



MARCHE PUBLIC
PRESTATIONS INTELLECTUELLES

(N°2024-002)

Cahier des Clauses Particulières (CCP)

Objet du marché
ACTIVATION CAMPAGNE PUBLICITAIRE 2024

Organisme acheteur
Parc national de forêts.

Établissement public à caractère administratif sous tutelle du Ministère de la transition écologique.

20, rue Anatole Gabeur • 52 210 Arc-en-Barrois
Tél. +33 (0)3 25 31 62 35 • Fax : +33 (0)3 73 62 02 49

www.forets-parcnational.fr • contact@forets-parcnational.fr

Date et heure limites de réception des offres
Vendredi 12 avril 2024 à 14h00

Table des matières

1. CARACTERISTIQUES GENERALES DU MARCHÉ	2
1.1 OBJET DU MARCHÉ	2
1.2 FORME DU MARCHÉ ET REFERENCES AUX ARTICLES DU CODE DE LA COMMANDE PUBLIQUE	2
1.3 PIECES CONSTITUTIVES DU MARCHÉ	3
1.4 DUREE DU MARCHÉ	3
1.5 DESIGNATION DES INTERLOCUTEURS	3
1.6 IMPUTATION BUDGETAIRE	3
1.7 CONTENU DU CCP	4
1.8 RESTRICTIONS AU PRINCIPE D'EXCLUSIVITE.....	4
2. PRESTATIONS DU MARCHÉ.....	4
2.1 CONTEXTE.....	4
2.2 DEFINITION ET CONTENU DE LA PRESTATION	5
2.3 CONDITIONS D'EXECUTION	5
2.3.1 <i>Lieu d'exécution</i>	5
2.3.2 <i>Délais d'exécution</i>	6
2.3.3 <i>Modalités d'exécution</i>	6
2.3.4 <i>Déclaration du sous-traitant</i>	6
2.3.5 <i>Forme de remise des documents par le titulaire</i>	6
2.3.6 <i>Droit de propriété et confidentialité</i>	6
3. ASPECTS FINANCIERS	7
3.1 FORME ET CONTENU DU PRIX.....	7
3.2 BENEFICE DE L'AVANCE.....	7
3.3 MODALITES DE REGLEMENT.....	7
3.3.1 <i>Facturation</i>	7
3.3.2 <i>Paiements</i>	<i>Erreur ! Signet non défini.</i>
3.3.3 <i>Paiement au sous-traitant</i>	8
3.3.4 <i>Pénalités pour retard</i>	8
3.4 VERIFICATION, ADMISSION, AJOURNEMENT, REFACTION ET REJET	8
3.5 CESSION - NANTISSEMENT	9
4. ASSURANCE, DIFFERENDS ET LITIGES	9
4.1 ASSURANCE.....	9
4.2 LITIGES.....	9
4.3 RESILIATION DU MARCHÉ	9
5. DEROGATIONS	10

1. Caractéristiques générales du marché

1.1 Objet du marché

Le présent marché a pour objet la réalisation de prestations d'élaboration et mise en œuvre de campagnes publicitaires pour le compte du Parc national de forêts.

1.2 Forme du marché et références aux articles du Code de la commande publique

La consultation est lancée suivant la procédure adaptée visée à l'article R 2123-1 et suivants du code de la commande publique.

Le marché n'est pas alloti.



Le budget maximal alloué est de 95 000 euros HT (quatre-vingt-quinze mille euros HT).

1.3 Pièces constitutives du marché

Les pièces constitutives du marché sont des pièces particulières et des pièces générales. Les pièces générales, bien que non jointes au présent document, sont réputées connues de l'entreprise.

Les pièces du marché sont les suivantes, dans l'ordre de priorité décroissant :

- Le présent cahier des clauses particulières (CCP),
- Le cahier des clauses administratives générales (CCAG) applicables aux marchés de prestations intellectuelles approuvé par arrêté du 30 mars 2021, ci-après « CCAG/PI »,
- L'offre technique du titulaire.

(Le CCP est établi en un seul original dont l'exemplaire conservé par la personne publique fait seul foi).

1.4 Durée du marché

Le marché est conclu à compter de sa date de notification, jusqu'au 31 décembre 2024

Le marché n'est pas reconductible.

1.5 Désignation des interlocuteurs

- Acheteur :

Le POUVOIR ADJUDICATEUR est le PARC NATIONAL DE FORÊTS, établissement public administratif représenté par son directeur, Monsieur Philippe PUYDARRIEUX, nommé par arrêté du 21 décembre 2020, par le ministre de la transition écologique et de la cohésion des territoires.

Le Parc national de forêts est ci-après dénommé « l'acheteur », ou le « Parc national ».

- Comptable assignataire :
Madame Anne-Marie DOS REIS
Office français de la Biodiversité - Pôle de Montpellier
Immeuble Tabella
125, Impasse Adam Smith
34470 PEROLS

- Titulaire

Conformément à l'article 2 du CCAG/PI, le « titulaire » est l'opérateur économique qui conclut le marché avec l'acheteur. En cas de groupement d'opérateurs économiques, le « titulaire » désigne le groupement, représenté par son mandataire.

1.6 Imputation budgétaire



Projet financé sur le budget du Parc national de forêts : enveloppe FONCTIONNEMENT, code opération CAMPCOM (4.4)

1.7 Contenu du CCP

Le présent document vaut cahier des clauses administratives particulières et cahier des clauses techniques particulières.

1.8 Restrictions au principe d'exclusivité

L'acheteur est délié de l'exclusivité contractuelle dont bénéficie le titulaire en cas d'incapacité technique ou matérielle de sa part à intervenir dans les délais fixés par l'acheteur.

2. Prestations du marché

2.1 Contexte

Le Parc national de forêts souhaite diffuser sa campagne de communication à destination du Grand Public à partir de Juin 2024 [couverture saison estivale – automne], devant répondre aux objectifs de communication suivants :

- Faire connaître → accroître la notoriété
- Faire aimer → renforcer l'image « vivante » et dynamique du territoire
- Faire agir → susciter l'intérêt pour donner envie de venir sur le territoire

Le Parc national de forêts à vocation à s'adresser à un large public. Le profil type des visiteurs de parcs nationaux (cœur de cible) peut être défini ainsi :

- Agés de 30 ans et plus
- Classe sociale moyenne et supérieure, dont retraités
- En visite à deux ou en famille
- Majoritairement en provenance de France, notamment localement et régions proches (Pour le Parc national de forêts : Aire d'adhésion du Parc national > pôles de Dijon, Besançon, Troyes, Nancy > régions Bourgogne-Franche-Comté et région Champagne-Ardenne > bassins franciliens et lyonnais)
- Amateurs de tourisme vert, randonneurs, cyclistes, cavaliers...

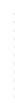
Une nouvelle campagne de communication sera développée en 2024 autour du thème général de « l'expérience Parc national de forêts ».

Message > Venez vivre l'expérience Parc national de forêts : évadez-vous dans un territoire d'exception, fourmillant d'expériences en phase avec nos valeurs environnementales et durables

[La place grandissante de la technologie dans nos vies suscite, en réaction, le besoin d'expériences concrètes, le retour à la réalité « physique » et la valorisation du plaisir et de l'émotion. Pour porter ce message il paraît indispensable nécessaire de promouvoir les activités emblématiques de notre territoire et ceci à travers la valorisation du vécu ou de l'expérimentation (dimension humaine et non « contemplative » / vitrine).]

Cette campagne devra être diffusée via plusieurs canaux de Communication, notamment :

- Web : sponsoring réseaux sociaux Parc national + partenariats d'influence (visuels + vidéo)



- Radio : diffusion d'un spot en publicité live ou pré-roll de podcasts
- Vidéo : diffusion d'un spot vidéo en salle de cinémas (avant-programme publicitaire)
- Affichage urbain : transports en communs (bus – tramway – abribus)

Est exclu du périmètre du présent marché le développement du concept de Communication, création et production des supports. Ces prestations dont l'objet d'un marché distinct dont le titulaire devra sera amené à collaborer avec le titulaire du présent marché.

2.2 Définition et contenu de la prestation

Le titulaire du présent marché devra proposer au Parc national un plan media respectant les objectifs de communication et le ciblage détaillé à l'article précédent. Le plan média est entendu comme la liste des actions et des campagnes publicitaires à développer au travers des médias identifiés. Ce plan intégrera la planification de la campagne sous forme d'un calendrier.

Le titulaire aura pour missions :

- L'élaboration de recommandations stratégiques et conseils en termes de choix des médias à mobiliser ;
- L'élaboration de plans médias, englobant l'ensemble des opérations et études nécessaires à la définition des critères de diffusion publicitaire des supports du Parc national ;
- Présentation d'un dispositif (descriptif + objectifs qualitatifs et quantitatifs) et collecte de devis pour les activations publicitaires identifiées à l'article 4.1.1 ;
- Présentation d'un dispositif (descriptif + objectifs qualitatifs et quantitatifs) et collecte de devis alternatifs correspondant à des canaux proposés par le titulaire, non identifiés par l'acheteur ;
- L'achat des espaces publicitaires après optimisation (négociation, enchères...) ;
- La coordination avec les diffuseurs retenus en vue de la diffusion effective des supports de communication.

Des bilans de campagne intermédiaire et final devront être produits. Le bilan de campagne intermédiaire devra être produit au plus tard 4 mois après le début effectif de la campagne de médiatisation. Le bilan final devra être produit au plus tard 9 mois après la notification du marché.

Concernant les objectifs quantitatifs, le titulaire devra indiquer dans son offre technique, pour chaque action, le nombre de contacts visés afin de calibrer le retour sur investissement de la campagne d'activation proposée.

Les candidats sont invités dans leur mémoire technique à présenter leurs réalisations en matière d'activation publicitaire dont notamment, si possible, les activations de campagne pour un prestataire « tourisme » et/ou « environnement – nature ».

2.3 Conditions d'exécution

2.3.1 Lieu d'exécution

Les prestations s'exécutent dans les locaux du titulaire, sont néanmoins prévus d'éventuels déplacements dans les locaux du siège du Parc national de forêts (Arc-en-Barrois).



2.3.2 Délais d'exécution

Le délai d'exécution court dès la signature de l'acte d'engagement, et arrive à son terme Le 31 décembre 2024.

2.3.3 Modalités d'exécution

Le titulaire s'engage à exécuter les prestations conformément aux spécifications du présent CCP, et conformément aux règles de l'art. Il s'engage à assurer la qualité et le suivi des prestations pendant toute la durée du marché et garantit un suivi particulier du client.

Le titulaire a la responsabilité des personnels et des moyens à mettre en œuvre pour réaliser les prestations prévues par le présent marché et assurer leur bonne fin. Le titulaire s'engage à mettre en place l'équipe de personnes compétentes dont les CV ont été présentés dans son offre et il s'efforce d'assurer la pérennité de l'équipe pendant toute la durée du marché. En cas d'absence prévue ou inopinée, le titulaire doit assurer le remplacement de son personnel afin de garantir la continuité de la prestation objet du présent marché. Le titulaire est responsable de la bonne tenue, du comportement et de la discrétion de son personnel. Il s'engage à respecter la confidentialité de toute information dont il pourrait avoir connaissance dans le cadre de son activité.

Le titulaire signale à l'acheteur, dans un délai de 24 heures ouvrées toute difficulté rencontrée ainsi que tout risque de blocage, de dysfonctionnement ou de retard prévisible dans la réalisation des prestations. Il en informe le représentant de l'acheteur par téléphone et par courrier électronique dès la connaissance du problème.

2.3.4 Déclaration du sous-traitant

La déclaration du sous-traitant est effectuée à l'aide du formulaire DC 4 « déclaration du sous-traitant », dûment renseigné et signé et adressé au représentant du PNFor :

- soit au moment du dépôt de l'offre
- soit après le dépôt de l'offre.

2.3.5 Forme de remise des documents par le titulaire

Les bilans de campagne (intermédiaire et final) requis à l'article 2.2 sont remis par le titulaire au responsable du pôle Communication & Pédagogie du Parc national de forêts pour vérification et admission. Ils doivent être remis par tout moyen permettant de déterminer de façon certaine la date et l'heure de leur réception.

Le titulaire adresse tous ses documents (synthèses, comptes-rendus, rapports) sous format informatique.

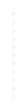
Le maître de l'ouvrage se réserve tout droit de reproduction des documents ci-dessus dans le cadre de l'opération envisagée.

2.3.6 Droit de propriété et confidentialité

- Droit de propriété

La définition des résultats et le régime général des connaissances antérieures et des connaissances antérieures standards du titulaire, de tiers et de l'acheteur sont décrites aux articles 32 à 34 du CCAG/PI.

Conformément à l'article 35 du même CCAG, le titulaire accorde à l'acheteur les droits nécessaires pour utiliser ou faire utiliser les résultats, en l'état ou modifiés, de façon permanente ou temporaire, en tout ou partie, par tout moyen et sous toutes formes, pour les besoins exprimés dans les documents particuliers du marché.



La cession des droits à l'acheteur couvre les résultats, à compter de leur livraison et sous condition résolutoire de la réception des prestations, pour le monde entier et pour la durée légale des droits d'auteur.

- Confidentialité des informations

Le titulaire, ou ses personnels chargés d'assurer les prestations, qui, à l'occasion de l'exécution de la prestation ont reçu à titre confidentiel des renseignements (documents ou objets, ou informations de toute nature) sont tenus à la plus stricte confidentialité pour tout ce qui concerne ces communications. Ces informations et ces documents ne peuvent donc être divulgués.

3. Aspects financiers

3.1 Forme et contenu du prix

Le marché est conclu à prix global et forfaitaire.

Le prix est ferme. Il est révisé le cas échéant conformément à l'article 10.1.2 du CCAG/PI.

Le prix est réputé « tout compris », et inclut notamment la rémunération du titulaire, l'achat des espaces de communication, les déplacements, hébergements, restauration, etc.

Les candidats font apparaître dans leur proposition tarifaire de manière distincte et claire le montant ou pourcentage de leur rémunération.

La taxe sur la valeur ajoutée (TVA) est appliquée au taux légal connu du fait générateur. En cas de changement du taux de TVA, il sera tenu compte de cette variation dans les prix de règlement.

L'offre est réputée établie sur la base des conditions économiques en vigueur à la date à laquelle le candidat a fixé son prix dans l'offre.

3.2 Bénéfice de l'avance

Le régime de versement de l'avance est fixé par l'article A.11.1 du CCAG/PI.

Le montant de l'avance est fixé à 30% du montant initial toutes taxes comprises du marché. Elle est remboursée conformément aux dispositions des articles R2191-11 et suivant du code de la commande publique.

3.3 Modalités de règlement

3.3.1 Facturation et paiements

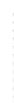
- Achat des espaces publicitaires

Le titulaire procédera à l'achat des espaces publicitaires qu'il aura identifié dans le cadre du plan média élaboré. En amont, il soumettra un devis à faire valider par l'acheteur. Ce devis pourra inclure une demande d'avance d'un montant maximum de 30% de l'achat de l'espace publicitaire concerné.

L'acheteur procédera au versement du solde concernant chacun des achats d'espace publicitaire sur présentation de la facture, laquelle n'est pas réclamée au titulaire.

- Rémunération du titulaire

Un acompte unique pourra être versé au titulaire suite à la réception et validation par l'acheteur du bilan intermédiaire mentionné à l'article 2.2 du présent CCP, valant constatation du service fait. Cet acompte ne pourra excéder 30% du montant de la rémunération du titulaire tel que déterminée dans



l'offre financière du candidat. L'acheteur procédera au versement de l'acompte unique sur présentation d'une facture par le titulaire.

L'acheteur procédera au paiement du solde concernant la rémunération du titulaire suite à la réception et validation par l'acheteur du bilan intermédiaire mentionné à l'article 2.2 du présent CCP, valant constatation du service fait, sur présentation de la facture émise par le titulaire.

- Elaboration des factures et délais de paiement

La facture comporte, outre les mentions légales, les mentions suivantes : dates, références (numéro et désignation) du présent marché ; numéro d'engagement juridique (EJ) du marché et la désignation des prestations exécutées ainsi que la période concernée, sous peine de rejet.

Elle est établie en un exemplaire daté, faisant référence au présent marché et adressée au Parc national de forêts.

Les factures sont transmises uniquement par voie dématérialisée via le portail Chorus Pro en indiquant le numéro de SIRET 13002593500011 en précisant le numéro d'engagement juridique du marché.

La monnaie du marché est l'euro.

Le paiement intervient par virement au compte correspondant au relevé d'identité bancaire joint par le titulaire, après service fait, sur présentation de sa facture établie à l'adresse du Parc national de forêts.

Le PNFor procède au paiement des sommes dues dans un délai maximal de 30 jours à compter de la réception de la facture.

Le délai global peut être suspendu par l'ordonnateur pour réclamer des pièces ou informations complémentaires ; le délai après la suspension est obligatoirement de 30 jours, à partir de la date de fin de suspension.

En cas de dépassement de ce délai contractuel, le taux des intérêts moratoires est égal au taux d'intérêt appliqué par la Banque Centrale Européenne à ses opérations principales de refinancement les plus récentes, en vigueur au premier jour du semestre de l'année civile au cours duquel les intérêts moratoires ont commencé à courir, majoré de huit points de pourcentage. Le montant de l'indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement est fixé à 40 euros.

3.3.2 Paiement au sous-traitant

La déclaration de sous-traitance (DC4) précise tous les éléments de l'article R 2193-1 à 4 du décret n° 2018-1075 du 3 décembre 2018, et pris en application de l'ordonnance n° 2018-1074 du 26 novembre 2018 portant partie législative du code de la commande publique, et indique notamment ce qui doit être réglé respectivement aux sous-traitants éventuels.

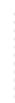
3.3.3 Pénalités pour retard

En dérogation à l'article 14.1 du CCAG/PI, lorsque le délai, sur lequel s'est engagé le titulaire dans son offre, est dépassé, le titulaire encourt une pénalité forfaitaire de 50 € par jour ouvré de retard.

3.4 Vérification, admission, ajournement, réfaction et rejet

La validation et l'admission des livrables (Bilans de campagne) s'appuie sur :

- L'exhaustivité des documents remis,



- Clarté de la présentation et de l'analyse,
- Compréhension et restitution correcte du contexte, des objectifs et des enjeux,
- Qualité rédactionnelle et lisibilité.

En dérogation à l'article 28.2 du CCAG/PI, l'acheteur dispose d'un délai de 15 jour ouvré pour procéder aux vérifications et notifier sa décision d'admission, d'ajournement, d'admission avec réfaction ou de rejet.

En dérogation à l'article 29 du CCAG/PI, en cas de silence de l'acheteur à expiration du délai mentionné ci-dessus, il n'y a pas d'admission tacite. L'admission doit impérativement être notifiée au titulaire. Si l'acheteur n'est pas en mesure de respecter le délai ci-dessus, il en informe le titulaire et lui fait part de la durée de la prolongation du délai de vérification.
L'ajournement s'applique dans les conditions prévues au CCAG/PI (cf. 29.2).

Les réfactions s'appliquent conformément à l'article 29.3 du CCAG/PI, et sont calculées sur la base de la décomposition du prix global et forfaitaire.

3.5 Cession - nantissement

L'exemplaire unique nécessaire à la notification éventuelle d'une cession ou d'un nantissement de créance est délivré, sur demande écrite du titulaire, par la personne publique selon les conditions définies aux articles R 2191 - 45 à 47 du décret 2018-1075 du 03/12/2018 pris en application de l'ordonnance 2018-1074 du 26/11/2018.

4. Assurance, différends et litiges

4.1 Assurance

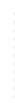
Le titulaire doit contracter les assurances permettant de garantir sa responsabilité à l'égard du pouvoir adjudicateur et des tiers, victimes d'accidents ou de dommages causés par l'exécution des prestations.

4.2 Litiges

En cas de litige, la loi française est seule applicable, les tribunaux français sont seuls compétents. Le pouvoir adjudicateur et le titulaire s'efforcent de régler à l'amiable tout différend éventuel relatif à l'interprétation des stipulations du marché ou à l'exécution des prestations objet du marché. En cas d'échec de la procédure amiable, une procédure contentieuse emportera saisine du tribunal administratif de Châlons-en-Champagne, selon les lois et les règlements en vigueur en France. Le tribunal administratif peut être saisi par l'application informatique « Télérecours citoyens » accessible par le site internet www.telerecours.fr

4.3 Résiliation du marché

Le PNFFor se réserve la possibilité de résilier, sans indemnités, le titulaire du marché, en cas d'inexécution ou de mauvaise exécution des prestations prévues ou de non-respect des plannings. L'éviction d'un titulaire peut intervenir après mise en demeure par lettre recommandée avec accusé de réception restée infructueuse.



5. Dérogations

§ du CCAP	Article(s) du CCAG / PI
D.4 Délai d'exécution	3.2 (jour ouvré)
D.8 Admission des prestations	28.2 Délai de vérification
H. Pénalités pour retard et autres pénalités	14.1.1 modalités de calcul des pénalités, délai laissé au titulaire pour présenter ses observations, 14.1.2 plafonnement des pénalités, et 14.1.3 pénalités appliquées quel que soit le montant.
I. Vérification, admission, ajournement, réfaction et rejet	28.2 délais de vérification et 29 : pas de réception tacite

