



Elaboration de la stratégie de communication de la Fédération des Parcs naturels régionaux

Cahier des charges
Janvier 2020

Contexte

Les Parcs naturels régionaux

Chaque Parc, sur la base d'une charte renouvelée tous les 15 ans, construit un projet de territoire basé sur 5 missions :

- Protection du patrimoine naturel et culturel
- Accueil, information et éducation du public
- Contribution à l'aménagement du territoire,
- Contribution au développement économique, social, culturel et à la qualité de vie
- Expérimentation de démarches innovantes

Les 54 Parcs naturels régionaux représentent 15 % du territoire français, concernent 15 Régions et 3 collectivités territoriales à statut particulier, 73 Départements, 4400 communes, 4 millions d'habitants, 2 200 agents y sont directement employés.

La Fédération des Parcs

Les 54 Parcs naturels régionaux sont indépendants administrativement et financièrement (syndicats mixtes), mais sont regroupés dans la Fédération des Parcs naturels régionaux de France, association Loi 1901. Elle est le porte-parole et l'animatrice du réseau des Parcs naturels régionaux. Elle représente les intérêts collectifs des Parcs auprès des instances nationales et internationales, elle participe à la définition et à la mise en œuvre de la politique en faveur des espaces ruraux français. Elle est chargée de diffuser et faire connaître l'éthique des Parcs naturels régionaux et leurs actions, en France et à l'international. Elle a pour mission de dégager et de mutualiser les bonnes pratiques du réseau. La Fédération des Parcs est appelée à donner son avis au ministre en charge de l'Environnement pour le classement et le renouvellement du classement d'un Parc.

Elle a produit des orientations stratégiques pour les Parcs naturels régionaux

L'organisation de la communication dans les Parcs naturels régionaux et à la Fédération

Les Parcs naturels régionaux sont autonomes pour leur stratégie de communication, et disposent quasiment tous d'unE chargéE de communication. Ils déploient leurs actions avec une grande disparité de moyens, d'objectifs, de cibles, de rayon géographique et d'outils. Pour autant, ils mènent des chantiers collectifs avec la Fédération, disposent d'outils communs (charte graphique d'utilisation du logo par exemple), échangent sur leurs pratiques, actions et stratégie. Par ailleurs, se dégagent des cibles récurrentes de communication que sont les élus et les habitants de leurs territoires, puis le grand public.

La Fédération a pour rôle d'animer les réflexions communes à l'ensemble des Parcs, de fournir des éléments de communication partagés et de communiquer au niveau national pour représenter les Parcs naturels régionaux. Pour se faire, elle s'appuie sur une commission communication (31 membres élus, techniciens et partenaires des Parcs), organise un séminaire annuel des chargéEs de communication, propose une stratégie de communication triennale ou quinquennale, développe de nombreux outils de communication.

Le volume d'actions de communication de la fédération est de 300 000 euros/an conduites par 3 ETP.

Objectif et budget de la mission

L'objectif de la mission est d'accompagner la fédération dans le renouvellement de sa stratégie de communication. Le souhait est d'ajuster ce cadre et non de le reprendre intégralement. Il s'agit donc essentiellement d'une mission de conseil et d'appui à la rédaction de la stratégie de communication.

La mission est confiée pour un montant de 10 000 €TTC dans son intégralité.

Déroulement de la mission

La mission se déroulera en trois étapes

1/ Evaluation de la précédente stratégie

Il s'agira de proposer un bilan et un avis du chemin parcouru lors de la dernière stratégie de communication par la Fédération, en étudiant les outils déployés.

Livrable : un document exprimant les réussites et les échecs.

2/ Expression des tendances et évolutions

Conforter ou faire évoluer les cibles et objectifs de communication de la Fédération à échéance de 3 ans, déterminer les actions à mener pour y parvenir dans tous les volets : numérique, print, audiovisuel, presse, événementiel, etc.

Livrable : un document de tendances

3/ Rédaction de la stratégie de communication à 3 ans

Rédiger et/ou accompagner la rédaction de la stratégie de communication et sa déclinaison en plan de communication à trois ans découlant des cibles et objectifs, en définissant l'évolution des outils actuels et en proposant de nouveaux outils.

Deux chantiers externes à intégrer

Les propositions devront tenir compte de deux chantiers connexes :

- La stratégie tourisme des Parcs naturels régionaux, en cours de réflexion
- Le développement de Valeurs Parc naturel régional, marque attribuée à des produits, savoir-faire et produits touristiques et qui fait l'objet d'un important plan de communication depuis trois ans.

Mode opératoire et calendrier

- Une réunion pour la compréhension de l'existant avec les chargés de communication de la fédération et le directeur de la fédération, à signature du contrat.
- Etude de la stratégie de communication 2014-2018 et des actions développées et rédaction d'un rapport à rendre un mois après la première réunion.
- Ajustements puis rédaction de propositions d'évolutions de la stratégie et du plan de communication à trois ans, et présentation lors d'une réunion de restitution avec des membres de la commission communication, dans un délai de 2 mois après signature du contrat ;
- Rédaction ou accompagnement à la rédaction de la stratégie et du plan de communication prenant en compte l'ensemble des remarques de la commission et de la Fédération, dans un délai de trois mois après signature du contrat.

Mode de sélection de l'agence

- Compréhension du contexte, des enjeux
- Organisation, méthodologie et niveau de détails des rubriques des rendus intermédiaires et définitifs
- Engagement sur la précision des recommandations du plan de communication (estimation des coûts, des moyens humains, des indicateurs d'évaluation)
- Respect de la contrainte budgétaire de 10 000 €TTC
- Références et connaissance des collectivités territoriales, du développement durable, de l'environnement professionnel de la fédération des Parcs naturels régionaux.

Documents annexes au cahier des charges

- La précédente stratégie de communication
- Rapport d'activités de la communication de la Fédération (2019)
- Plan de communication de Valeurs Parc naturel régional

Rendu de la proposition : 14 février

(Un rendez-vous complémentaire à ce cahier des charges est vivement recommandé avec la Fédération des Parcs naturels régionaux.)

Fédération des Parcs naturels régionaux de France
9, rue Christiani – 75018 Paris
Tél. 01 44 90 86 20

Contact : Olivier André oandre@parcs-naturels-regionaux.fr