



Fédération des Parcs naturels régionaux de France

Campagne de communication numérique de la plateforme Destination Parcs

DEMANDE DE DEVIS – CAHIER DES CHARGES

POUVOIR ADJUDICATEUR :

Fédération des Parcs naturels régionaux de France (FPNRF)
association régie par la loi du 1er juillet 1901
numéro SIRET : 784 845 026 00045
siège : 27, rue des Petits Hôtels à Paris (75010)
représentée par son Président, Monsieur Michaël Weber

OBJET : Campagne de communication numérique de la plateforme Destination Parcs

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.

Date limite de dépôt des offres : d'ici le 18 mars 2026 à 23h59.

Contact – adresse email pour l'envoi des offres : Ophélie PEIRIN, Chargée de mission Marketing territorial à la Fédération des Parcs naturels régionaux de France, opeirin@parcs-naturels-regionaux.fr

1. Description du maître d'ouvrage

1.a – La Fédération des Parcs naturels régionaux de France

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.

Pour en savoir plus : <https://www.parcs-naturels-regionaux.fr/>

1.b – La marque « Valeurs Parc naturel régional »

La marque collective « Valeurs Parc naturel régional » a été créée en 2016 (prolongement d'une démarche de marquages développée depuis 1997). 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 ; Pour en savoir plus : <https://www.destination-parcs.fr/valeurs-parc/>

Il s'agit d'une démarche d'animation territoriale et d'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.

1.c – Destination Parcs : des expériences pleines de sens

La plateforme « Destination Parcs » a pour ambition d'inspirer les personnes susceptibles d'être intéressées par les Parcs et de leur donner envie de venir les découvrir. Cette nouvelle initiative vise à promouvoir une destination touristique originale, durable et responsable en mettant en lumière la richesse et la diversité des patrimoines des Parcs naturels régionaux mais aussi leur offre de produits touristiques et produits marqués « Valeurs Parc naturel régional ».

Cette plateforme s'inscrit aussi dans une volonté plus large de sensibiliser le public à l'importance de la conservation de la nature et de favoriser un comportement respectueux et responsable envers l'environnement. En offrant des contenus riches et variés, « Destination Parcs » aspire à devenir une référence en matière de tourisme durable, en encourageant les visiteurs à explorer les Parcs naturels régionaux tout en minimisant leur impact écologique.

La réussite de cette ambition passe par la capacité à toucher le public cible et à réussir la démarche visant à séduire celui-ci afin qu'il vienne dans les Parcs. Pour en savoir plus : <https://www.destination-parcs.fr>

2. Description de la prestation ou de l'achat

Présentation des besoins et attentes :

L'objet du présent marché porte sur la poursuite de la campagne de communication numérique pour la plateforme « Destination Parcs » et de sa promotion démarrée en 2025.

Cela passe notamment par le recours aux réseaux sociaux afin d'animer cette communauté dans le temps, mais également aux référencement payants sur les moteurs de recherches et bannières publicitaires sur le web.

Afin de répondre à l'ambition rappelée ci-dessus dans la description, la FPNRF souhaite mener dans les meilleures conditions la continuité de la campagne de communication numérique de la plateforme « Destination Parcs » :

- Grâce à une campagne de promotion numérique à l'aide de référencement payants, displays et des réseaux sociaux.

La mission d'appui au pilotage de la campagne de communication digitale a donc pour objectif sa réussite tout en testant et évaluant un panel d'actions différentes.

- Grâce à la publication et messages adaptés en s'appuyant sur des supports existants.

3. Description des prestations ou des produits

Le candidat devra dans sa mission, travailler sur 3 axes :

- Poursuite de contenus sponsorisés sur les réseaux sociaux (META) : création d'une audience pour interagir avec les posts et augmenter la communauté Parcs.
- Poursuite d'un Google ADS pour optimiser la diffusion, les performances des campagnes, diversifier la couverture sémantique et tester des requêtes plus génériques à volume.
- Poursuite d'une campagne de display sur les médias touristiques.

Plus précisément, la mission autour de ces 3 axes (présentés ci-dessus), se traduira par la :

1/ Mise en œuvre du plan de communication digitale et de sponsoring

Le candidat retenu aura pour mission d'assurer le conseil et l'exécution opérationnelle de la stratégie de communication digitale et de sponsoring, afin de maximiser la visibilité de la plateforme « Destination Parcs » auprès des publics cibles et de générer du trafic. Cette mise en œuvre devra s'appuyer sur une approche data-driven permettant une diffusion optimisée des contenus et une gestion des campagnes sponsorisées.

Livrables attendus :

- Élaboration et mise en œuvre d'un plan de communication et marketing détaillé, intégrant un calendrier précis des actions et en cohérence avec les objectifs de la plateforme.
- Sélection et recommandation des canaux de diffusion les plus pertinents (réseaux sociaux, display, référencement payant, etc.).
- Élaboration d'un calendrier de diffusion des campagnes avec un phasage précis (lancement, montée en puissance, stabilisation).
- Recommandations sur l'usage des contenus existants (photos, vidéos, podcasts, articles) et préconisations sur les compléments nécessaires. Assemblage et optimisation des contenus existants pour assurer une cohérence dans la plateforme.

2/ Mise en place et gestion du plan de communication

Le candidat retenu assurera la mise en œuvre opérationnelle des campagnes publicitaires digitales, incluant la gestion et l'optimisation des performances en fonction des indicateurs de suivi.

Livrables attendus :

- Mise en place et suivi des campagnes sponsorisées (réseaux sociaux en particulier META, display, Google ADS, etc.).
- Paramétrage et optimisation des campagnes publicitaires pour assurer un ciblage efficace.
- Identification et proposition de médias appropriés à la diffusion des messages.
- Gestion et suivi des bons de commandes affectés aux campagnes, en garantissant une répartition optimale des ressources en fonction des retombées.
- Publication en direct des messages sur les canaux de communication.
- Aide à la publication (contenus et supports) des messages sous maîtrise d'œuvre de la FPNRF.
- Reporting régulier avec analyse des performances et ajustements en temps réel.

3/ Optimisation des contenus et création d'éléments visuels complémentaires

Afin d'être cohérent et d'avoir un impact sur la campagne de la FPNRF, le candidat retenu adaptera et optimisera les contenus existants, voire en créera de nouveaux pour appuyer cette campagne de lancement. Cette création de contenu devra respecter la charte graphique de « Destination Parcs ».

Livrables attendus :

- Sélection et adaptation des contenus visuels et vidéos en fonction des supports et formats ciblés (vidéos story, réels, immersifs à destination des réseaux sociaux, bannières display, posts Facebook, carrousels Instagram, etc.).
- Création de contenus promotionnels complémentaires si nécessaire (montages vidéo, animations graphiques, etc.).
- Conception de variations de messages publicitaires en fonction des audiences et des tests mis en place.

4/ Suivi, analyse et recommandations pour l'optimisation des performances

Les actions mises en place devront être mesurées en continu afin d'optimiser les campagnes en fonction de leur efficacité et des résultats obtenus. Le candidat retenu devra fournir des analyses détaillées et proposer des ajustements.

Livrables attendus :

- Mise en place d'indicateurs de suivi et tableaux de bord pour mesurer l'impact des actions engagées.
- Analyse des performances des campagnes et des contenus sponsorisés.
- Recommandations d'optimisation et d'ajustement des investissements publicitaires en temps réel.
- Rédaction d'un bilan final des actions menées avec préconisations pour les futures campagnes.

Pour garantir la pertinence et l'authenticité des contenus, chaque livrable sera développé en étroite collaboration avec la FPNRF. Cette collaboration permet de s'assurer que les informations diffusées sont exactes, à jour, et alignées avec les objectifs et les initiatives des Parcs naturels régionaux.

Le candidat aura des échanges préalables avec la chargée de mission référente pour éclaircir des points ou éléments à prioriser. Il devra accompagner la FPNRF et les Parcs naturels régionaux dans l'ensemble des livrables attendus.

4. Modalités d'exécution du marché

1/ Pilotage et suivi de l'exécution

Le marché est suivi par Ophélie PEIRIN, chargée de mission Marketing territorial à la FPNRF sous la responsabilité d'Éric BRUA, directeur.

Les prestations seront conduites en relation étroite avec la chargée de mission Marketing territorial, dans le cadre d'échanges préalables, avec l'appui si nécessaire, d'un groupe de travail interne à la FPNRF pour définir et/ou valider les contenus de certaines prestations.

2/ Compétences attendues

Le candidat devra disposer ou mobiliser toutes les ressources et compétences pour la réalisation des actions prévues dans le présent marché.

Les compétences spécifiques requises sont :

- Expertise en stratégie de communication digitale.
- Gestion de campagnes publicitaires en ligne (sur les réseaux sociaux, displays, Google ADS) ainsi que la mise en place de ciblage efficace et l'optimisation des performances.
- Création de contenu visuel et audiovisuel : Concevoir et adapter des contenus visuels en fonction des différents formats et supports en respectant la charte graphique.
- Analyse de données et reporting.
- Gestion de projet et coordination : Gérer plusieurs campagnes en parallèle, respecter les délais et garantir une cohérence globale des actions de communication, tout en optimisant les ressources et budgets.

3/ Spécifications techniques

Le candidat devra prendre en compte l'ensemble des documents ressources fournis par la FPNRF, tels que la **charte graphique**, la **stratégie de communication**, et tout autre document spécifique fourni par l'entité contractante. Ces éléments constitueront la base fondamentale pour le développement et l'exécution des actions prévues dans le cadre de la mission.

4/ Délais d'exécution

Le prestataire devra respecter les délais suivants pour la réalisation des différentes étapes de la mission, en veillant à garantir la qualité et l'efficacité des actions mises en place. Ces délais sont indicatifs et pourront être ajustés en fonction des besoins et du conseil du prestataire choisi. Toutes modifications devront être validées par les parties prenantes.

- Planification et élaboration du plan de communication : 2 semaines après signature du contrat.
- Création et adaptation des contenus : entre 2 semaines et 4 semaines après signature du contrat.
- Phase de mise en œuvre du plan de communication et lancement des campagnes : à partir de début mai 2026.

- Phase d'optimisation et ajustement des campagnes : 2 semaines après le début des premières campagnes.
- Phase de suivi et reporting régulier : toutes les 2 semaines maximum pendant la durée de la campagne.
- Bilan et recommandations : 2 semaines après la fin des campagnes principales.

5/ Cession des droits et propriété intellectuelle

Les créations sont cédées irrévocablement et à titre exclusif à la Fédération des Parcs naturels régionaux pour l'ensemble de ses droits patrimoniaux, à savoir : le droit d'exploitation, de représentation, de reproduction et d'adaptation sur les créations objet de la présente prestation, sur tous supports, en tous formats, sans limitation de quantités ni de durée.

6/ Méthodologie et livrables

Le prestataire devra être force de proposition sur la méthodologie proposée pour mener à bien l'exécution du marché et produire les livrables demandés.

7/ Calendrier prévisionnel de la mission

- **Conseil et préparation du plan de communication : dès que possible.**
- **Date de démarrage prévisionnelle : à partir de la première quinzaine du mois d'avril.**
- **Démarrage de la campagne : courant avril.**

La durée totale d'exécution est estimée à un an à compter de la date de contractualisation. Le marché peut être reconductible une fois jusqu'à trois ans, soit quatre années au total. 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 1^{er} avril de chaque année.

Chaque année, une nouvelle proposition concernant la prestation d'accompagnement, de création de contenus, et la gestion des campagnes sera transmise à la FPNRF sur la base du budget de la campagne de communication numérique.

8/ Décomposition du marché

Le marché porte sur la prestation d'accompagnement, de création de contenus, et la gestion des campagnes.

9/ Budget prévisionnel

Le marché est reconductible sur une période de trois ans.

Pour 2026, à titre indicatif, un budget de 10 500 € HT est estimé pour la campagne de communication numérique intégrant l'achat d'espace publicitaire prise en charge directement par la FPNRF en plus de ce marché.

Ce budget n'est pas définitif et sera réévalué pour chaque année reconductible selon les besoins financiers alloués.

5 - Conditions de remise des offres et de sélection

1/ Critères de sélection des candidatures

Les candidatures **recevables** seront analysées au regard des critères suivants :

- Situation juridique

Le pouvoir adjudicateur se réserve le droit de rejeter la candidature du candidat dont le dossier de candidature est incomplet.

L'offre économiquement la plus avantageuse sera appréciée en fonction des critères et sous-critères énoncés ci-dessous :

☐ Valeur technique de la proposition : 30%

dont

- Méthodologie mise en œuvre pour répondre aux livrables
- Délais de réalisation et calendrier

☐ Références, compétences et moyens humains affectés à la mission : 30%

☐ Prix : 40%

Il s'agit d'un marché mono-attributaire dit « à bons de commande » en ce que les prestations sont clairement définies et sont commandées en une seule fois reconductibles jusqu'à trois ans.

L'offre pourra faire l'objet d'une négociation.

2/ Conditions de remise de l'offre

Les candidatures et offres seront remises par mail à l'adresse suivante : opeirin@parcs-naturels-regionaux.fr d'ici le : 18 mars 2026 à 23h59.

Calendrier :

- Retours attendus d'ici le 18 mars 2026 à 23h59 – version numérique uniquement.
- Analyse et sélection du candidat.
- Décision d'attribution du marché le 1^{er} avril 2026.

L'offre devra comprendre :

- Les références de l'entreprise (éléments permettant d'apprécier les capacités techniques, professionnelles et financières de l'entreprise), son statut juridique, son numéro SIRET.
- Le nom et les références de la ou des personnes en charge de la prestation.
- Un devis, qui devra indiquer :

Le prix de la prestation d'accompagnement HT et TTC (TVA applicable) – hors frais d'achats d'espaces publicitaire. Ce prix est forfaitaire.

- Le cadre de réponse technique du candidat sur un maximum de 6 pages :
 - La méthodologie proposée pour réaliser la mission incluant un calendrier,
 - Les moyens (techniques et humains) proposés pour réaliser la mission (détaillant le nombre de jours),
 - La ou les personnes(s) en charge de la réalisation de la prestation,
 - Un interlocuteur unique auprès de la FPNRF.

L'entreprise devra produire les justificatifs suivants avant notification du contrat ou de la commande :

- Une attestation d'assurance en cours de validité ;
- 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.

Renseignements complémentaires

Pour obtenir tous les renseignements complémentaires, les candidats devront faire parvenir une demande par mail à opeirin@parcs-naturels-regionaux.fr au plus tard 7 jours avant la date limite de réception des offres.