



## **Cahier des charges**

# **DEFINITION DE LA STRATEGIE ET D'UN PLAN DE COMMUNICATION POUR LE PARC NATIONAL DES PYRENEES**

### **Article 1 - Contexte**

#### **1.1 - Qu'est-ce qu'un parc national ?**

Un parc national est un territoire dont la richesse biologique et paysagère, l'intérêt culturel et le caractère historiquement préservé justifient une protection et une gestion qui garantissent, pour aujourd'hui et les générations futures, la pérennité de ces patrimoines exceptionnels.

Depuis une importante réforme législative, intervenue en 2006, les parcs nationaux français sont constitués de plusieurs espaces :

- le cœur, qui bénéficie d'une protection renforcée via une réglementation spécifique ;
- l'aire d'adhésion qui constitue le territoire en solidarité écologique avec le cœur, sur lequel les communes s'engagent volontairement pour favoriser son développement durable, avec l'appui du Parc national.

Cadre d'une protection spéciale, un parc national est aussi et surtout un outil qui vise l'excellence en matière de gestion d'espaces naturels.

La gestion administrative et financière des parcs nationaux est assurée par des établissements publics régis par des décrets ministériels, placés sous la tutelle du ministère chargé de l'environnement, qui élaborent et mettent en œuvre les moyens de connaître et de protéger les milieux naturels. Les conseils d'administration des parcs nationaux, instances centrales de leur gouvernance, sont composés majoritairement d'acteurs locaux.

La France compte onze parcs nationaux : la Vanoise, Port-Cros, les Pyrénées, les Cévennes, les Ecrins, le Mercantour, la Guadeloupe, la Guyane, la Réunion, les Calanques, de Forêts.

Leur action est coordonnée par l'Office français pour la biodiversité (*OFB*).

Les missions des parcs nationaux sont :

- **Connaître et protéger les paysages et les patrimoines naturel et culturel**  
C'est à ce titre, que les parcs nationaux mettent en œuvre une réglementation spécifique qui s'applique à leur zone cœur. La préservation du patrimoine est un élément important dans le temps de travail du personnel. Protéger, c'est aussi mieux connaître les milieux, la faune et la flore et être attentif à leurs évolutions et à leurs interactions. C'est pour cette raison que les agents des parcs nationaux mettent en œuvre toute une série de protocoles scientifiques destinés à faire progresser la connaissance de leur territoire et de ses patrimoines.
- **Accueillir et sensibiliser**  
L'enjeu de protection et de connaissance, nécessite de faire connaître les richesses présentes dans l'espace naturel, de créer un lieu de partage où s'impose le respect, se propage l'éthique, s'éveille la curiosité.
- **Accompagner un développement local et durable**  
Les parcs nationaux s'associent aux acteurs locaux pour valoriser les patrimoines naturel et culturel et développer un tourisme, une agriculture et des activités de qualité qui respectent l'environnement et vont dans le sens de ses efforts de protection.

L'accompagnement du Parc national se traduit par des actions de soutien aux projets et aux aménagements (soutien financier ou technique et logistique), l'organisation de partenariats avec les usagers et les socio-professionnels, le déploiement de la marque *Esprit parc national*, l'élaboration de conventions avec les communes qui permettent d'identifier les projets et les actions sur lesquels communes et Parc national s'engagent conjointement pour un développement durable de leur territoire.

## 1.2 - Présentation du Parc national des Pyrénées

Le Parc national des Pyrénées a été créé le 23 mars 1967. Il est l'un des plus anciens parmi les onze parcs nationaux de France. Il s'étend sur six vallées, de la vallée d'Aspe à l'ouest à la vallée d'Aure à l'est sur deux départements (Pyrénées-Atlantiques et Hautes-Pyrénées) et sur deux régions (Nouvelle Aquitaine et Occitanie). Du côté espagnol lui répond le Parc national d'Ordesa et du Mont Perdu. Paysage naturel et culturel, le massif du Mont Perdu et de Gavarnie est classé au Patrimoine Mondial de l'UNESCO.

Le Parc national est organisé en deux zones, la zone cœur (45 000 hectares) réglementairement protégée et l'aire d'adhésion composée de soixante-quatre communes (quinze en Pyrénées-Atlantiques et quarante-neuf en Hautes-Pyrénées) et quelques 40 000 habitants.

Le Parc national des Pyrénées dispose d'un effectif de soixante-treize agents, répartis sur sept implantations géographiques distinctes sur son territoire.

Il est géré par des instances de gouvernance :

- un conseil d'administration et un bureau dudit conseil ;
- un conseil scientifique ;
- un conseil économique, social et culturel.

Les missions du Parc national des Pyrénées sont organisées par différents documents de planification :

- une charte de territoire qui s'applique pour quinze ans (2012 - 2027), déclinée en plans d'actions quinquennaux successifs,
- une stratégie scientifique déclinée en plan d'actions sur la période 2019 – 2023,
- un contrat d'objectifs et de performances sur la période 2019 - 2023.

Les actions du Parc national des Pyrénées sont contractualisées avec les acteurs du territoire, sous forme de conventions d'application de la charte avec les collectivités et de conventions de partenariat avec les autres partenaires.

## **Article 2 - Description technique de la mission**

La mission a pour but de définir la stratégie de communication du Parc national des Pyrénées et de la décliner dans un plan de communication pour les sept prochaines années (2021 - 2027), période de fin de la première charte du territoire (2012 - 2027).

### **2.1 - Les objectifs de la communication du Parc national**

La communication du Parc national doit permettre de :

- **Faire connaître les exceptionnelles richesses des patrimoines naturel, culturel et paysager du Parc national des Pyrénées**

Les richesses du patrimoine sont parfois mal connues des habitants, des visiteurs et du grand public. Un des objectifs du Parc national des Pyrénées est de mieux faire connaître cet exceptionnel patrimoine et de promouvoir l'identité et l'image du territoire.

- **Faire connaître le Parc national des Pyrénées et son rôle**

Le rôle du Parc national en matière de connaissance, de préservation et de gestion des patrimoines naturel, culturel et paysager, de sensibilisation du public et de développement durable est souvent mal connu des visiteurs. Celui-ci doit être souligné.

- **Sensibiliser pour contribuer à la préservation des patrimoines naturel, culturel et paysager**

L'enjeu fondamental du Parc national est de conserver le caractère exceptionnel de son territoire en arrivant à le concilier avec les activités humaines. Une communication positive sur la réglementation dans le cœur du Parc national doit être mise en œuvre.

- **Renforcer la notoriété du Parc national afin de maintenir sa légitimité**

Etre reconnu en France et à travers le monde comme un espace naturel d'exception avec de forts enjeux de préservation des patrimoines naturel, culturel et paysager.

- **Favoriser l'appropriation et l'implication des habitants et des acteurs locaux aux enjeux du Parc national des Pyrénées**

La participation des acteurs locaux et des habitants à la mise en œuvre de missions du Parc national, suivis naturalistes, actions de préservation, ... et à des animations permet une appropriation du patrimoine et de ses enjeux.

- **Améliorer la communication interne**

Une communication interne, complémentaire à la communication externe, doit être mise en œuvre pour faciliter l'appropriation des valeurs et des projets par les agents et favoriser une culture interne commune.

## **2.2 - Les cibles de la communication du Parc national des Pyrénées**

La politique de communication du Parc national s'adresse tout particulièrement à ces différentes cibles :

- **Les habitants du territoire du Parc national des Pyrénées**

Les habitants des communes du Parc national représentent une cible prioritaire. Pour s'approprier les enjeux du Parc national des Pyrénées, ils doivent être informés des actions mise en œuvre. Ils peuvent devenir des ambassadeurs et représenter un réel appui pour diffuser les messages. Ils peuvent aussi constituer des relais privilégiés pour l'observation du milieu naturel (*observateurs bénévoles pour la biodiversité, ...*).

- **Les élus du territoire du Parc national des Pyrénées**

Les élus des collectivités du territoire du Parc national sont des acteurs essentiels. Ils constituent une cible essentielle pour la communication du Parc national. Ils décident des politiques à mettre en œuvre sur le territoire.

Leurs choix en matière d'aménagement, de développement durable, d'animation peuvent être orientés par leur connaissance des actions mises en œuvre par le Parc national, de son rôle de facilitateur, de son appui technique et financier.

La mise en œuvre de la charte du territoire est portée par leurs soins.

- **Les scolaires**

Il s'agit d'une cible prioritaire afin de former les acteurs de demain. Un travail étroit avec l'Éducation nationale, les structure d'éducation à l'environnement est déjà en cours. Un passeport pédagogique à destination des enseignants et des élèves du primaire et du secondaire a été édité.

<http://www.pyrenees-parcnational.fr/fr/des-actions/eduquer-et-sensibiliser-la-population/ressources-pedagogiques>

- **Le grand public**

Avec plus d'un million et demi de visiteurs par an, le Parc national des Pyrénées est l'un des parcs nationaux les plus fréquentés essentiellement durant la saison estivale. Ils représentent une cible importante pour le Parc national. L'enjeu est de leur faire découvrir cet espace tout en les sensibilisant à sa protection. Des supports de communication et des animations doivent être mises en œuvre à destination de ce public pour permettre l'adoption de comportements responsables dans la découverte du Parc national.

- **Les instances de gouvernance de l'établissement**

Les membres des instances du Parc national (*conseil d'administration, conseil scientifique, conseil économique, social et culturel*) doivent être informés des actions mises en œuvre. Ils participent étroitement à la vie de l'établissement et à la définition des grandes orientations de l'établissement, de sa politique, de son budget. Ils sont par ailleurs élus dans d'autres instances. Ils peuvent alors être des ambassadeurs.

- **Les partenaires institutionnels**

Sur le territoire du Parc national, divers partenaires institutionnels mettent en œuvre des politiques publiques qui impactent l'action du Parc national. Certaines intègrent largement la politique du Parc national. D'autres peuvent l'ignorer voire même être contradictoires. Ces partenaires constituent donc une cible importante de communication. Les missions d'un parc national, les actions mises en œuvre ainsi que le fonctionnement de l'établissement public sont souvent méconnus. Des actions de communication en direction de ces partenaires sont à privilégier.

- **Les pratiquants du territoire du Parc national des Pyrénées**

Les pratiquants d'activités de pleine nature sont en premier chef concernés par la réglementation de la zone cœur. Ils peuvent considérer la réglementation comme un frein à la pratique de leur activité. Mais c'est aussi un public très sensible à la politique de protection de l'environnement.

Les messages et les animations diverses pouvant être mises en place et les mesures de préservation à destination de ce public sont essentielles.

- **Les bénéficiaires de la marque *Esprit parc national***

Les parcs nationaux ont créé la marque commerciale *Esprit parc national* pour fédérer les acteurs de chaque territoire et sensibiliser le consommateur aux valeurs portées par les parcs nationaux depuis plus de cinquante ans : l'engagement, l'authenticité, le respect, le partage, la vitalité. La marque *Esprit parc national* met en valeur des produits et services imaginés et créés par des hommes et des femmes qui s'engagent dans la préservation et la promotion de ces territoires d'exception. La marque est aussi porteuse d'un message de solidarité en privilégiant l'économie locale. Déclinée dans les onze parcs nationaux de France, la marque *Esprit parc national* est attribuée par les parcs nationaux à des acteurs économiques volontaires, qui proposent des produits et services issus ou exercés sur les territoires des parcs nationaux. Les bénéficiaires de la marque doivent devenir des ambassadeurs du Parc national. Ils sont des effets leviers de son action.

#### - **Les usagers professionnels**

Tout comme les pratiquants, les usagers professionnels (*professionnels de la montagne, guides, accompagnateurs en montagne, hébergeurs et restaurateurs, agriculteurs, éleveurs, exploitants forestiers...*) développent leurs activités sur le territoire du Parc national. Les actions de gestion ou la réglementation mises en œuvre peuvent être perçues comme des freins à leur activité alors même que la qualité des paysages et de la biodiversité et le développement durable participent à leur activité.

#### - **Les scientifiques**

Le territoire du Parc national doit demeurer un territoire d'expérimentation, de recherche et d'étude. Les collaborations avec les scientifiques et les chercheurs se poursuivent. Les enjeux de conservation, de gestion doivent être reconnus au-delà du niveau local.

#### - **Les cibles nationale et internationale**

Le Parc national des Pyrénées doit être reconnu au niveau national et international. Dans ce domaine, la mise en œuvre d'une politique de communication est compliquée et nécessite des moyens. Pour cela, le Parc national des Pyrénées travaille étroitement avec l'ensemble des autres parcs nationaux et l'Office français de la biodiversité.

### **2.3 - La politique de communication actuelle du Parc national des Pyrénées**

La politique de communication du Parc national est déclinée dans différents domaines :

- Presse,
- Site internet : [www.pyrenees-parcnational.fr](http://www.pyrenees-parcnational.fr) et réseaux sociaux,
- Publications et supports de communication (*journal du Parc national, fiches d'information, ouvrages, affiches, kakémonos, atlas, publications scientifiques, ...*),
- Vidéos,
- Expositions,
- Animations (*conférences, projections, sorties sur le terrain, festivals, évènementiels divers, journées scientifiques, ...*),
- Accueil dans les maisons du Parc national (*information, boutique avec vente de d'ouvrages et de produits dérivés...*),
- Accueil sur les grands sites (*signalétique directionnelle et d'interprétation*),
- Interventions auprès des scolaires du Parc national. Le Parc national dispose d'outils pédagogiques (*malles pédagogiques, ...*).

Le Parc national dispose de onze maisons et points d'information. Ces espaces d'accueil et d'interprétation accueillent le public et les scolaires. On y trouve des espaces d'accueil et d'information, des expositions, des salles de projection, des espaces de vente et des espaces de présentation de la marque Esprit parc national. Des animations y sont également organisées.

Des sentiers d'interprétation ont été aménagés à proximité des certaines maisons.

Le Parc national met en place de la signalétique directionnelle et d'interprétation sur les grands sites d'accueil dans et à proximité de la zone cœur.

Le Parc national est également propriétaire de quatre refuges, bénéficiant d'une délégation de service public longue durée, qui participent à l'accueil et à la sensibilisation des randonneurs.

Dans les vallées, les opérateurs touristiques et les communes peuvent relayer la politique de communication et de sensibilisation du Parc national. Ils sont alors les ambassadeurs du Parc national.

Le Parc national met en œuvre une politique de communication externe variée mais ne développe pas, à ce jour, de politique de communication interne.

## **2.4 - Les moyens humains**

La politique de communication et de sensibilisation du Parc national des Pyrénées est mise en œuvre par le service Valorisation.

Au sein du service, cinq agents travaillent à temps plein sur cette mission (*chef du service valorisation, chargée de mission communication, chargée de mission sensibilisation à l'environnement et au développement durable, chargée de mission éducation à l'environnement pour les scolaires, chargé de mission photothèque et en appui à la sensibilisation pour le public et les scolaires*).

On peut y rajouter un temps plein et demi partagé entre quatre autres agents (*adjointe au service Valorisation, chargée de mission Culture, chargé de mission tourisme, assistante en charge de l'information*).

Ces agents conçoivent et coordonnent les actions de communication et de sensibilisation pour l'ensemble de l'établissement.



Service Valorisation des patrimoines et du territoire



Cheffe de service: Marie HERVIEU

Missions

- Orientation, organisation, gestion de l'équipe, suivi du travail
- Gestion du budget du service
- Stratégie de valorisation, d'accueil du public et de sensibilisation



Adjointe: Audrey BUTTIFANT

Missions

- Appui à la gestion de l'équipe, lien avec les unités territoriales et les secteurs
- Planification, suivi et évaluation de la charte du territoire
- Gestion du Conseil économique, social et culturel
- Marque *Esprit parc national*
- Politique d'intervention - Contrat de Plan État-Régions



Communication: Caroline BAPT

Missions

- Relations presse
- Instruction des autorisations de tournage et de prises de vue
- Définition et suivi des films réalisés en interne
- Édition du magazine Empreintes
- Réalisation de supports de communication (ABC...)
- Gestion internet et réseaux sociaux



Culture, paysage et patrimoine bâti: David PENIN

Missions

- Culture: inventaire du patrimoine archéologique et patrimoine culturel matériel et immatériel. Élaboration d'un programme d'animations culturelles
- Patrimoine bâti: appui technique sur les aménagements des centres bourgs et sur la réhabilitation du patrimoine bâti
- Paysages: résorption des points noirs paysagers, suivi des paysages, sites classés
- Marque *Esprit parc national* (artisanat et savoir-faire)



Éducation à l'environnement et au développement durable pour les scolaires: Delphine PELLETIER

Missions

- Collaboration avec les inspections académiques et les structures d'éducation à l'environnement
- Participation au programme de développement durable
- Déploiement du passeport éducatif
- Création d'outils pédagogiques
- Animations à destination des scolaires lors d'événementiels



Photothèque, événementiel et éducation à l'environnement et au développement durable: Christophe CUENIN

Missions

- Gestion de la photothèque
- Éducation à l'environnement et au développement durable pour les scolaires
- Sensibilisation du grand public
- Animations à destination des scolaires lors d'événementiels



Sensibilisation à l'environnement et au développement durable: Éloïse DEUTSCH

Missions

- Conception et mise en œuvre d'un programme de sensibilisation à l'environnement et au développement durable
- Marque *Esprit parc national* - animation du réseau
- Réserve internationale de ciel étoilé: gouvernance
- Gestion des programmes européens interparcs autour du ciel étoilé et du changement climatique



Tourisme durable: Joël COMBES

Missions

- Stratégie d'accueil et tourisme durable (schéma directeur sentiers)
- Suivi des projets de requalification des sites d'accueil
- Valorisation de la destination Parc national des Pyrénées
- Marque *Esprit parc national* (tourisme)

CONTACT pour contacter les agents: [prenom.nom@pyrenees-parcnational.fr](mailto:prenom.nom@pyrenees-parcnational.fr)  
[www.pyrenees-parcnational.fr](http://www.pyrenees-parcnational.fr)

Parc national des Pyrénées  
2, rue du IV septembre - Villa Fould - 65000 TARBES - Tél. 05 62 54 16 40

Parallèlement, les actions de communication et de sensibilisation sont mises en œuvre par les agents dans les vallées du Parc national.

Dans chaque maison du Parc national, nous disposons d'un agent d'accueil. Ces agents mettent en œuvre les actions d'éducation à l'environnement auprès des scolaires, les animations dans les vallées, les accueils presse...

Les actions de communication et de sensibilisation s'appuient sur le travail des chargés de mission du service Connaissance et gestion et des agents de terrain qui mettent en place des actions de connaissance et de gestion qui sont ensuite valorisées. Chacun d'entre eux participent à des actions de communication et de sensibilisation pour présenter et valoriser leur travail.

Globalement, les actions de communication, sensibilisation et accueil représente un équivalent de douze emplois à temps plein soit 17% des effectifs du Parc national.

Le suivi d'activité des agents du Parc national des Pyrénées, pour l'année 2019, se distribue ainsi pour la mission valorisation et communication :

Activité		
AC41 - Education à l'environnement: public scolaire	3,00	2,02
AC42 - Accueil, animation, manifestations	7,23	4,86
AC43 - Réalisation et gestion d'infrastructures d'accueil du public	3,72	2,51
AC44 - Outils de communication de l'EPPN	3,82	2,57
<b>s/total</b>	<b>17,77</b>	<b>11,96</b>

En 2019, le Parc national a défini un projet d'établissement pour la période 2019 - 2023. Ce travail a permis de faire émerger de nouveaux modes de faire en matière de sensibilisation (*sciences participatives, mobilisation citoyenne, ...*).

Un poste de chargé de mission dédié à la sensibilisation du public a été créé.

## 2.5 - Les moyens financiers actuels

Sur les trois dernières années, le Parc national disposait d'un budget annuel allant, en fonction des années, de 80 000,00 € à 150 000,00 € pour mettre en œuvre ces actions de communication (*éditions, signalétique, animations, éducation à l'environnement pour les scolaires, ...*). Cette somme n'intègre pas les dépenses de personnel (*environ 1 400 000,00 € par an chargés pour les effectifs concernés*) et les frais généraux de fonctionnement (*environ 250 000,00 € par an*).

Depuis deux années, le Parc national n'investit plus dans la commercialisation et dans l'édition.

Des maisons du Parc national ont été réaménagées ces dernières années (*Cauterets en 2011, Plan d'Aste en 2012 et Saint-Lary Soulan en 2014*). Les budgets alloués pour ces rénovations (gros œuvre et scénographie) étaient de l'ordre d'un million d'euros. Depuis, aucun nouveau projet n'a vu le jour faute de financement.

## **2.6 - Le Parc national des Pyrénées au sein des réseaux**

Le Parc national des Pyrénées fait partie du réseau des parcs nationaux et est rattaché à l'Office français pour la biodiversité.

Une stratégie et un plan de communication ont été définis pour mettre en œuvre une communication commune aux onze parcs nationaux. La stratégie de communication du Parc national des Pyrénées devra s'articuler avec ces stratégies de communication et le plan de communication.

Les objectifs de la stratégie de communication des parcs nationaux sont :

- accroître la notoriété des parcs nationaux, en valorisant l'identité commune, la culture commune et les valeurs
- accompagner les mutations sociétales et la transition écologique en faisant participer le public à la préservation de la biodiversité
- renouveler l'image des parcs nationaux, territoires d'exception et d'innovation

## **Article 3 - Contenu de la mission**

Le prestataire aura comme objectif de :

- proposer une rationalisation des méthodes et des outils de communication existants, dans un souci d'efficacité et d'efficience au regard des objectifs de communication du Parc national, des cibles, des moyens humains et financiers qui seront considérés comme constants,
- proposer de l'innovation avec de nouvelles méthodes de communication et de sensibilisation (*mobilisation citoyenne*,...) et de nouveaux outils,
- apporter de la cohérence et de la complémentarité entre la communication externe et la communication interne.

### **3.1 - Gouvernance de la mission**

Un comité de pilotage composé des membres du comité de direction (*instance décisionnelle*) et un groupe de concertation (*élus désignés par les instances, agents de terrain et chargés de mission*) qui est instance d'échange et de propositions, seront mis en place pour la durée de la mission.

D'autres propositions d'organisation pourront être suggérées par le prestataire.

### **3.2 - Phase 1 : Diagnostic, analyse de l'existant**

Le prestataire établira un diagnostic de la communication actuelle du Parc national des Pyrénées.

Il analysera les actions et les outils existants en termes de :

- pertinence : adéquation des actions menées au regard des objectifs et enjeux de l'établissement
- efficacité : adéquation entre les objectifs de l'établissement et les résultats obtenus par rapport aux cibles définies
- efficience : lien entre les moyens mis en œuvre et les résultats obtenus. Analyse de modalités possibles qui auraient permis d'atteindre les mêmes résultats avec des moyens plus restreints ou des instruments différents

Il identifiera les atouts et freins des actions de communication du Parc national.

Ce diagnostic pourra s'appuyer sur :

- les bilans annuels de la politique de communication et de sensibilisation du Parc national
- l'état de lieux du territoire et des actions mises en œuvre par le Parc national dans le cadre de l'élaboration de la charte
- l'état des lieux des atouts et faiblesses de l'établissement, des menaces et des opportunités dans le cadre du projet d'établissement validé en 2019

### **3.3 - Phase 2 : Définition de la stratégie et du plan de communication**

Sur la base de ce bilan évaluatif, qui n'est pas le cœur de la commande, une stratégie et un plan de communication seront définis.

Outils stratégique et méthodologique de mise en œuvre et de programmation de la communication interne et externe, ces documents définiront les objectifs et les grandes priorités pour les sept années à venir :

- axes stratégiques de la communication du Parc national,
- objectifs et idées force,
- publics prioritaires,
- conception d'une méthodologie et des outils permettant d'établir une communication efficace et efficiente auprès des différents publics,
- proposition de plusieurs scénarii tenant compte des moyens constants de l'établissement,
- proposer une programmation et deviser les opérations (*moyens humains et financiers*),
- définir les indicateurs de suivi et d'évaluation à mettre en place.

Le prestataire devra faire preuve de créativité et proposer des actions innovantes dans le respect des valeurs portées par un Parc national.

### **Article 4 - Déroulement de la mission**

La mission sera organisée sur la base de deux réunions de lancement (*comité de pilotage et groupe de concertation*), permettant de préciser les objectifs et le rôle de la gouvernance du projet.

La phase I de diagnostic s'appuiera :

- sur des entretiens individuels ou semi collectifs avec les membres du comité de pilotage,
- sur un échange avec le groupe de concertation,
- sur une présentation du diagnostic au groupe de concertation,
- une réunion de présentation et de validation par le comité de pilotage.

La phase II de définition de la stratégie et du plan de communication s'appuiera sur :

- pour la stratégie :

- une réunion de réflexion avec le comité de pilotage,
- une réunion de réflexion avec le groupe de concertation,
- une réunion de présentation au groupe de concertation,
- une réunion de présentation et de validation par le comité de pilotage,

- pour la plan de communication :

- une réunion de réflexion avec le comité de pilotage,
- une réunion de réflexion avec le groupe de concertation,
- une réunion de présentation au groupe de concertation,
- une réunion de présentation et de validation par le comité de pilotage.

Le prestataire assurera la conduite des réunions, la préparation des supports présentés, la rédaction des compte-rendu.

La planification des réunions, au titre des différentes phases de la commande, pourra le cas échéant être précisée par le prestataire dans sa proposition.

## **Article 5 - Livrables**

Chaque phase du projet fera l'objet de rendus au Parc national des Pyrénées :

Pour la phase de diagnostic :

- un rapport détaillé des interviews et des échanges avec le groupe de concertation
- un rapport détaillé du diagnostic
- une présentation aux différentes instances de gouvernance du projet

Pour la phase de la stratégie de communication :

- un rapport détaillé des échanges avec le groupe de concertation
- un rapport détaillé de la stratégie de communication
- une présentation aux différentes instances de gouvernance du projet

Pour la phase du plan de communication :

- un rapport détaillé des échanges avec le groupe de concertation
- un rapport détaillé du plan de communication
- une présentation aux différentes instances de gouvernance du projet

### **Synthèse**

Un document de synthèse présentant le diagnostic, la stratégie de communication et le plan de communication.

Une présentation synthétique présentant le diagnostic, la stratégie de communication et le plan de communication pour les instances du Parc national (*conseil d'administration, conseil scientifique, conseil économique, social et culturel*) et pour l'ensemble des personnels.

### **Article 6 - Budget**

La présente consultation s'inscrit dans une procédure adaptée de marché public dont le seuil est établi à 90 000,00 € toutes taxes comprises maximum.

L'offre la plus compétitive sera retenue (*cf. en infra – article 11*).

### **Article 7 - Proposition financière**

Tous les postes suivants seront chiffrés, poste par poste, en valeur hors taxes et toutes taxes comprises.

- animation du groupe de travail,
- diagnostic,
- définition de la stratégie de communication,
- élaboration du plan de communication.

La mission ne comprend pas :

- la définition d'une charte graphique et la création graphique,
- le suivi du plan de communication,
- la conception des supports de communication.

### **Article 8 - Délais d'exécution**

Le prestataire devra respecter le calendrier prévisionnel suivant :

- novembre 2020 : choix du prestataire retenu,
- décembre 2020 : lancement du groupe de travail communication,
- janvier 2021 : élaboration du diagnostic,
- février / mars / avril 2021 : définition de la stratégie de communication et de sensibilisation,
- mai 2021 : livraison du plan de communication.

## **Article 9 - Renseignements techniques**

Des informations techniques complémentaires peuvent être obtenues au siège du Parc national des Pyrénées auprès de :

Madame Marie HERVIEU  
Chef du service valorisation des patrimoines et du territoire  
Parc national des Pyrénées  
2, rue du IV septembre  
Boite postale 736  
65007 TARBES  
Tél. : 05 62 54 16 40  
Fax : 05 62 54 16 41  
E-Mail : [marie.hervieu@pyrenees-parcnational.fr](mailto:marie.hervieu@pyrenees-parcnational.fr)

Pour les aspects administratifs du présent appel d'offre et de la réponse à apporter :

Monsieur Yves HAURE  
Secrétaire général  
Parc national des Pyrénées  
2, rue du IV septembre  
Boite postale 736  
65007 TARBES  
Tél. : 05 62 54 16 40  
Fax : 05 62 54 16 41  
E-mail : [yves.haure@pyrenees-parcnational.fr](mailto:yves.haure@pyrenees-parcnational.fr)

## **Article 10 - Conditions de remise des offres**

### **10.1 - Transmission des offres**

Les propositions sont à adresser à :

Monsieur le Directeur du Parc national des Pyrénées  
Parc national des Pyrénées  
2 rue du IV septembre  
Boite postale 736  
65007 TARBES

Elles devront être remise sous pli cacheté contre récépissé ou envoyées par voie postale avec accusé de réception.

### **10.2 - Date limite de réception des offres**

Les propositions sont formulées obligatoirement par écrit, **avant le vendredi 23 octobre 2020 à 12 heures** – cachet faisant foi.

## 10.3 - Présentation de l'offre

Les propositions doivent obligatoirement comporter :

1. une présentation de l'entreprise prestataire, présentant ses références, le nombre de personnes, les compétences, les secteurs d'activités privilégiés, et les expériences significatives pour la mission demandée ,les références de quelques plans de communication réalisés au cours des deux années précédentes,
2. une note technique et méthodologique démontrant une bonne compréhension de la demande et précisant la façon dont le prestataire entend décliner son intervention (*moyens humains, chef de projet et équipe mobilisée, en précisant la qualification, l'expérience des différents intervenants et le nombre de jours passés sur la mission pour chaque membre de l'équipe ; matériels, organisation, délais maximum d'intervention, modalités pratiques, planning prévisionnel...*),
3. un devis répondant à la totalité des demandes formulées dans le présent cahier des charges ; le candidat fera clairement apparaître les différents éléments de la composition de la proposition financière ; pour chaque phase de travail, le détail prix – nombre d'heures de travail consacrées sera mentionné.
4. le présent cahier des charges paraphé à chaque page par le prestataire et signé sur la dernière pages avec date, nom du signataire et cachet de l'entreprise
5. une attestation, signée par les services fiscaux, de non assujettissement à la taxe sur la valeur ajoutée si l'organisme ne facture pas de taxe sur la valeur ajoutée,
6. un document faisant apparaître le numéro SIRET ou SIREN,
7. les statuts ou la raison juridique du prestataire candidat,
8. DC7 en cours de validité ou documents équivalents.

## Article 11 - Critères de sélection des offres

Les offres devront être conformes aux dispositions du présent cahier des charges.

Les offres seront examinées et classées en fonction des critères suivants :

- 30 % : qualité de l'offre de service,
- 30 % : références professionnelles et expérience de l'entreprise au vu de travaux similaires antérieurs,
- 40 % : prix.

Le rapport qualité de l'offre, références et prix sera privilégié. La commande sera attribuée après mise en concurrence entre les différents prestataires ayant déposé une offre.

## Article 12 - Modalités d'exécution

Toute proposition complète, reçue dans les délais, sera examinée et fera l'objet d'une réponse écrite positive ou négative.

Le prestataire retenu se verra proposé un bon de commande qui sera signée par Monsieur le Directeur du Parc national des Pyrénées. Il reprendra notamment les dispositions indiquées dans le présent cahier des charges et fixera par ailleurs toutes les dispositions financières et administratives règlementaires.

L'exécution de la commande relève de la comptabilité publique.

La commande est passée à titre forfaitaire.

Les prix sont réputés complets, non actualisables et non révisables.

Un bon de commande donnera lieu à des paiements à l'issue de chaque phase. Il n'est pas prévu et possible de verser un acompte à la commande. Les paiements se font, à exercice fait conformément aux règles de la comptabilité publique.

Le mode de règlement choisi par le Parc national des Pyrénées est le virement administratif dans les termes fixés par le décret n°2002 – 231 du 21 février 2002. L'unité monétaire est l'€.

Fait à Tarbes, le mardi 15 septembre 2020