



**CAHIER DES CHARGES :
DEMANDE DE PRESTATION
CHARGÉ(E) DE LA PROMOTION DU SECTEUR DES MÉTIERS D'ART
EN PNR PÉRIGORD-LIMOUSIN
(2019)**

Date de publication : 14 mai 2019

>> PORTEUR DE PROJET

Syndicat mixte du Parc naturel régional Périgord-Limousin (Dordogne)

Situé au nord de la Dordogne et au sud-ouest de la Haute-Vienne, le syndicat mixte Parc naturel régional Périgord-Limousin créé en 1998 regroupe autour d'un projet concerté de développement du territoire, 73 communes et 6 villes-portes. Il a pour vocation de protéger et valoriser le patrimoine naturel, culturel et humain de son territoire en mettant en œuvre une politique innovante d'aménagement et de développement économique, social et culturel respectueuse de l'environnement. À ce titre, dans le cadre de sa charte de territoire, le Parc a inscrit à son projet le soutien et le développement de la filière Métiers d'Art du Périgord-Limousin¹.

L'action du Parc en la matière bénéficie de l'accompagnement du Pôle Expérimental des Métiers d'Art de Nontron et du Périgord Limousin (PEMA), pôle structurant en matière de métiers d'art sis dans le Parc. À ce titre, le PEMA sera le partenaire privilégié dans la mise en œuvre du projet.

>> CONTEXTE DE LA MISSION : Une activité Métiers d'Art importante mais méconnue

Le Périgord-Limousin est un pays traditionnellement riche en savoir-faire qui se perpétuent et se renouvellent, et se caractérise notamment par une présence importante de savoir-faire métiers d'art. Ces savoir-faire constituent un patrimoine culturel, social et un potentiel économique non négligeable et bien représenté sur le Parc.

Au dernier recensement (2017), on dénombrait :

- plus de 250 professionnels Métiers d'Art installés ou ayant leur activité en Périgord-Limousin (70 communes concernées, plus de 1400 emplois)
- Un pôle structurant Métiers d'Art (le PEMA) et un dédié à la filière du cuir (Resocuir)
- 14 manifestations spécifiques (de mai à décembre)
- Plus de 50 lieux de visite, vente, cours, stage, expositions...
- Trois villes labellisées « Ville et Métiers d'Art » sur le territoire du Parc : Nontron (24), Saint-Yrieix-la-Perche (87) et Saint-Junien (87), d'autres en projet.
- 11 regroupements associatifs œuvrant en faveur des Métiers d'Art (objet principal ou secondaire de leur activité)
- deux routes des Métiers d'Art (une en Haute-Vienne, l'autre en Dordogne) traversant le Parc
- des formations dispensées sur le territoire (Thiviers, etc.).

Malgré une activité « Métiers d'Art » conséquente sur le territoire, celle-ci n'est pas de visible aux yeux du public, et les professionnels peinent à trouver des débouchés sur le territoire mais aussi sur les marchés nationaux.

¹ Références à la Charte du Parc 2010-2022 (voir : <http://www.pnr-perigord-limousin.fr/Le-Parc/La-charte>)

AXE III : Favoriser la valorisation des ressources locales du Périgord-Limousin dans une perspective de développement durable

ORIENTATION 7 : Soutenir les initiatives des professionnels des Métiers d'Art et valoriser l'ensemble des savoir-faire

Mesure 25 : Soutenir et développer la filière Métiers d'Art en Périgord-Limousin par la promotion, la sensibilisation et l'encouragement à l'innovation

OBJECTIFS

Le Parc souhaite promouvoir une image de « Terre de Métiers d'Art » en vue de son développement économique (accueil de nouveaux professionnels, revitalisation des communes, tourisme, renforcement de l'activité de l'offre Métiers d'Art, ...).

L'objectif général de la démarche est donc de développer une filière Métiers d'Art forte, vectrice de développement économique pour le territoire et en particulier pour les professionnels (captatrice de clientèles) et en mesure de qualifier l'identité du territoire.

Objectifs opérationnels

- Promouvoir un « Périgord-Limousin, Terre de Métiers d'Art » : qualifier l'identité du territoire par la promotion, rendre visible l'offre Métiers d'Art du territoire (professionnels mais aussi lieux dédiés...) et positionner le territoire comme territoire d'accueil de professionnels.
- Assurer la promotion du secteur des Métiers d'Art en s'appuyant sur la promotion des professionnels Métiers d'Art impliqués dans la démarche en vue de capter une clientèle locale, touristique et nationale et développer leurs marchés. (Environ 120 professionnels).

PRESTATION ATTENDUE

Le prestataire devra durant sa mission proposer et mettre en œuvre une stratégie, des moyens et des outils pertinents pour atteindre ces objectifs.

Il est attendu du prestataire les missions suivantes :

- Assurer la démarche promotionnelle aux niveaux local, régional et national du « Périgord-Limousin, Terre de Métiers d'Art » : territoire de savoir-faire de tradition mais résolument ancré dans la création contemporaine par les Métiers d'Art (en s'appuyant sur des professionnels impliqués dans la démarche ainsi que les acteurs de l'offre Métiers d'Art),
- Identifier des relais (blogueurs, influenceurs) à mobiliser dans notre démarche,
- Établir, amplifier et consolider des relations presse durables,
- Établir et mettre en œuvre des actions suggérées par le prestataire permettant de développer l'impact des relations et retombées presse.

Les cibles médias

Les relations presse se concentreront sur les médias français à fort tirage (presse de qualité mais non confidentielle, disponible en maison de presse) et dont la ligne rédactionnelle ou les rubriques dédiées présentent une forte valeur ajoutée sur les thématiques liées aux Métiers d'Art ou présentant des affinités avec nos cibles : de la décoration au développement local.

La démarche suppose notamment l'orchestration de parutions régulières dans la presse locale, la presse nationale mais aussi dans des médias spécialisés, dans l'audio-visuel national (reportages, documentaires, émissions, JT sur les principales chaînes et radios du PAF), sur le web ainsi qu'à l'appel à des blogueurs influenceurs et aux réseaux sociaux.

Le prestataire travaillera à l'obtention de sujets de fond. Cependant, si le Parc est attaché à une médiation de qualité et diversifiée - médias à impact exponentiel (type TV hertzienne), médias de proximité avec nos cibles (type presse quotidienne, réseaux sociaux) et médias d'affinités (type presse spécialisée), il est attendu que le prestataire soit capable de saisir toutes les opportunités concourant aux objectifs.

Les missions

METTRE EN PLACE LA STRATÉGIE

- Définir avec le Parc et le PEMA une liste appropriée de médias visés afin de cibler au mieux la communication et établir une stratégie et un plan de communication des Métiers d'Art,
- Être force de proposition et conseiller des actions complémentaires en accord avec le Parc et le PEMA et les mettre en œuvre,

METTRE EN PLACE LA COMMUNICATION

- Définir, rédiger et diffuser l'ensemble des documents nécessaires à la réalisation de la mission (communiqués, dossiers de presse, news, encarts publicitaires...), faisant appel à la narration et au marketing territoriaux,
- Démarcher les journalistes et pigistes, plateformes de presse (sous réserve): diffuser, répondre aux demandes des journalistes, relancer, convaincre les contacts jusqu'à la parution dans les médias,
- Communiquer régulièrement sur les sites web et les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter entre autres),
- Susciter, organiser et accompagner les accueils presse (individuels ou voyages de presse jusqu'à en assurer le compte-rendu, la facturation, le suivi des journalistes et la veille des retombées presse) ainsi que les blogueurs et influenceurs,
- Créer, suivre et actualiser une liste de correspondants de presse ciblés et spécifiques,

EN OPTION :

- Veiller à la présence de l'image « Métiers d'Art » du territoire et à celle du PEMA dans les guides de voyage français tels que Géoguide, le Petit Futé, Michelin, le Guide du Routard, le Guide Hachette... version papier et sur les sites web correspondants.

Actions annexes liées à la réalisation de la mission

- Rendre compte de l'avancement de la mission une fois/mois par échange téléphonique ou mail et par rencontre tous les deux mois.
- Remettre, le jour de la rencontre, une revue de presse bimestrielle regroupant les communiqués de presse, coupures de presse, recensant les passages radios/tv, les captures d'écran des parutions internet (blog, influenceurs, sites...)
- Remettre un rapport final d'activité clôturant la mission : valorisation des retombées presse / résumé des actions menées / remise d'un press-book numérique, communiqués envoyés, liste de correspondants de presse / transmission de la narration territoriale ...
- Restituer le travail mené auprès des professionnels bénéficiaires et des instances du Parc et PEMA (3 réunions max.). Le prestataire fournira les éléments nécessaires au déroulement des restitutions et sera en charge de l'animation et du compte rendu de celles-ci.
- Fournir au Parc et au PEMA un outil sur « comment communiquer auprès des différents médias »

Attentes chiffrées

- 1 dossier de presse par cible comprenant la narration territoriale
- 1 communiqué de presse en direction de la presse nationale / mois
- 1 accueil presse
- 5 sujets de fonds issus de la presse nationale à minima
- 1 communication régulière sur les sites web et les réseaux sociaux
- 1 fichier contact de correspondants de presse ciblés et spécifiques avec coordonnées
- 4 revues de presse

Selon les propositions du prestataire en matière de prospective et moyens, cette liste pourra être revue en accord avec le Parc et le PEMA.

Les formats des livrables

Les documents que remettra le prestataire (outils de communication, revue de presse, rapport final, restitution aux parties prenantes, liste de correspondants de presse...) seront fournis sous forme informatique modifiable : Word, Excel, Powerpoint, pdf non bloqués pour les documents écrits ; formats jpeg et pdf de bonne qualité pour les visuels et cartes. Le cas échéant, les couches d'information géolocalisées seront communiquées sous format [.shp].

Toutes les productions devront faire apparaître les logos du Parc et du PEMA. Il sera adjoint au rapport final d'activité clôturant la mission celui du partenaire financier (Région Nouvelle-Aquitaine) soutenant la démarche (fourni par le Parc).

>> EXERCICE DE LA MISSION

CALENDRIER PRÉVISIONNEL

Durée d'exécution : 8 mois

Date d'exécution : 1er juillet 2019 > 28 février 2020

En fonction des résultats, la mission pourra être reconduite.

ORGANISATION DU TRAVAIL

Le prestataire sera libre de l'organisation de son travail. Une rencontre de cadrage sera organisée au lancement de la mission sur le territoire (pour affiner et valider le calendrier et la méthode, remettre les documents, etc.).

La mission globale sera suivie par le Parc et le PEMA (un interlocuteur par structure, le Parc étant chef de file).

La collaboration Parc-PEMA / Prestataire demande une présence ponctuelle sur le territoire du Parc (accueil presse, points d'étape avec le Parc et le PEMA, restitution de la mission auprès des professionnelles et des structures Parc/PEMA...). Il est à noter également que le Parc et le PEMA ne disposent pas de services « communication ».

Cette mission s'appuiera sur une disponibilité d'informations sur l'offre Métiers d'Art du territoire reposant sur un recensement global effectué en 2017 et actualisé (avec photothèque).

Le candidat s'engage à être opérationnel à la signature de l'engagement (juin-juillet 2019)

PROPRIÉTÉ

En tant que commanditaire, le syndicat mixte du Parc Périgord-Limousin est propriétaire de l'ensemble des documents, libres de tous droits, issus du travail du prestataire qui conserve, conformément à la loi, la propriété intellectuelle de son travail. Le titulaire cédera au syndicat mixte et au PEMA l'ensemble des droits patrimoniaux sur les prestations qu'il aura réalisées dans le cadre de cette mission (hors usage commercial).

MODALITÉS DE PAIEMENT

Le budget alloué comprend la prestation et ses frais annexes (frais d'accueil des journalistes...).

Le paiement s'effectuera par mandat administratif dans un délai global de 30 jours à compter de la date de réception des factures en quatre tranches conditionnées par la remise des revues de presse bimestrielles validées par le Parc pour les trois premières et le solde sera versé à la réception de l'ensemble des livrables validés de la prestation.

Tout dépassement non validé avec le Parc du délai de réalisation entraînera des pénalités équivalentes à 60 € T.T.C. par jour ouvrable de retard.

QUALIFICATIONS DEMANDÉES

La mission suppose une connaissance du monde de la presse et de la communication. Une sensibilité au secteur des Métiers d'Art ainsi qu'aux problématiques du développement économique des petites entreprises artisanales seraient appréciées. Le candidat devra justifier d'expériences ou de la réalisation de missions similaires (sur la thématique « Métiers d'Art » de préférence).

DOCUMENTS À PRODUIRE À L'APPUI DE LA CANDIDATURE

Les éléments attendus dans l'offre de service sont :

- Une note de présentation rassemblant les éléments que le candidat jugera utile à sa présentation (2 pages max.)
- Une note d'intention permettant d'apprécier la compréhension de la mission ainsi que la méthodologie proposée (1 page max.),
- Une offre budgétaire par devis : coût global de la mission et coût détaillé avec le nombre de journées d'intervention affectées. Il peut y être adjoint des propositions optionnelles si besoin. Le prix proposé par le candidat sera global, ferme et forfaitaire. Il inclura à ce titre les frais liés à la réalisation de la mission. Ce devis doit être exprimé en HT et TTC et formulé à l'attention du Syndicat mixte du Parc naturel régional Périgord-Limousin, Maison du Parc - La Barde 24450 La Coquille. Le délai de validité des offres est de 120 jours, à compter de la date limite de réception de l'offre.

Une attention particulière doit être portée par le candidat à la proposition d'actions qui lui paraissent pertinentes par rapport aux objectifs.

Ces documents ont vocation à donner au Parc les meilleures conditions d'évaluation de la pertinence de l'offre face aux attentes du cahier des charges.

CRITÈRES DE SÉLECTION DU CANDIDAT

Les critères d'évaluation des offres, sur la base des pièces présentées, seront la capacité du prestataire à traiter les différents aspects de la mission, les références et le montant prévisionnel de la prestation.

Le choix du candidat retenu se fera sur la base de la répartition suivante :

- 40 % : valeur technique de l'offre
 - Cohérence de la proposition au regard à la problématique exposée (compréhension de la problématique, méthodologie proposée)
 - Moyens affectés à la mission (nom, mission et cv des personnes référentes sur le dossier, outils ou réseaux à disposition...).
 - Proposition d'actions par le candidat
- 25 % : présentation et résultat de références/expériences de réalisations similaires
- 30 % : prix de la prestation
- 5 % : présentation formelle de l'offre

Le candidat peut être amené à soutenir la proposition remise.

REMISE DES OFFRES

Date limite de réception des offres : vendredi 14 juin à 12h00

La proposition est à adresser par courriel uniquement avec accusé de réception aux adresses : s.pouplier@pnrpl.com et contact@metiersdartperigord.fr (avec copie à l.dangla@pnrpl.com).

Merci de préciser en objet : Candidature (+ nom du prestataire) - Promotion Métiers d'Art.

CONTACT PROJET :

Stéphanie POUPLIER, Chargée de l'action culturelle

Parc naturel régional Périgord-Limousin

Tél : 05 53 55 36 00 / s.pouplier@pnrpl.com

www.pnr-perigord-limousin.fr