

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIÈRES

Version du 19/08/2026

Modifications page 5

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 :

La présente consultation a pour objet le recrutement d'un prestataire pour appuyer la FPNRF dans l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie de communication autour du projet TERRAVIVA – Paysages vivants en France et au Mexique, financé par l'Agence Française de Développement (AFD) via le dispositif FICOL.

La FPNRF attend du titulaire de ce marché une stratégie de communication qui permette :

- La structuration des actions de communication prévues, leur délimitation (cibles, objectif, canaux, etc.) et leur inscription dans un calendrier courant jusqu'à la fin du projet ;
- Le pilotage de leur mise en œuvre et l'animation des différents canaux en lien avec les divers acteurs du projet.

ARTICLE 1 – CONTEXTE

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.

Elle porte également des projets internationaux, comme le projet **TERRAVIVA – Paysages vivants en France et au Mexique**, financé dans le cadre du dispositif FICOL de l'Agence Française de Développement (AFD). Ce projet de coopération vise à renforcer les capacités de l'État de Oaxaca pour la mise en œuvre et la gestion d'un outil d'aménagement du territoire inspiré à la fois des Paysages bioculturels mis en place dans l'Etat de Jalisco et de l'expérience française des Parcs naturels régionaux. Cet outil liera protection de la biodiversité, appui aux dynamiques économiques et agricoles et promotion du patrimoine culturel local. Le site choisi pour cette expérimentation est sur le territoire de Villa Alta-Sierra Mixe-Choapam, dans la Sierra Juárez.

Le projet s'articule autour de trois composantes :

- Composante 1 – Faire territoire : co-construction d'outils de gouvernance locale et d'une méthodologie commune sur le site pilote de Villa Alta-Sierra Mixe-Choapam ;
 - Définir une méthodologie pour la création du Paysage bioculturel ;
 - Réaliser une analyse territoriale du site pilote pré-identifié dans l'État de Oaxaca ;
 - Délimiter le périmètre dans un souci de cohérence géographique et culturelle ;
 - Construire la structure de gouvernance du Paysage bioculturel.
- Composante 2 – Faire paysage : expérimentation concrète sur le territoire pilote avec des échanges croisés France-Mexique ;
 - Animer des ateliers de concertation entre les communautés locales ;
 - Appuyer la rédaction de la charte du Paysage bioculturel ;
 - Définir une identité visuelle pour le Paysage bioculturel ;
 - Obtenir une reconnaissance réglementaire au niveau étatique.
- Composante 3 – Faire réseau : structuration d'une communauté de pratiques nationales, formations croisées, réflexion sur des financements innovants et capitalisation finale.
 - Mener une réflexion commune entre les États mexicains et au niveau fédéral sur la création d'un réseau de Paysage bioculturel ;
 - Analyser les outils de protection et de conservation de la nature en France et au Mexique ;
 - Définir une méthodologie commune pour les outils d'évaluation et d'impact du Paysage bioculturel ;
 - Envisager des financements innovants pour les modèles de Paysage bioculturel.

Le projet est mis en œuvre par un **comité de pilotage** réunissant :

- Au Mexique :
 - Le Secrétariat à l'environnement, à la biodiversité, aux énergies et à la durabilité de l'État de Oaxaca (SEMABIESO) ;
 - Le Secrétariat à l'environnement et au développement territorial de Jalisco (SEMADET) ;
 - L'Institut pour l'environnement et le développement durable de Colima (IMADES) ;
 - Le Conseil intercommunal d'environnement de Sierra Occidental et Costa (JISOC) ;
 - Le Conseil intercommunal d'environnement de l'Ayuquila Alto (JIDELAA) ;
 - Le Paysage bioculturel de la Sierra Occidental de Jalisco (PBSOJ).
- En France :
 - La FPNRF ;
 - Le PNR du Haut-Languedoc ;
 - Le PNR de la Montagne de Reims.

Sa durée estimée est de trois (3) ans à compter de novembre 2025.

ARTICLE 2 – DESCRIPTION DE LA PRESTATION

L'objet de la prestation est de définir et de mettre en œuvre une stratégie de communication globale autour du projet de Paysage bioculturel dans l'État de Oaxaca.

Cette stratégie doit répondre à des objectifs précis :

- Favoriser l'appropriation du projet par les acteurs locaux et les communautés concernées ;
- Animer la communauté des parties prenantes ;

- Valoriser les avancées du projet ;
- Favoriser la visibilité du projet auprès de potentiels futurs partenaires et financeurs ;
- Mettre en avant sa répliquabilité et poser des jalons pour son essaimage.

La diffusion des avancées et des enjeux du projet est essentielle à sa réussite. Il s'agit de s'assurer que les efforts des multiples acteurs pour la co-construction du nouveau Paysage bioculturel résonnent tant au niveau local et national, au Mexique, qu'en France et même à l'international. La stratégie devra prendre en compte la diversité des publics concernés par le projet, tant en France qu'au Mexique, et proposer des messages et des modalités de communication adaptés à chacun d'eux.

La FPNRF et les partenaires du projet ont imaginé une diversité d'actions de communication sur quatre échelons :

- Communication locale dans les territoires pilotes (coordonnée par l'opérateur local Kumuun Tuunk)
 - Échanges au niveau communautaire dans le site pilote en tenant compte de la diversité linguistique (mixe, zapoteco, chinanteco) et des moyens de communication en usage dans la région (radio communautaire, réseaux sociaux, etc.) ;
 - Information régulière lors des assemblées municipales ou intercommunales dans les territoires concernés via des interventions de l'équipe projet et un relais par les autorités locales ;
 - Tenue de stands "Paysage bioculturel" dans les foires et événements publics à Jalisco et Oaxaca, avec valorisation des produits locaux et présence d'acteurs du territoire ;
 - Organisation de marchés de producteurs à l'occasion des visites d'échange France-Mexique.
- Communication régionale et nationale au Mexique (coordonnée par le SEMABIESO)
 - Organisation de réunions d'information et d'ateliers de restitution en présence des partenaires opérationnels et financiers et de représentants des collectivités locales ;
 - Conférences de presse à l'échelle étatique pour rendre compte de l'évolution du projet et des initiatives parallèles (Valles Centrales, Copalita, etc.) ;
 - Communication avec les États non intégrés au projet mais intéressés par l'initiative.
- Communication en France (coordonnée par les PNR)
 - Organisation d'activités de sensibilisation à la citoyenneté internationale dans les PNR partenaires (expositions, animations jeunesse, etc.).
- Communication internationale (coordonnée par la FPNRF)
 - Valorisation dans les grands événements internationaux (Congrès de l'UICN, COP, forums de la coopération décentralisée, etc.).
 - Diffusion des avancées du projet dans les réseaux internationaux de modèles innovants de gestion territoriale.

La diffusion d'informations est prévue, voire lancée, via divers canaux et outils :

- Site internet
 - Vitrine institutionnelle avec diffusion des actualités du projet, deviendra ensuite le site du Paysage bioculturel.
 - *Existant* : [microsite](#) créé par le SEMABIESO, accessible uniquement au Mexique ;
 - *Prévu* : site internet pour le Paysage bioculturel.
- Réseaux sociaux

- Diffusion d'actualités à destination des acteurs, des institutions et du grand public.
 - *Existant* : [compte Facebook de la ministre de l'Environnement de Oaxaca](#) qui publie régulièrement sur le projet, et autres comptes des acteurs du projet ;
 - *Prévu* : comptes pour le Paysage bioculturel sur des réseaux pertinents.
- Capsules vidéo
 - Valorisation de la démarche d'élaboration du Paysage bioculturel : caractéristiques du territoire, temps forts du projet, bonnes pratiques, témoignages d'acteurs, etc.
 - *Prévu* : 3 à 6 vidéos de 5 à 10 minutes chacune, accompagnées de leur teaser et extraits à valoriser sur les réseaux sociaux en format vertical.
- Canaux privés
 - Echanges entre parties prenantes pendant le processus de création du Paysage bioculturel.
 - *Existant* : groupe Whatsapp dédié ;
 - *Prévu* : autres canaux pertinents le cas échéant.

La définition d'une identité visuelle cohérente du Paysage bioculturel, associée à des règles de déclinaison graphique permettant son appropriation par les différents partenaires, est également. Elle sera élaborée en concertation avec les communautés locales du Paysage bioculturel.

Les prestations attendues dans le cadre de ce marché privé sont les suivantes :

- Élaboration de la stratégie de communication :
 - Analyse et segmentation des publics cibles (communautés locales, élus locaux et étatiques, partenaires techniques, financeurs, institutions, médias, grand public, réseaux internationaux, etc.) et définition des objectifs de communication associés à chacun ;
 - Identification de canaux de communication adaptés à chaque public cible ;
 - Cadrage des messages à faire passer (fond et forme) ;
 - Compétences requises, ressources à mobiliser et principales actions ;
 - Priorisation des cibles et des actions ;
 - Définition des indicateurs de réussite.
- Déclinaison en un plan de communication :
 - Calendrier précis des actions en cohérence avec le calendrier du projet ;
 - Architecture du site internet : arborescence, types de contenu, fréquence de publication, modalités de contribution des partenaires, etc.
 - Méthodologie pour l'animation du réseau des acteurs ;
 - Suivi statistique des objectifs fixés : étude d'impact de la stratégie de communication (au fil de l'eau ou selon des étapes fixées en amont) ;
- Mise en œuvre de la stratégie - création et animation de canaux de communication :
 - Création de canaux de communication dédiés (site internet, réseaux sociaux, canaux privés) ;
 - Animation des canaux de communication pendant toute la durée du projet ;
 - Appui à la rédaction et la diffusion de messages spécifiques.
- Dossier de presse et archivage :
 - Centralisation, diffusion et archivage des ressources et des webinaires organisés dans le cadre du projet ;
 - Centralisation et archivage des retombées presse et réseaux sociaux.

Les **livrables attendus** sont :

- Une stratégie de communication complète ;
- Un plan de communication opérationnel avec ligne, charte et un calendrier éditorial ;
- L'opérationnalisation des supports de communication proposés et approuvés par l'acheteur ;
- L'animation de ces supports de communication pendant la durée du projet ;
- Un tableau de suivi des indicateurs de résultat ;
- Un bilan intermédiaire à mi-parcours ;
- Un bilan final.

Il faudra tenir compte des exigences en matière de communication du principal bailleur du projet, l'Agence française de développement (AFD), dont le guide est en annexe (niveau 1).

Une maîtrise **du français et** de l'espagnol est nécessaire (niveau B2 minimum).

Les prestations devront s'appuyer avant tout sur la créativité humaine, tout en intégrant un usage raisonné, encadré et transparent de l'intelligence artificielle.

La sous-traitance est autorisée dans les conditions définies par le CCAP.

Le budget maximal pour ce lot est de **38 000 € HT**.

ANNEXES

- Présentation du projet TERRAVIVA ;
- Guide de communication de l'AFD.