



Mise en place d'une collection de podcasts

-

Document de consultation des entreprises (DCE)

-

Consultation en procédure adaptée

Contacts :

Stéphane ADAM, Coordinateur Patrimoine et Développement durable à la Fédération des
Parcs naturels régionaux de France
06 71 00 19 93 / sadam@parcs-naturels-regionaux.fr

Ophélie PEIRIN, Chargée de mission Marketing territorial à la Fédération des Parcs naturels
régionaux de France
07 62 38 97 26 / opeirin@parcs-naturels-regionaux.fr

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 00037 ;
- siège 9 rue Christiani à Paris (75018) ;
- représentée par son Président en exercice, Monsieur Michaël WEBER.

ARTICLE 1 – OBJET DU MARCHÉ

1.1. Objet

La Fédération des Parcs Naturels Régionaux de France (FPNRF) envisage de mettre en place une **collection de Podcast sur les produits titulaires de la marque Valeurs Parc naturel régional**.

Le présent marché est un accord-cadre de service à bons de commande, passé sous la forme d'un marché à procédure adaptée.

1.2. Allotissement

Le présent marché comprend **2 lots** faisant chacun l'objet d'un accord-cadre distinct, comme suit :

- Lot 1 : Création et réalisation d'une collection de podcasts.
- Lot 2 : Organisation d'une formation à distance.

Le soumissionnaire pourra répondre à un lot, ou aux deux lots.

Il devra être constitué autant de dossier d'offres que de lots soumissionnés.

1.3. Durée et délais d'exécution des prestations

Le marché est conclu à la date de sa notification et pour une durée de 12 mois.

À titre indicatif, le démarrage du projet est prévu à compter du 3^e trimestre 2022.

Il est reconductible deux fois maximum pour une durée d'un an pour chaque reconduction.

1.4. Mode d'exécution

Chaque accord-cadre sera exécuté par l'émission de bons de commande qui indiqueront :

- La désignation des parties contractantes,
- La référence et le numéro du marché,
- La date d'exécution des prestations,
- La nature des prestations commandées,
- Les prix hors TVA des prestations,
- Le taux et le montant de la TVA,
- Le montant total TTC.

La date d'exécution des prestations est fixée d'un commun accord entre les contractants.

ARTICLE 2 : MODALITES DE CANDIDATURES, DE SELECTION DES OFFRES ET DE CONTRACTUALISATION

2.1 : Procédure

Il s'agit d'un marché à bon de commande conclu à prix global et forfaitaire.

2.2. Conditions de réponse

Les offres doivent être transmises avant le **26 mai 2022** par mail à la Fédération des Parcs naturels régionaux de France : opeirin@parcs-naturels-regionaux.fr.



2.3. Dossier de candidature

Il comportera une note explicative (2 à 3 pages maximum), un devis HT et TTC avec mention de la TVA applicable.

Les prix sont réputés comprendre toutes les dépenses résultant de l'exécution des prestations, incluant tous les frais, charges, fournitures, matériels et sujétions du titulaire.

Ils sont forfaitaires et unitaires.

Pièces à produire :

Volet administratif :

- Le présent DCE signé ;
- Une information sur le statut juridique du candidat ;
- Une attestation de conformité des déclarations sociales (URSSAF) de moins de 6 mois ;
- Une attestation de conformité des déclarations fiscales de moins de 6 mois ;
- Une attestation d'assurance : Le titulaire devra justifier qu'il est titulaire d'une assurance garantissant sa responsabilité à l'égard des tiers et de la personne publique en cas d'accidents ou de dommages causés par l'exécution des prestations ou de leurs modalités de leur exécution ;
- Un RIB.

Volet technique et professionnel :

- La liste des prestations exécutées sur les 5 dernières années dans un champs similaire à celui du marché ;
- Une description des moyens techniques dont le candidat dispose.

2.3. Critères de sélection des propositions

Critère prix : 40%

Critères techniques : 60%

- L'adéquation entre la réponse proposée et la nature de la sollicitation.
- La nature des compétences mobilisées en lien avec les différentes dimensions des sujets traités.
- Univers esthétique et identité graphique du podcaster.
- La créativité, l'originalité et le dynamisme du scénario proposé.
- Le calendrier d'intervention (délai et modalité de réalisation).

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.

Lot 1 : Attribution à deux prestataires, qui seront missionnées à part égale sur les podcasts.

Lot 2 : Un seul attributaire.

2.4. Acte d'engagement

Chaque lot fera l'objet d'un acte d'engagement séparé.

Pièces contractuelles :

- Le présent Document de consultation des entreprises signé d'acte d'engagement,
- Le cahier des clauses techniques particulières (C.C.T.P.),
- Le(s) bordereau(x) de prix unitaires (BPU) portant sur les termes définis dans le présent document,
- Les bons de commande délivrés selon les besoins par le pouvoir adjudicateur.



2.5. Prix

Les prix indiqués dans l'acte d'engagement sont fermes.

Les bons de commande émis sur la base du présent accord seront traités à prix unitaires appliqués aux prestations réellement exécutées et dont le libellé est détaillé dans le(s) bordereau(x) de prix remis par le candidat.

Le règlement des prestations se fera sur présentation de factures et après contrôle de service fait par les services de la Fédération. Aucune demande de paiement ne peut être transmise avant réalisation des prestations.

Le délai de paiement est de 30 jours à compter de la réception de la demande de paiement.

Les sommes dues en exécution des bons de commande émis sur la base du présent accord-cadre seront réglées par virement bancaire établi à l'ordre du titulaire.

2.6. Fin du marché

Le marché prend fin de plein droit :

- À l'expiration de sa durée,
- Dès lors que le montant maximum annuel HT est atteint.

2.7. Litiges

En cas de litige seul le tribunal judiciaire de Paris est compétent en la matière.

SIGNATURE DU TITULAIRE

À :

Le :

Nom, signature et tampon (*) :

(*) (en cas de groupement et sans habilitation du mandataire pour signer l'offre, tous les membres du groupement doivent signer le présent acte d'engagement)

DECISION DU POUVOIR ADJUDICATEUR

Est accepté le présent document de consultation valant acte d'engagement et CCAP

À Paris, le

Pour le pouvoir adjudicateur,

Le Président

Michaël WEBER



Cahier des Clauses Techniques Particulières

1. PRESENTATION : LES PARCS NATURELS REGIONAUX (PNR) DE FRANCE ET LEUR FEDERATION

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 2022, couvrant environ 19% du territoire national avec plus de 4 millions d'habitants pour 2255 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.

L'appui au développement des activités économiques constitue une des missions conduites par les Parcs en visant la création de richesses et d'emploi largement appuyée sur la préservation de leurs patrimoines remarquables.

La Fédération des Parcs naturels régionaux de France (FPNRF) est l'outil privilégié des actions communes des Parcs. En plus de représenter leurs intérêts et d'informer le public, la Fédération constitue une structure d'appui à l'expérimentation et de concertation avec les Régions et les partenaires nationaux et participe à la définition et à la mise en œuvre des politiques concernant les espaces ruraux français.

C'est dans ce cadre qu'elle a développé la stratégie d'attribution de la marque au sein du réseau.

2. CONTEXTE : LA MARQUE « VALEURS PARC NATUREL REGIONAL »

La marque collective « Valeur Parc naturel régional » a été créée en 2016. Elle constitue un outil au service d'entreprises engagées dans le cadre d'un engagement volontaire et mutuel entre Parcs et entreprises. Elle est porteuse des valeurs des Parcs : attachement au territoire, forte dimension humaine et sociale, préservation et valorisation des patrimoines :

- L'attachement au territoire : les producteurs, prestataires et artisans concernés contribuent au développement du territoire et s'attachent à faire découvrir le Parc à travers leurs produits et prestations. Ils proposent des produits et des services qui valorisent le patrimoine culturel local au travers l'histoire, le bâti...
- La culture d'une forte dimension humaine : le savoir faire le rôle et la maîtrise de l'homme sont primordiaux dans le processus de fabrication. Les professionnels font partager leur passion et s'appuient sur une solidarité entretenue sur le territoire.
- Le respect de l'environnement et sa contribution au renforcement de la richesse du patrimoine : les producteurs s'attachent à préserver les milieux naturels, la faune, la flore. De plus, ils s'impliquent dans le maintien de la qualité des paysages spécifiques au territoire de chacun des Parcs.

Il s'agit d'une démarche d'animation territoriale et outil marketing et de communication. La marque est collective car « Valeurs Parc Naturel Régional » est attribuée par les Parcs, sur la base d'une démarche contractuelle, à tous les professionnels de leur territoire qui le souhaitent et satisfont le niveau d'exigence requis. Elle concerne aussi bien les produits agricoles qu'artisanaux, les hébergements, les prestations touristiques et pédagogiques...

Elle participe au développement local en structurant le territoire, en renforçant la solidarité entre acteurs dans le cadre d'une économie plus sociale et du maintien de la richesse des patrimoines naturels et culturels. En même temps, elle vise à apporter une valeur ajoutée aux entreprises bénéficiaires en les différenciant sur leur marché, en lien avec ses valeurs.



Plus qu'un faire-valoir individuel, Valeurs Parc matérialise le lien qui unit les entreprises à leur territoire remarquable mais aussi les entreprises entre elles notamment dans le cadre de filières territoriales qui rassemblent des professionnels de l'amont et de l'aval et plus généralement dans le cadre de démarches collectives et solidaires, Les 2500 entreprises bénéficiaires fonctionnent en réseaux à la fois sur leur territoire mais aussi au sein de la communauté inter-Parcs des bénéficiaires de la marque.

En 2022, la marque représente un réseau de près de 2500 entreprises bénéficiaires de la marque sur 47 Parcs.

Elle a une double dimension nationale et territoriale.

Depuis 2017, Valeurs Parc naturel régional affirme sa dimension nationale puisque c'est une marque commune à l'ensemble du réseau des Parcs. Propriété de l'État, elle offre ainsi cohérence et lisibilité aux consommateurs car elle fait l'objet d'un suivi dans le temps. Cela dit, elle est mise en œuvre sur chacun des Parcs traduisant aussi son fort ancrage territorial.

La Fédération des Parcs naturels régionaux de France s'est engagée dans la conduite d'un plan de déploiement de cette marque sur le plan national venant compléter les actions sur les Parcs. Celui-ci affiche clairement la priorité en matière de communication afin de rendre plus lisible la marque auprès du grand public.

Les principaux supports de communication auprès des consommateurs et du grand public sont :

- La rubrique « Consommer Parc » dédiée aux produits et services des bénéficiaires marqués et à la vie de la marque plus largement sur le site internet de la Fédération.
- Partenariat avec des médias nationaux télé/radio : Émission culinaire diffusée sur M6 depuis 3 ans ; Edition d'un ouvrage de valorisation de produits/services marqués en 2020. « Itinéraire gourmand dans les Parcs » avec Hachette
- Réalisation d'évènements : Village des Parcs à Paris-Bercy en 2017 et opération « Grand pique-nique des Parcs » depuis 2018.
- Mutualisation d'outils communs de communication sur la marque (Dépliants, affiches, outils de communication numérique, nappes, tabliers, écocup, oriflammes, sacs en chanvre, banderoles).
- Recours à des influenceurs pour des voyages au sein de différents Parcs, pour créer des contenus vidéos et photos et faire partager des expériences « Valeurs Parc » depuis 3 ans.
- Valorisation de la marque sur les réseaux sociaux : comptes Facebook, Twitter et Instagram de la Fédération.

3. OBJET DU MARCHÉ

Le marché a pour objet la mise en place d'une **collection de Podcast sur les produits titulaires de la marque Valeurs Parc naturel régional**.

Il comprend **2 lots** faisant chacun l'objet d'un accord-cadre distinct :

- Lot 1 : Création et réalisation d'une collection de podcasts.
- Lot 2 : Organisation d'une formation à distance.



4. DESCRIPTION DES LOTS

LOT 1 : Création et réalisation d'une collection de podcasts

Attendus et livrables :

La prestation comprend la réalisation de 2 podcasts minimum en 2022 d'une durée moyenne de 10 à 20 mn chacun, en format .MP3.

La prestation comprend pour chaque podcast :

- 2 interviewés, si possible mis en situation, intégrés au podcast.
- La réalisation du cadrage et du scénario ;
- Les interviews, mises en situation conformes au cadrage précisées ci-dessus et captations audios ;
- L'écriture éventuelle de narration ou voix off si besoin ;
- La création du sound design et le choix de musiques de fond et ambiance ;
- Le montage-mixage et création du podcast ;
- L'intégration des demandes de modifications.

Plusieurs thématiques seront abordées dans le cadre de la rencontre avec les bénéficiaires de la marque « Valeurs Parc » comme fil rouge d'une découverte immersive et humaine du territoire : l'alimentation/la gastronomie/les produits locaux, les activités de loisirs, l'artisanat, les arts/la culture/l'évasion...

Le ton devra être sincère. Les podcasts devront laisser la place à la spontanéité, la légèreté et la simplicité. Il ne s'agit pas d'une communication institutionnelle mais bien d'une communication à destination du grand public, qui doit être comprise et lisible auprès de nos publics cibles en misant sur la proximité et l'accessibilité de l'offre Valeurs Parc. Cependant, le choix de la tonalité (en termes humoristique, décalée, plus classique) est laissé au podcaster en fonction de sa manière de fonctionner.

Les objectifs des podcasts sont de :

- **valoriser l'humain** comme acteur de son environnement ;
- proposer une **expérience sensorielle** et stimuler les sens ;
- faire découvrir les valeurs et faire comprendre le territoire ;
- **préserver** les patrimoines et les **partager** ;
- **attirer de nouveaux publics** tout en confortant son lien avec les publics cibles ;
- promouvoir mais aussi **créer du lien**, le renforcer ;
- mettre en lumière des activités, des savoir-faire ;
- et **renforcer la communication** vers les produits et services Valeurs Parcs.

Les podcasts devront répondre aux attentes des visiteurs : en faveur du slow tourisme, tourisme durable, tourisme de proximité, l'itinérance, un art de vivre et de voyager responsable, de mieux-être au quotidien, de mieux consommer (préoccupation sanitaire) et d'économie locale, plus durable et solidaire.

Style :

- Immersion dans l'univers de la marque Valeurs Parc

La Fédération souhaite un format créatif afin d'affirmer un positionnement en faveur du tourisme durable, de le mettre en lumière de manière sincère et vraie, et ainsi d'attirer de nouveaux publics



tout en confortant son lien avec les publics cibles. Le podcast a l'avantage majeur de garder le public « captif » et plutôt attentif, dans une ère de sur-sollicitation.

Le podcast doit pouvoir transmettre de l'information et de l'émotion et donc promouvoir, mais aussi créer du lien, le renforcer, mettre en lumière des activités, des savoir-faire, des modes de vie, des parcours personnels, partager des expériences sur un territoire, proposer aux habitants, aux curieux, aux visiteurs potentiels, etc... de rentrer en profondeur dans le territoire, de proposer un contenu immersif, des histoires locales de territoire et de rencontre avec les habitants.

- Créer effet démultiplié

Les podcasts créés, et les initiatives générées dans les parcs, doivent générer un effet de collection, ou série.

Il est prévu que la Fédération des Parcs consolide une collection de podcasts contenant ceux générés par sa propre commande qui fait l'objet de cet appel d'offres et des podcasts déjà existants ou à venir produits par les Parcs.

Public cible :

La cible visée est principalement le grand public, et en particulier les 25-40 ans. Le message de ces premiers podcasts doit toucher un tourisme de proximité. Valoriser les femmes et les hommes qui incarnent le développement d'une économie touristique durable.

Période des captations audios :

Toutes les saisons seront couvertes et ne pas se limiter à la période estivale. Cela permettra aux auditeurs de découvrir les Parcs sous leur différents contextes saisonniers et incitant aux auditeurs de venir à toute saison. Cette philosophie sera partagée par le (la) podcasteur, qui souhaite donner envie de découvrir des sites hors fortes fréquentations géographiques comme saisonnières. En fonction des disponibilités des bénéficiaires de la marque associés.

Crédits :

À faire figurer dans le texte accompagnant et en finalité de la composition. Besoin de création d'une introduction et d'une conclusion qui présente la collection, le Parc et les bénéficiaires que l'on retrouverait dans chaque épisode.

Cession des droits et propriété intellectuelle :

La Fédération des Parcs naturels régionaux de France sera titulaire de la totalité des droits de représentation et de reproduction (sur tout support) des prestations réalisées dans le cadre du présent marché, pour la durée de la protection légale des droits d'auteur et sur la totalité du territoire européen, et pour un usage professionnel, pour toute forme d'utilisation, de promotion, de communication, à l'exclusion des fins commerciales.

À ce titre, la Fédération pourra utiliser, reproduire et diffuser, sans restriction d'aucune sorte, les podcasts réalisés dans le cadre du présent marché par son titulaire.

La Fédération des Parcs naturels régionaux peut également autoriser des tiers à reproduire ou à utiliser tout ou partie des prestations réalisées.

Les tiers autorisés à utiliser les productions, objets du présent appel à proposition sont :

- les Parcs naturels régionaux concernés ;
- les socio-professionnels dont les bénéficiaires de la marque Valeurs Parc naturel régional.

Cette énumération est non exhaustive.

Méthodes et conditions de réalisation :

Le titulaire informera la Fédération du nom et des coordonnées professionnelles de la personne chargée de conduire et de diriger l'exécution des prestations en son nom.



La Fédération s'engage à fournir au titulaire, pour la réalisation des prestations qui lui sont confiées, toutes les informations qu'il lui sera possible de fournir et qui sont de nature à assurer le plein succès du projet, objet du présent marché au fur et à mesure de son avancement.

Le choix des Parcs naturels régionaux se fera par la Fédération sur la base du volontariat des Parcs, de leur capacité à proposer une offre marquée suffisamment étoffée en lien avec les thèmes sélectionnés. La Fédération mettra en lien direct le (la) podcasteur et le Parc concerné, qui assurera le suivi de la réalisation (lieux de tournages, ressources selon les besoins).

La Fédération coordonnera et assurera le bon déroulement du projet, et au terme de la production, celle-ci validera chaque podcast à l'issue d'une réunion en visioconférence à la fin de chaque projet.

Les podcasts seront publiés sur les pages « Consommer Parc » du site internet de la Fédération.

Calendrier :

La réalisation de la prestation (fourniture de 2 podcasts minimum) est prévue à partir de l'été 2022.

Lot 2 : Organisation d'une formation à distance

Contexte :

La Fédération déploie des formations par visio-conférence dans le cadre du plan du déploiement de la marque « Valeurs Parc naturel régional ». Ces formations ont pour objectifs de :

- Rassembler les chargés de mission en charge de la marque Valeurs Parc et de la communication autour de la promotion de la marque et servir mieux la notoriété de la marque.
- Les former afin qu'ils puissent devenir des commanditaires.
- Échanger sur des outils récurrents au bénéfice de la promotion de la marque.

Attendus et livrables :

Objectif : Doter chaque agent d'une autonomie suffisante à conduire une action « podcasts ».

Thème : « **Comment concevoir et réussir son projet de podcast ?** » pour valoriser les produits bénéficiaires de la marque « Valeurs Parc naturel régional ».

Modalités : formation en visioconférence d'une durée de 3h.

Cible : Le public cible présente des profils variés de chargés de mission (« Agriculture », « Tourisme », « Développement » et « Communication ») dont certains ont une relative méconnaissance des univers et des outils numériques.

Ce type de formation à distance sur une durée limitée a fortement mobilisé l'an dernier et devrait réunir au moins une cinquantaine de personnes.

Contenu indicatif :

- Définir qu'est-ce qu'un podcast ?
- Quelles sont les différentes formes de podcasts ?
- Comment bien déterminer son sujet ?
- Quelles sont les différentes étapes de conception ?
- Quelles sont les différentes plateformes de diffusion et droits de diffusion ?

Il est attendu du prestataire :

- La préparation et l'animation de la formation ;



- L'élaboration d'un support pédagogique à l'issu de la formation reprenant les points clés, la capitalisation des enseignements, les points de vigilance, la rédaction d'une synthèse reprenant les principaux apports et échanges issus de celle-ci.

Cette session pourra s'appuyer sur un document à projeter en partage d'écran animée, par un formateur spécialiste en podcasts.

Calendrier :

La formation est prévue sur le mois de décembre 2022.

