



# Fédération des Parcs naturels régionaux de France

Document de consultation des entreprises (DCE)

## **Passation d'un marché privé pour le suivi et la gestion des relations médias**

Consultation en procédure adaptée

### **Sommaire**

---

#### GENERALITES SUR LE MARCHÉ

1. Pouvoir adjudicateur
2. Description du maître d'ouvrage
3. Contexte et objectif du marché
4. Type de marché et décomposition
5. Calendrier du marché
6. Coordination du marché
7. Modalités générales de réponse à la consultation

#### LOT 1 : ATTACHE(E) DE PRESSE – THEME ENVIRONNEMENT

1. Définition du besoin et prestations attendues
2. Critères de sélection à la consultation
3. Document à fournir

#### LOT 2 : ATTACHE(E) DE PRESSE – THEME POLITIQUES PUBLIQUES ET TERRITORIALES

1. Définition du besoin et prestations attendues
2. Critères de sélection à la consultation
3. Document à fournir

#### LOT 3 : BASE DE CONTACTS MEDIAS

1. Définition du besoin et prestations attendues
2. Critères de sélection à la consultation du lot
3. Éléments à fournir

#### LOT 4 : VEILLE, ANALYSE ET VALORISATION DES ACTIONS MEDIAS

1. Définition du besoin et prestations attendues
  2. Critères de sélection à la consultation du lot
  3. Éléments à fournir
-

## GENERALITES SUR LE MARCHÉ

### 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 parcs, notamment les autres aires protégées françaises et européennes.

Les Parcs naturels régionaux, au nombre de 58 en 2022, sont créés pour protéger et mettre en valeur de grands espaces ruraux habités. Un parc naturel régional s'organise autour d'un projet concerté de développement et de protection défini pour 15 ans, la charte. 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.

### 3. Contexte et objectif du marché

Dans le cadre des objectifs « lobbying et influence » et « rayonnement grand public » de sa stratégie de communication, la Fédération est régulièrement amenée à partager ses prises de position et ses actualités vers les médias dans le but de toucher ses cibles, à savoir les élus et parlementaires pour ses actions politiques (projet amendement texte de loi, etc.) et le grand public pour la valorisation de sa marque Valeurs Parcs, des produits Destination Parc, etc.

Les journalistes, bloggeurs et influenceurs constituent ainsi une cible intermédiaire dans l'action de communication de la Fédération.

**Le présent marché porte sur l'accompagnement des relations médias, leur suivi et leur bilan.**

### 4. Type de marché et décomposition

Il s'agit d'un marché pluri-attributaire constitué de 6 lots.

Chaque candidat peut postuler pour un ou plusieurs lots, ou l'ensemble des lots du marché.

- lot 1 : attaché(e) de presse – thème environnement
- lot 2 : attaché(e) de presse – thème politiques publiques et territoriales

- lot 3 : base de contacts médias
- lot 4 : veille, analyse et valorisation des actions médias

Les lots 1 et 2 sont des lots à bon de commande et pluri-attributaire. Un total de 2 prestataires par lot sera retenu.

Le lot 3 et le lot 4 sont des lots simples mono-attributaire.

## **5. Calendrier du marché**

La mission porte sur une période de 2 ans ferme, renouvelable deux fois pour un an, par tacites reconduction annuelle, soient 4 années au total. Elle démarre au 1<sup>er</sup> janvier 2023. La durée de validité de ce marché ne pourra pas dépasser quatre ans, toute période de reconduction comprise.

**Le marché est ouvert du 11 octobre 2022 au 2 novembre 2022. Les offres seront à remettre avant le 2 novembre 2022, 12h00.**

## **6. Coordination du marché**

Le marché et les prestations qui en découlent sont coordonnées par la chargée des relations média à la Fédération.

Dans le cadre de potentielles négociations, les candidats pourront être amenés à échanger avec le directeur et le président de la Fédération des Parcs.

Dans le cadre de la notification du contrat ou de la commande, les candidats pourront être en contact avec la secrétaire générale de la Fédération des Parcs.

## **7. Modalités générales de réponse à la consultation**

Les offres doivent être adressées sur la plateforme de marchés dématérialisée marchespublics.com (DEMATIS).

Pour les lots 1 et 2, l'offre devra porter sur une période de 2 ans avec facturation sur bon de commande. Elle devra présenter un prix au feuillet et la méthodologie proposé par le candidat.

Pour les lots 3 et 4, l'offre devra porter sur une période de 2 ans à facturation annuelle fixe. Elle devra présenter le détail tarifaire et méthodologique des lots et de leurs options pour lesquels le candidat souhaite répondre.

Au-delà des modalités de réponses propres à chaque lot (cf. « Éléments à fournir » au sein de chaque lot), les candidats pressentis attributaires devront produire les justificatifs suivants avant notification du contrat ou de la commande :

- attestation sur l'honneur relative aux interdictions et incapacités à soumissionner à un marché public (DC1) <https://www.economie.gouv.fr/cedef/formulaires-marches-publics>
- 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 les candidats ayant proposé une offre.

## LOT 1 : ATTACHE(E) DE PRESSE – THEME ENVIRONNEMENT

### 1. Définition du besoin et prestations attendues

Le lot porte sur l'accompagnement des relations médias de la Fédération des Parcs pour les sujets environnementaux liés à l'activité de la Fédération selon les prestations suivantes :

- Appui et conseil stratégique aux relations presse : choix éditoriaux, angle, veille des sujets d'actualités...
- Rédaction de communiqués de presse : 10 à 15 par an au total – exemple : sujets d'actualités, sujets environnementaux, annonces du réseau des Parcs, événements de la Fédération, etc.
- Élaboration et rédaction de dossiers de presse : 2 à 3 par an – exemple : marques Valeurs Parc et Destination Parcs, autres opérations spéciales...
- L'envoi des CP et DP à son réseau de contacts
- Le suivi et la coordination des demandes médias après l'envoi des CP/DP et suivi des autres demandes entrantes
- Le bilan régulier de ses activités (fréquence à ajuster selon l'activité)
- L'intervention aux temps fort de la Fédération (1 à 2/an - rencontres presse, Congrès des Parcs, Université d'été, autres événements majeurs)
- Participation aux réunions de la Fédération (2 à 3/an - commission communication, réunion du pôle communication, séminaire com, etc.)

Pour mener à bien ces missions, le profil et les qualités recherchés sont :

- Un journaliste OU un attaché de presse indépendant OU une agence de presse
- Très bonne maîtrise des sujets environnementaux : approche généraliste mais complète du panel des sujets environnement (agriculture, énergie, forêt, biodiversité, urbanisme, etc.)
- Capacité à angler les sujets : orienter le sujet pour qu'il soit percutant et attractif auprès des médias
- Bonne audience auprès des journalistes et des médias
- Grand réactivité et souplesse organisationnelle

### 2. Critères de sélection à la consultation

Pour rappel, un total de 2 prestataires sera retenu pour l'attribution de ce lot.

L'analyse des candidatures portera sur les critères suivants :

- Références professionnelles et CV
- Expérience dans la conduite de projets similaires
- Offre méthodologique
- Moyens humains et techniques pour réaliser les prestations décrites
- Audience/notoriété du candidat (relationnel avec journalistes, abonnés réseaux sociaux, ou tout autre élément permettant l'analyse de ce critère)

Les offres seront pondérées selon :

- la qualité et l'adéquation de la note technique : 60% de la notation
- l'offre tarifaire : 40% de la notation

Une note technique inférieure ou égale à 20 points sur 60 est éliminatoire.

Sur la base d'un estimatif de l'action média de la Fédération des 2 dernières années, le volume de commande annuelle est estimé entre 5 et 10 bons de commande. L'objet de ces bons de commande pourra porter sur une ou plusieurs des prestations décrites précédemment.

L'attribution des bons de commande se fera sur la base :

1. De la notation obtenue lors de la consultation ;
2. De la disponibilité du prestataire à confirmer la prise en charge de la commande dans un délai de 4h.

Ainsi, le prestataire ayant reçu la meilleure note sera consulté en premier. Sans confirmation de sa part dans le temps imparti la commande sera proposée au prestataire arrivé en deuxième position.

Après 3 refus consécutifs de commande, le prestataire sera sorti de l'appel d'offre.

### **3. Eléments à fournir**

Les documents attendus pour l'étude des candidatures sont :

- Une note technique (3 pages maximum) avec la compréhension du besoin, des références de réalisation, la méthode proposée, les délais de livraison à partir de la réception du bon de commande.
- Un prix forfaitaire HT et TTC par feuillet. Les prix sont réputés couvrir la cession des droits afférents aux prestations.

## **LOT 2 : ATTACHE(E) DE PRESSE – THEME POLITIQUES PUBLIQUES ET TERRITORIALES**

### **1. Définition du besoin et prestations attendues**

Le lot porte sur l'accompagnement des relations médias de la Fédération des Parcs sur les sujets liés à l'action politique de la Fédération, selon les prestations suivantes :

- Appui et conseil stratégique aux relations presse : choix éditoriaux, angle, veille des sujets d'actualités...

- Rédaction de communiqués de presse : 10 à 15 par an au total – exemple : réaction à l’actualité, proposition d’amendement législatifs.
- Élaboration et rédaction de dossiers de presse : 2 à 3 par an – exemple : refonte dossier de presse FPNRF, Congrès des Parcs ...
- L’envoi des CP et DP à son réseau de contacts
- Le suivi et la coordination des demandes médias après l’envoi des CP/DP et suivi des autres demandes entrantes
- Le bilan régulier de ses activités (fréquence à ajuster selon l’activité)
- L’intervention aux temps fort de la Fédération (1 à 2/an - rencontres presse, Congrès des Parcs, Université d’été, autres événements majeurs)
- Participation aux réunions de la Fédération (2 à 3/an - commission communication, réunion du pôle communication, séminaire com, etc.)

Pour mener à bien ces missions, le profil et les qualités recherchés portent sur :

- Un journaliste OU un attaché de presse indépendant OU une agence de presse
- Très bonne maîtrise des sujets de politique publique et territoriale : process législatif, enjeux territoriaux, etc.
- Capacité à angler les sujets : orienter le sujet pour qu’il soit percutant et attractif auprès des médias
- Bonne audience auprès des journalistes et des médias
- Grand réactivité et souplesse organisationnelle

## **2. Critères de sélection à la consultation**

Pour rappel, un total de 2 prestataires sera retenu pour l’attribution de ce lot.

L’analyse des candidatures portera sur les critères suivants :

- Références professionnelles et CV
- Expérience dans la conduite de projets similaires
- Offre méthodologique
- Moyens humains et techniques pour réaliser les prestations décrites
- Audience/notoriété du candidat (relationnel avec journalistes, abonnés réseaux sociaux, ou tout autre élément permettant l’analyse de ce critère)

Les offres seront pondérées selon :

- la qualité et l’adéquation de la note technique : 60% de la notation
- l’offre tarifaire : 40% de la notation

Une note technique inférieure ou égale à 20 points sur 60 est éliminatoire.

Sur la base d’un estimatif de l’action média de la Fédération sur les 2 dernières années, le volume de commande annuelle est estimé entre 5 et 10 bons de commande. L’objet de ces bons de commande pourra porter sur une ou plusieurs des prestations décrites précédemment.

L’attribution des bons de commande se fera sur la base :

1. De la notation obtenue lors de la consultation ;

2. De la disponibilité du prestataire à confirmer la prise en charge de la commande dans un délai de 4h.

Ainsi, le prestataire ayant reçu la meilleure note sera consulté en premier. Sans confirmation de sa part dans le temps imparti la commande sera proposée au prestataire arrivé en deuxième position.

Après 3 refus consécutifs de commande, le prestataire sera sorti de l'appel d'offre.

### **3. Éléments à fournir**

Les documents attendus pour l'étude des candidatures sont :

- Une note technique (3 pages maximum) avec la compréhension du besoin, des références de réalisation, la méthode proposée, les délais de livraison à partir de la réception du bon de commande.
- Un prix forfaitaire HT et TTC par feuillet. Les prix sont réputés couvrir la cession des droits afférents aux prestations.

## **LOT 3 : BASE DE CONTACTS MEDIAS**

### **1. Définition du besoin et prestations attendues**

La solution devra proposer une base de contact média pour identifier les médias cibles et faciliter la diffusion des communiqués de presse de la Fédération des Parcs afin de les valoriser.

Cette diffusion et cette valorisation peuvent se faire via un système d'e-mailing ou sur le principe d'une salle de presse digitalisée.

Dans les deux cas, pour l'identification des médias et journalistes, la solution devra permettre :

- Un ciblage par thématique/domaine/sujet d'intérêt des journalistes et des médias ;
- Une identification des types de médias (tv, presse, radio, blog, etc.) ;
- Un ciblage des médias par zone géographique et/ou périodicité.

La demande de base de contact porte uniquement sur les médias France.

Dans le cas d'une diffusion par emailing, la solution devra permettre :

- d'enregistrer une sélection de contacts au sein de la base de contact générale ;
- d'exporter ces sélections au format Excel et d'importer un listing au format Excel ;
- d'éditer le contenu de l'emailing (template, texte, ajout de pièce-jointe) ;
- d'envoyer en nombre l'emailing, sans limitation du nombre de destinataire ;
- de suivre les audiences de l'emailing (taux d'ouverture, taux de clics, etc.) ;
- de gérer les désabonnements automatiquement.

Pour cette solution, l'offre devra inclure :

- 2 à 3 comptes utilisateurs de la solution
- un temps de formation à la solution
- une assistance technique assurée en français, à minima par email, sur un délai de réponse inférieur à 24h

## **2. Critères de sélection à la consultation du lot**

Pour rappel, un seul prestataire sera retenu pour l'attribution de ce lot.

L'analyse des candidatures portera sur les critères suivants :

- Expérience dans la conduite de projets similaires et références
- Offre méthodologique
- Moyens humains et techniques pour réaliser les prestations décrites

Les offres seront pondérées selon :

- Qualité et adéquation de la note technique : 60% de la notation
- Offre tarifaire : 40% de la notation

## **3. Éléments à fournir**

Les documents attendus pour l'étude des candidatures sont :

- Une note technique (3 pages maximum) avec la compréhension du besoin, des références de réalisation, la méthode proposée, les délais de livraison à partir de la réception du bon de commande.
- Un prix forfaitaire HT et TTC annuel. Les prix sont réputés couvrir la cession des droits afférents aux prestations.

Une présentation de la solution envisagée (démonstration en ligne) est à prévoir pour appuyer la candidature.

# **LOT 4 : VEILLE, ANALYSE ET VALORISATION DES ACTIONS MEDIAS**

## **1. Définition du besoin et prestations attendues**

Le lot 3 porte sur une solution permettant une veille média (a) avec identification des retombées média, leur quantification (b) et leur partage auprès des adhérents et des partenaires de la Fédération des Parcs (c).

### a) Veille média

Conduite d'une veille média thématique selon 4 recherches distinctes au minimum sur la base de ciblage de mots-clés.

La Fédération devra maîtriser le paramétrage de ces recherches pour les ajuster librement en fonction de l'évolution de ses besoins.

Les recherches devront pouvoir associer des termes en entre et en exclure. L'usage des opérateurs booléens pour le paramétrage des recherches est une solution possible.

L'offre de base de cette veille média devra porter sur :

- la presse web ;
- les sites web et blogs ;



En option, l'offre devra présenter le financement individuel d'une veille média portée sur :

- la presse écrite papier ;
- la radio ;
- la télévision.

#### \*\*Contenus payants et droit de copie (veille)

Cette veille peut se présenter sous la forme d'un repérage des contenus (exemple : presse web ou papier payante) pour permettre de cibler l'achat des contenus complets au cas par cas par la Fédération des Parcs en fonction de leur pertinence. Ainsi, la prise en charge des droits de copies n'est pas demandée au présent marché.

#### b) Analyse des retombées médias

A la suite de l'identification des retombées médias, un volet d'analyse doit permettre d'évaluer les performances.

Les principaux indices de performances attendus sont :

- Le nombre de retombées médias sur la période ;
- L'origine des sources (radio, presse, blog, télévision) ;
- L'audience ou portée potentielle des médias ;
- Le rayonnement géographique du média (national, local...) ;
- La classification des retombés par sujets traités.

La solution doit permettre la création de rapport, leur envoi par e-mail et leur téléchargement en PDF.

L'édition des rapports doit être ajustable selon une recherche et/ou une période et/ou une classification des retombées pour cibler l'analyse à une thématique de sujets.

#### c) Partage des retombées médias

Le partage des retombées médias doit permettre la création et l'envoi d'une revue de presse et la gestion de flux RSS pour un affichage des retombées média sur le site de la Fédération des Parcs.

La création et l'envoi de la revue média doit comprendre :

- la création d'un template personnalisé et conforme à l'identité graphique de la Fédération des Parcs ;
- la création d'un sommaire ;
- la sélection/suppression des retombées médias à y afficher ;
- l'affichage de chaque retombée presse selon, à minima : titre, nom du média, date, lien URL de la source
- la gestion d'une base de contact pour partager la revue média selon, à minima : l'import/export au format Excel, la désinscription automatique, la conformité RGPD ;
- le suivi statistique de l'envoi de la revue média selon, à minima : taux d'ouverture, taux de clics, taux de désabonnement.

La solution de flux RSS pour le partage sur le site internet de la Fédération des Parcs doit comprendre :

- La mise à disposition de 2 flux RSS au minimum ;

- La sélection/suppression des retombées à y afficher ;
- Un soutien technique pour l'insertion et l'affichage des flux RSS sur le site internet de la Fédération lors de leur mise en place, en lien avec le développeur web de la Fédération des Parcs.

**\*\*Contenus payant et droits de copie (partage)**

Le partage des retombées média peut se présenter sous la forme d'un repérage des contenus (titre, date, média) et moyen de consultation (lien URL, abonnement, etc.). C'est alors le lecteur de la revue média ou du flux RSS qui choisira d'acheter ou non l'intégralité du contenu pour le lire. Ainsi, la prise en charge des droits de copies n'est pas demandée au présent marché.

d) Formation, soutien technique et service client

Pour cette solution, l'offre devra inclure :

- 2 à 3 comptes utilisateurs de la solution
- un temps de formation à la solution
- une assistance technique assurée en français, à minima par email, sur un délai de réponse inférieur à 24h

**2. Critères de sélection à la consultation du lot**

L'analyse des candidatures portera sur les critères suivants :

- Expérience dans la conduite de projets similaires et références
- Offre méthodologique
- Moyens humains et techniques pour réaliser les prestations décrites

Les offres seront pondérées selon :

- Qualité et adéquation de la note technique : 60% de la notation
- Offre tarifaire : 40% de la notation

**3. Éléments à fournir**

Les documents attendus pour l'étude des candidatures sont :

- Une note technique (3 pages maximum) avec la compréhension du besoin, des références de réalisation, la méthode proposée, les délais de livraison à partir de la réception du bon de commande.
- Un prix forfaitaire HT et TTC annuel. Les prix sont réputés couvrir la cession des droits afférents aux prestations.

Une présentation de la solution envisagée (démonstration en ligne) est à prévoir pour appuyer la candidature.