



## 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°2024-04  
**Souscription à un outil de gestion des réseaux sociaux de la Fédération des Parcs**

## SOMMAIRE

ARTICLE 1 – CONTEXTE .....	3
ARTICLE 2 – OBJECTIFS .....	3
ARTICLE 3 – DESCRIPTION DES PRESTATIONS ATTENDUES .....	3
ARTICLE 4 – MODALITES D’EXECUTION .....	4
- PILOTAGE ET SUIVI D’EXECUTION.....	4
- METHODOLOGIE .....	4
- LIVRABLES .....	4
- DELAIS D’EXECUTION .....	3
- DUREE .....	4
- QUANTITE.....	4

## **ARTICLE 1 – CONTEXTE**

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.

La Fédération des Parcs naturels régionaux de France (FPNRF) 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. La Fédération est aussi une structure de concertation avec les Régions et les partenaires nationaux sur l'action des PNR, notamment au sein des 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. Cependant, elle propose des actions concertées pour les aider à mettre en œuvre leur mission d'expérimentation.

Dans le cadre de ses actions, la Fédération est présente sur de nombreux réseaux sociaux : Facebook, X, Instagram, LinkedIn et YouTube, et anime au total 7 comptes ou profils toutes plateformes confondues.

## **ARTICLE 2 – OBJECTIFS**

L'objectif du marché est de doter la Fédération des Parcs d'un outil de gestion pour optimiser sa présence sur les réseaux sociaux en facilitant l'animation et la modération des profils et en permettant une curation de contenu efficace.

## **ARTICLE 3 – DESCRIPTION DES PRESTATIONS ATTENDUES**

L'outil de gestion devra permettre d'effectuer les actions ci-dessous :

1. Créer et programmer des contenus
  - Afficher un calendrier éditorial unique pour l'ensemble des comptes sociaux de la Fédération permettant une vue globale et une vue par profil par simple filtrage ;
  - Rédiger des contenus avec un correcteur orthographique et grammatical, l'insertion de mentions et hashtags en auto-complétion, la création d'URL raccourcis, l'insertion d'émojis ;
  - Editer des images (recadrage, luminosité...) et créer des visuels simples de type Canvas ;
  - Prévisualiser le contenu avant sa publication selon l'affichage réel de la plateforme cible ;
  - Programmer les contenus en illimité ;
  - Programmer en simultané sur plusieurs réseaux sociaux (ou dupliquer un contenu) ;
  - Instagram : proposer la création et la programmation de stories ;
  - LinkedIn : proposer la création et la programmation de contenu de type document (fichier PDF).
2. Modération
  - Gérer et modérer les commentaires sur les contenus ;
  - Gérer et modérer les messages privés ;
  - Gérer et modérer les mentions des comptes.

3. Analyser les audiences et l'impact des comptes
  - Analyser des audiences globales pour chaque compte et profil : abonnés, engagement, vues de la page ;
  - Analyser les audiences de chaque contenu : impression, engagement (réaction, commentaire), taux d'engagement
  - Donner une analyse comportementale des audiences : abonnés les plus actifs, profil (genre, âge, source géographique), heures de publication, contenus les plus appréciés...
  - Éditer et partager (exporter) des rapports détaillés au format PDF ou Excel.
4. Veille
  - Curation de contenu selon des recherches par mots-clés illimités.
5. Travail en équipe
  - Attribuer différents rôles aux collaborateurs : administrateur, rédacteur...
  - Partager l'affichage du calendrier unique de publication ;
  - Assigner des tâches entre collaborateurs (par exemple la validation de contenus avant publication, ou la modération des commentaires et messages privés).

La plateforme de gestion devra être francophone.

#### **ARTICLE 4 – MODALITES D'EXECUTION**

##### **- Pilotage et suivi d'exécution**

Le présent marché est coordonné par Léa Chariol, chargée de communication, sous la responsabilité d'Eric Brua, directeur de la Fédération des Parcs.

##### **- Méthodologie**

Le prestataire devra être force de proposition sur la méthodologie proposée pour mener à bien l'exécution du marché et assurer le suivi de la prestation.

##### **- Livrables**

L'accès à la plateforme devra être effectif au plus tard le 1<sup>er</sup> avril selon 3 comptes utilisateurs (avec identifiants de connexion personnel).

1 session de formation à l'outil pour 2 utilisateurs vers la mi-mars.

1 support technique ou service client est demandé en français avec un délai de réponse maximal de 24h, par chat ou téléphone.

##### **- Durée**

Le présent marché est conclu pour une durée de **1 ans renouvelable 2 ans**, le marché ne pourra pas excéder 3 ans.

La facturation devra se faire annuellement.

##### **- Quantité**

L'outil de gestion devra permettre d'animer jusqu'à **10 contenus et profils** sur les principales plateformes (Facebook, Instagram, X, LinkedIn, YouTube).

L'outil de gestion devra permettre la connexion simultanée de **3 utilisateurs**.