Fédération des Parcs naturels régionaux de France

Document de consultation

Missions d'expertise et de formation au e-commerce pour la mise en œuvre du projet « Destination Parcs »

Marché de prestation de services en procédure adaptée

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

Contact :

Jean-Paul GUERIN – Fédération des Parcs – Chef de projet Destination Parcs.

Contact : jpguerin@parc-naturel-pilat.fr / 06 07 41 06 05

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 00045, ayant son siège 27, rue des Petits Hôtels à Paris (75010), représentée par son Président, Monsieur Michaël WEBER.

2/ Description du maître d'ouvrage

La **Fédération des Parcs naturels régionaux de France** est le porte-parole du réseau des Parcs naturels régionaux (PNR). Outil privilégié de leurs réflexions et de leurs actions communes, elle est chargée de la représentation de leurs intérêts auprès des administrations, des assemblées parlementaires et des organismes institutionnels, et de leur prise en compte dans l'élaboration des textes et politiques les concernant. Elle est aussi une structure de concertation avec les Régions et les partenaires nationaux de l'action des PNR, notamment les autres aires protégées françaises et européennes. La Fédération regroupe 58 PNR, les Régions et des organismes nationaux de protection et de développement. Elle est gérée par un Bureau qui s'appuie sur des commissions qui sont forces de propositions et mettent en œuvre les décisions. La FPNRF ne possède pas de pouvoir prescriptif sur les PNR. Par contre, elle propose des actions concertées entre Parcs afin de jouer « l'effet gamme », notamment pour les aider à mettre en œuvre leur mission d'expérimentation.

Les **Parcs naturels régionaux** ont pour objet de favoriser un projet de développement durable sur leur territoire en lien avec leurs cinq missions : 1. Protection des paysages, du patrimoine naturel et culturel par une gestion adaptée ; 2. Accueil, information et éducation du public ; 3. Contribution à l'aménagement du territoire ; 4. Contribution au développement économique, social, culturel et à la qualité de vie ; 5. Expérimentation et contribution à des programmes de recherche.

Au nombre de 58 en 2023, ils couvrent environ 17% du territoire national, avec plus de 4 millions d'habitants. Ils emploient 2 200 agents. Ils regroupent un éventail riche de patrimoines remarquables aussi bien culturels que naturels qu'ils se doivent de préserver tout en assurant une mission d'accueil, d'information et d'éducation des publics. L'appui au développement des activités économiques constitue une des missions conduites par les PNR en visant la création de richesses et d'emploi largement appuyée sur la richesse de leurs patrimoines remarquables. Leur tissu économique est relativement semblable à celui des zones rurales françaises : dominé par une forte proportion de petites et très petites entreprises notamment dans les secteurs du tourisme, de l'agriculture, des loisirs et de l'artisanat/industrie.

Les dispositions principales concernant les Parcs naturels régionaux sont codifiées aux articles L.333-1 à L. 333-16 du code de l'environnement. Les actions d'un Parc naturel régional sont mises en œuvre par un syndicat mixte ouvert sur la base d'une charte renouvelée tous les 15 ans.

3/ Contexte, objectifs et contenu de la mission

3.1. Contexte

La FPNRF a validé en 2017 un cadre stratégique commun aux Parcs en matière de tourisme et loisirs et posé les bases du projet « Destination Parcs » en retenant le scénario le plus ambitieux proposé : ***Faire émerger une destination « Parcs naturels régionaux »*** au plan national. Une feuille de route en quatre grandes étapes a été rédigée pour atteindre cet objectif.

1 – Définition d'un positionnement et d'un contenu de destination

La phase de faisabilité a débuté en 2018 et a permis de fixer un positionnement sur « l'Utopie Rurale » en janvier 2019.

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

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

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

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

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

- le choix du modèle entrepreneurial (mai 2020) ;
- l'appel à manifestation d'intérêt auprès des Parcs pour constituer le premier cercle de 15 Parcs pionniers sur le second semestre 2020 ;
- le lancement du concours « 1 entrepreneur pour Destination Parcs » fin décembre 2020 avec l'appui du Slowtourisme Lab ;
- 76 candidatures ont été enregistrées au terme de la sollicitation ;
- 10 candidats ont été présélectionnés pour une audition rapide le 1er mars ;
- 6 candidatures ont été retenues pour présenter leur projet devant un jury d'experts le 9 mars ; ces 6 candidats ont pu bénéficier de conseil d'experts et de temps d'échanges avec les Parcs et l'incubateur Slow Tourisme Lab pour ajuster et bonifier leur proposition les 3, 4 et 5 mars.

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

4 – Mise en marché de la destination Parcs grâce à une phase d'expérimentation à partir de 2021

Ce qui a conduit à :

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

Au terme de cinq ans d'engagement de la démarche, la Fédération des Parcs et les Parcs pionniers ont dressé un bilan en interne de la mise en œuvre de la démarche en s'appuyant aussi sur le retour des partenaires associés (CRT, experts/agences).

L'AMI « Destinations Digitales » initié par Atout France, dans le cadre du Plan Destination France, pour lequel le projet de la FPNRF a été retenu, permet d'engager une nouvelle phase de Destination Parcs.

3.2. Définition des besoins

C'est dans ce cadre qu'aujourd'hui, la FPNRF souhaite pouvoir compléter ce bilan en bénéficiant d'une expertise extérieure pour identifier les points de fragilité et de dysfonctionnements de la démarche en termes de commercialisation des offres, les points de correction et d'amélioration en la matière, afin de réajuster la stratégie Destination Parcs.

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

3.3. Objectifs et contenu de la mission

1. **Analyse critique de la phase expérimentale de mise en marché des offres**

Nous attendons :

- une analyse détaillée du modèle économique défini par l'entreprise et de la phase d'expérimentation de mise en marché permettant d'identifier les points de fragilités et les manques n'ayant pas permis d'aboutir aux objectifs commerciaux des offres proposées (parcours client, prix, qualité du partenaire et des offres, prix, technologies, audience, etc.) ;
- une analyse sur le choix du positionnement retenu « Utopie Rurale » et sur sa traduction promotionnelle et commerciale ;
- une analyse qualitative et quantitative des actions de communication commerciales en ligne menées par les acteurs de Destination Parcs (la Fédération, les Parcs, Odysway…) ;
- une évaluation de la puissance en ligne de la marque « Parcs naturels régionaux » dans le secteur du tourisme et des loisirs ;

2. **Acculturation des Parcs au marketing touristique en ligne et au e-commerce**

Il s'agira :

- de donner aux Parcs les clés essentielles de fonctionnement de l'e-tourisme, d'acquérir les éléments de connaissance pour mieux connaître les « capacités à faire » de partenaires éventuels et de faciliter le positionnement des Parcs dans l'écosystème.
- et de poser quelques grands points de diagnostic sur les pratiques digitales des Parcs.

Nous attendons un « audit flash » sur un échantillon de cinq à sept Parcs et de la fédération choisis en concertation avec le lauréat sur leur présence sur le web, leur activité sur les réseaux sociaux, etc. dans le domaine du tourisme et des loisirs.

Une à deux séquences de travail suivant les modalités d'organisation, avec les Parcs pionniers permettront à la fois d'apporter des éléments d'information sur la réalité du e-tourisme, de partager les principaux aspects de l'univers de la communication numérique des offres touristiques et d'évaluer les points de convergence et de divergence avec les pratiques des Parcs.

Ces temps devront permettre de disposer d'éléments de diagnostic sur les pratiques des techniciens des Parcs dans ce domaine afin d'identifier les compétences mobilisables et à acquérir par les Parcs en matière de marketing numérique et de e-commerce, dans une relation avec les acteurs de la mise en marché et de la vente en ligne des offres de leur territoire.

3. **Préconisations précisant les conditions nécessaires à réunir pour une mise en marché réussie : technique, humain, commercial, marketing, promotion, etc.**

Ces préconisations s'ancreront dans cette triple approche (l'analyse de la phase test Destination Parcs / les pratiques des Parcs en matière numérique / les réalités du e-tourisme).

Pour conduire à bien sa mission, le prestataire pourra s'entretenir avec les principales personnes engagées dans le pilotage du projet au sein de la Fédération des Parcs voir de quelques Parcs ; il pourra s'appuyer sur les différentes productions réalisées (outils et

supports), les documents rédigés au terme du projet (document bilan consolidé enfin d'année 2022, un suivi de la fréquentation de la plateforme Destination Parcs sur 2022, une analyse de l'impact des actions de communication sur les réseaux sociaux, une comparaison du parcours clients et de la politique de prix des séjours testés avec des sites des structures proches des Parcs naturels régionaux proposant des offres proches).

3.4. Attendus et livrables

Ce travail se traduira par :

- la rédaction d'une note de cadrage mettant en exergue les manques et les points d'amélioration à partir des différents points de diagnostic indiqués dans le point « objectif et contenu de la mission » du présent cahier des charges ;
- une réunion d'échanges sur la note de cadrage avec la Fédération des Parcs et les représentants des Parcs pionniers et des partenaires ;
- la rédaction d'une note de recommandations et de préconisations hiérarchisées ; cette note identifiera les besoins d'accompagnement en formation professionnelle dans le champ du marketing numérique pour les partenaires de Destination Parcs en particulier agents des Parcs et de la fédération ;
- une réunion d'échanges sur les recommandations et les préconisations avec la Fédération des Parcs et les représentants des Parcs pionniers et des partenaires, permettant de compléter, enrichir et valider les préconisations ;
- la rédaction d'un rapport final avec l'ensemble de l'analyse et des recommandations.

3.5 Calendrier de réalisation et modalités d'exécution

Calendrier

La mission a vocation à être réalisée sur une période de trois mois avant la fin du premier semestre 2023.

Une première réunion de lancement sera programmée début avril.

Dans le cadre de cette mission, plusieurs temps d'échanges entre l'expert retenu et les différentes parties prenantes du projet seront organisés.

Coordination du marché

Le marché est coordonnée Jean-Paul GUERIN chef de projet à la FPNRF, sous la responsabilité d'Eric BRUA, directeur.

4/ Modalités de réponse à la présente consultation

4.1. Compétences attendues

- Connaissances approfondies dans le domaine de l'économie touristique, des entreprises et en particulier en tourisme numérique.
- Compétences en expertise de projet et/ou formation.
- Connaissance souhaitable du monde des collectivités et notamment des Parcs naturels régionaux (contexte et valeurs) et plus globalement des aires protégées.

4.2. Prix de la mission

Le montant de la mission comprendra l'ensemble des frais nécessaires à son exécution.

Il sera décomposé selon les différents points de la mission, avec une indication du nombre de jours consacrés à chacun de ces points.

Il sera exprimé HT, avec mention de la TVA applicable.

4.3. Critères d'analyse des offres

- Valeur technique de l'offre (méthodologie, délai de réalisation et calendrier…) : 30%.
- Référence, compétences et moyens humains affectés à la mission : 30 %.
- Prix : 40%.

Conformément aux dispositions de l'article 28 du Code des Marchés Publics, la Fédération pourra négocier avec les candidats ayant proposé une offre. Cette négociation pourra porter sur tous les éléments de l'offre, notamment le prix.

Dans le cadre de la pré-sélection des offres, il pourra être organisé des auditions, en visio-conférence.

Cette audition éventuelle est programmée le lundi 20 mars de 16 heures à 18 heures.

4.4. Documents à fournir

- Une note technique (10 pages maximum) avec la compréhension du besoin, les références en la matière, la présentation de l'équipe mobilisée et le rôle de chacun, la méthode proposée et le calendrier de réalisation de la mission.
- Un devis présentant le prix unitaire HT & TTC, le nombre de jours consacré à la prestation et le montant HT et TTC de l'offre.

Les prix 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 (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.

4.4. Délai de réponse

L'offre de réponse est à remettre au plus tard le mardi 14 mars 2023 à minuit par mail auprès de : jpguerin@parc-naturel-pilat.fr