiche au minimum sur la durée du marché

#### 4.5. Réalisation d'audits auprès d'agences de voyage, en vue d'un agrément national

La prestataire devra réaliser des audits auprès des agences de voyages qui sollicitent la marque et qui proposent des séjours dans différents parcs. Ces audits seront réalisés pour le compte de la Fédération, pour un montant forfaitaire. Ils devront permettre d'apprécier le critère « entreprise » du référentiel sur la base des documents mis à la disposition du prestataire : dossier de marquage des séjours et référentiel d'audit de la marque « VPNR ». Chaque audit donnera lieu à un rapport d'audit et une fiche de synthèse de chaque agence engagée dans le processus de marquage.

Quantité prévisionnelle : environ 3 à 4 audits d'entreprises (agences de voyage) par an

#### 4.6. Constitution d'un catalogue des supports de promotion

La Fédération recense différents supports de promotion de la marque : plaques, sacs, kits pour activité de pleine nature, supports de présentation, petits panneaux... A charge pour chacun des Parcs de les éditer ou fabriquer. L'objectif est de référencer ces supports et leurs caractéristiques. Le prestataire devra pour cela :

- Recenser des supports existants produits par les Parcs et la Fédération
- Mettre à jour les informations techniques de chacun de ces supports : modèles, coût, photo, coordonnées fournisseurs.
- Référencer les supports « durables » et « éthiques » susceptibles d'être utilisés par les bénéficiaires de la marque dans un catalogue.

Cette démarche peut être élargie à des offres de services mises en œuvre par des Parcs comme des formations conduites en leur sein.

Le prestataire devra réaliser un catalogue avec une présentation soignée, et un tableau (excel) qui reprend toutes les informations techniques de ces supports. Le catalogue a vocation à être mis à jour afin d'intégrer les nouveaux supports édités par les Parcs et la Fédération.

Quantité prévisionnelle : 1 mise à jour tous les 2 ans

#### 4.7. Appui à l'organisation d'événementiels de la Fédération autour de la marque

La Fédération organise plusieurs types de manifestation au cours desquelles la marque est promue sous forme de stand, d'atelier, de séminaires...

Dans ce cadre, la Fédération fait appel à des experts extérieurs dont la mission consistera à :

- Préparation de documents de valorisation de type fiches, flyers...
- Animation d'ateliers ou de stands
- Organisation de tables rondes, conférences débats lors d'événements

Quantité prévisionnelle : 1 à 3 événements sur la durée du marché

#### 4.8. Autres expertises ponctuelles sur un sujet relatif à la marque

En complément des points évoqués ci-dessus, un sujet peut émerger au cours de la durée du marché répondant à un besoin non encore identifié précisément au moment de la rédaction de ce cahier des charges mais qui s'inscrit dans le cadre de l'appui au développement de la marque. Dans ce cadre, la Fédération sollicite une expertise ponctuelle auprès du prestataire

Quantité prévisionnelle : 1 expertise maximum par an d'une durée de 3 à 10 jours  
Dans ce cas, la réponse attendue est un coût/jour.

### 5. Modalités de réponse à la présente demande

Consultation du 3 mars 2022 au 18 mars 2023

#### Compétences attendues

- Compétence dans le domaine des marques et du marketing territorial
- Compétence en formation
- Compétence en expertise de projet
- Connaissance souhaitable des parcs naturels régionaux et de leurs valeurs
- La méthode est ouverte aux propositions méthodologiques du prestataire.

#### Critères de choix

- Compétence
- Offre méthodologique et capacité à réaliser l'ensemble des prestations décrites
- Délais de réalisation à compter de la réception du bon de commande
- Prix

#### Documents à fournir

- Une note technique (10 pages maximum) avec la compréhension du besoin, les références en la matière, la méthode proposée pour chaque type de prestation.
- Un bordereau de prix présentant par type de prestation, le cout journée applicable, le prix unitaire HT et TTC, ou le prix forfaitaire HT et TTC.

Les prix proposés sont réputés couvrir les droits de propriété intellectuelle afférents aux prestations.

Justificatifs de candidature à produire par le candidat pressenti attributaire avant notification du contrat ou de la commande :

- attestation sur l'honneur relative aux interdictions et incapacités à soumissionner à un marché public (modèle 3-b) ;
- attestations de régularité sociale et fiscale (<https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F23384>)
- La liste nominative des salariés étrangers employés par le candidat. Cette liste précise pour chaque salarié sa date d'embauche, sa nationalité ainsi que le type et le numéro d'ordre du titre valant autorisation de travail.

Conformément aux dispositions de l'article 28 du Code des Marchés Publics, la Fédération pourra négocier avec un ou plusieurs candidats ayant proposé une offre.

Un seul attributaire du marché – groupements autorisés.

#### Délais de réponse

L'offre est à remettre avant le 18 mars 2022 à 12h00.

Elle doit être adressée par courriel à l'adresse suivante : [sadam@parcs-naturels-regionaux.fr](mailto:sadam@parcs-naturels-regionaux.fr)