



## CONSULTATION POUR CONCEPTION-RÉALISATION

### Supports de communication numériques pour le lancement du portail régional de la biodiversité

**Date de livraison : le 07 janvier 2022**

**Référent : Pauline d'Armancourt, Chargée de mobilisation citoyenne et communication**

**Echéance de réponse : le 12 novembre 2021**

- 1/ Contexte général
- 2/ Besoin
- 3/ Comprendre le projet
- 4/ Missions confiées, supports à réaliser
- 5/ Conduite de projet, rôles
- 6/ Livrables
- 7/ Calendrier de réalisation
- 8/ Répondre à la consultation
- 9/ Critères de sélection

#### 1/ CONTEXTE GÉNÉRAL

L'Agence régionale de la biodiversité (ARB) Centre-Val de Loire, établissement public créé en janvier 2019, vise à développer les connaissances scientifiques et techniques en matière de biodiversité par l'animation d'un réseau d'acteurs. Elle sensibilise et forme les publics (élus, techniciens, citoyens, entreprises...) aux enjeux et solutions en matière de préservation de la biodiversité. Elle coordonne divers programmes d'animation territoriale afin d'aider les décideurs publics et privés à agir en faveur de la biodiversité et développe des projets de mobilisation citoyenne.

Dès sa création, l'ambition partagée par ses membres était de faire de l'ARB un centre de ressource régional et un facilitateur des coopérations territoriales.

Pour remplir pleinement ce rôle, être mieux identifiée et mettre la biodiversité au cœur de la société, l'Agence lance le portail numérique régional de la biodiversité, en remplacement de l'actuel site vitrine [www.biodiversite-centrevalde Loire.fr](http://www.biodiversite-centrevalde Loire.fr). Le nom de domaine reste le même mais les visiteurs accéderont à un site intégralement refondu et enrichi pour offrir à tous les publics des contenus et ressources permettant de *Découvrir*, *Comprendre* et *Agir*. Ces 3 grands menus ainsi que l'entrée *Ressources* proposeront des contenus scientifiques, techniques, pratiques, pédagogiques et ludiques. L'expérience utilisateur propre à chaque entrée sera ergonomique, intuitive et didactique. Ce portail, positionné à l'interface d'un site institutionnel, d'un centre de ressources et d'un webzine est une initiative pionnière en France. L'ARB Centre-Val de Loire est en effet la seule à proposer un tel portail régional. Un moyen également de se démarquer tant localement que nationalement dans le paysage des acteurs de la biodiversité, et surtout, d'encourager et accélérer des actions concrètes dans les territoires.

Animé par l'ARB, ce portail n'est pas que le site de l'Agence. Il est un véritable outil collaboratif, pensé et conçu par, pour et avec les acteurs : les membres de l'ARB, les partenaires, les territoires et les utilisateurs. Il est voué à valoriser les acteurs, les actions et les ressources pour partager les expériences et les connaissances. Il donne accès à une multiplicité de ressources hébergées directement ou renvoie vers des sites référents. Il sera enrichi au fil du temps par de nouveaux contenus : articles, ressources, vidéos, podcast, dossiers thématiques.

## 2/ BESOIN

Pour réussir le lancement du portail et développer son empreinte de marque, l'ARB a élaboré une stratégie de communication globale et pluriannuelle, prévoyant des actions ciblées et phasées.

Celle-ci sera présentée dans le détail au prestataire retenu et fera l'objet d'un échange pour d'éventuels ajustements et compléments.

L'ARB souhaite s'entourer d'un partenaire de communication pour l'accompagner en matière de :

- stratégie de communication digitale > amplifier la présence de l'Agence et du portail sur le web et les réseaux sociaux
- marketing éditorial > valoriser et augmenter la visibilité de contenus phares du portail
- conception-réalisation de supports numériques > créer les outils attendus

La collaboration avec le prestataire retenu consistera à accompagner l'ARB dans la première année de vie du portail et la préparation de l'année 2.

- Conseiller l'ARB par des recommandations stratégiques pour l'enrichissement et le déploiement des actions de communication, adaptées aux moyens financiers et organisationnels de l'ARB
- Co-élaborer avec l'ARB les principes créatifs et narratifs, les contenus des actions et supports de communication
- Réaliser le graphisme et le développement numérique des outils de communication digitale

## 3/ COMPRENDRE LE PROJET ET L'AMBITION : RÉSUMÉ DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

### DE L'OUTIL AU CONTENU

La stratégie de communication de l'ARB consiste à valoriser et promouvoir le portail (l'outil) autant que ses contenus (sa valeur ajoutée). Il s'agit de démontrer par la preuve la tenue d'une promesse éditoriale et la mission de l'Agence.

### RÉUSSIR LE LANCEMENT ET TENIR LA VOILURE

#### > Des publics prioritaires aux rôles divers

- Les membres de l'ARB (Conseil d'administration, comité technique) et les acteurs de l'Observatoire régional de la biodiversité : des ambassadeurs et contributeurs de contenus pour qui le portail peut être une véritable vitrine
- Les partenaires : des relais éclairés, pouvant se porter caution et amplificateurs de la notoriété du portail et ses contenus
- Les professionnels (élus, techniciens, acteurs économiques, agriculteurs) : des utilisateurs réguliers aux fortes attentes de contenus techniques et pratiques pour comprendre et agir efficacement
- Le grand-public : des visiteurs curieux ou désireux de se mobiliser, à la recherche de contenus pour enrichir leurs opinions et inspirer leurs actions

#### > Des objectifs SMART

Les objectifs que se fixe l'ARB à travers ce portail et la communication de lancement sont de deux natures.

- Ceux qui relèvent de la stratégie de communication globale de l'ARB dont le portail est une pierre angulaire
  - Développer la notoriété et l'image de l'ARB
  - Affirmer le positionnement de l'ARB sur le plan régional et national

- Mettre la biodiversité au cœur de la société : augmenter le niveau de connaissance, d'intérêt, de sensibilité et de mobilisation pour la biodiversité

- Ceux qui relèvent de la promotion du portail
  - Faire adhérer les membres et les contributeurs pour amplifier la promotion et garantir la collaboration
  - Développer la notoriété et l'image du portail auprès de tous les publics
  - Susciter et accroître la consultation du portail par les publics et l'abonnement à la lettre d'info mensuelle
  - Faire du portail un « exemple » reconnu par les pairs, valorisé et cité
  - Susciter le buzz autour des contenus

➤ **Des messages clés et ciblés**

Un travail global sur les messages, cible par cible, a été conduit et sera présenté au prestataire retenu.

➤ **Des axes narratifs cohérents**

La communication autour du portail devra être en cohérence avec la ligne éditoriale (qui sera présentée au prestataire retenu) tout en apportant un ton singulier lié au lancement, empruntant différents territoires d'expression :

- La nouveauté et la singularité de ce portail régional unique en France
- Le service réel apporté aux différents publics pour découvrir, comprendre et agir
- Les contenus accessibles et à valeur ajoutée pour s'informer et s'outiller (scientifiques, techniques et vulgarisés)
- La coopération des acteurs pour enrichir et faire vivre l'outil

➤ **Des contenus phares et des fonctionnalités pratiques**

Le portail de la biodiversité va au-delà d'un site institutionnel ou d'une bibliothèque de données. Il offre un réel parcours de lecture à travers une arborescence intuitive et des fonctionnalités pratiques. La ligne éditoriale du portail positionne l'outil comme un véritable média d'acculturation de tous les publics sur les enjeux et solutions en matière de biodiversité. Il est aussi un centre de ressources de référence pour le partage de retours d'expériences et d'outils entre acteurs techniques, élus, et grand-public.

La stratégie de communication capitalisera sur la plus-value du portail en soi et ses contenus phares.

Les points forts du portail :

- Une expérience utilisateur centrée sur l'exploration et la mobilisation. Une vision globale en page d'accueil et des entrées claires pour : DÉCOUVRIR, COMPRENDRE, AGIR
- Une multiplicité de ressources de toutes natures
- Des dossiers thématiques pour aller plus loin
- Des contenus éditoriaux de qualité et enrichis : articles, vidéos, podcast
- Un agenda élargi/enrichi
- Une lettre d'info mensuelle avec des contenus éditoriaux propres
- Un annuaire pour mieux s'orienter vers les bons interlocuteurs

Les contenus phares sur lesquels capitaliser pour l'année de lancement :

- Les idées actions
- Les dispositifs d'accompagnement des acteurs dans les territoires
- Les pages milieux
- Le dossier thématique agriculture et biodiversité / cimetières
- Les interviews/reportages vidéos d'acteurs

## > Des phases adaptées et des opportunités à saisir

La première année de lancement du portail est déterminante, l'ARB fait le choix de séquencer la communication afin de créer des liens de proximité avec ses publics prioritaires et de parler du portail tout au long de l'année.

Différentes phases de communication sont prévues pour accompagner le lancement du portail. Les grandes échéances représentées ci-dessous devront être tenues. Le phasage précis des actions de communication notamment liées aux contenus sera échangé avec le prestataire retenu. Un calendrier de diffusion des contenus sera précisé.



## 🌱 UNE VISION PROSPECTIVE

Les actions de communication conçues pour la phase de lancement et première année de vie du portail devront être pensées en perspective des années suivantes. Il s'agit d'inscrire la campagne de communication dans un esprit de continuité où les actions de l'année 2 pourront être une suite, à la façon d'une série / collection de supports se répondant et se complétant d'une année à l'autre pour amplifier les messages. Certains supports pourront avoir une durée de vie de 2 ou 3 ans. L'efficacité des actions de communication déployées devra être mesurée pour réajuster le cas échéant la stratégie de communication.

## 4/ MISSIONS CONFIIÉES ET SUPPORTS À RÉALISER

Le prestataire retenu se verra confier la réalisation globale des supports listés ci-dessous, définis dans la stratégie de communication de lancement et déploiement du portail.

Un temps de travail avec l'ARB permettra de co-imaginer les actions et préciser le parti-pris créatif et les messages.

### Pour le 7 janvier 2022

#### > Une carte de vœux électronique animée

La carte de vœux 2022 sera sous le signe du portail. Une invitation à la découverte autour d'un message essentiel et une image forte donnant le ton du portail et suscitant l'envie de le visiter.

#### > Une animation vidéo (teaser)

Une vidéo très courte présentera et valorisera le portail (positionnement et image). L'objectif étant de donner matière à comprendre rapidement sa plus-value et de susciter l'envie de le découvrir.

Diffusion prévue sur : la page d'accueil du portail dans « à la Une », les réseaux sociaux de l'ARB (facebook, linkedin) et des membres, et lors de formations et événements.

Orientation créative :

Raconter une histoire autour des 3 mots clés avec une approche narrative créative. Un univers et un message essentiel par axe :

Découvrir > l'émerveillement / Comprendre > la rigueur (scientifique) / Agir > la joie, le possible

➤ **Un Kit de communication :**

L'objectif est d'outiller les membres de l'ARB et les partenaires dans le relai de la campagne de communication et l'annonce du portail sur leurs outils web.

Le kit comprendra à minima :

- une bannière web
- un bandeau de signature de mail
- des encarts visuels et rédactionnels pour les réseaux sociaux et la e-newsletter

Le prestataire peut proposer d'autres outils complémentaires.

### Tout au long de l'année 2022

➤ **Des campagnes sur les réseaux sociaux**

Le prestataire conseillera l'agence en matière de stratégie digitale et plan média.

Il s'agira de :

- proposer des actions pour augmenter la visibilité du portail et des contenus sur les réseaux sociaux
- réaliser les outils préconisés
- assurer l'achat d'espace

### Pour mai 2022

➤ **Un jeu de type géocaching**

L'ARB souhaite développer un jeu événementiel viral à l'occasion du mois de la biodiversité et de l'inauguration officielle du portail. Il s'agirait d'allier un jeu de piste dans les territoires (en physique) et sur le web, pour marquer la présence de l'ARB en réel et virtuel, renvoyant sur le portail pour trouver des informations clés et répondre à un quizz.

Ce projet fera l'objet d'un échange avec le prestataire retenu pour affiner le principe et le parti-pris créatif.

Le prestataire est attendu sur les missions suivantes :

- recommandations et propositions en matière de jeu événementiel pouvant générer du trafic sur le site
- développement technique du jeu, des pages web dédiées (soit sur le portail lui-même soit encapsulé), et d'outils divers (plug' in, quizz, QR code...)
- création graphique des supports
- campagne sur les réseaux sociaux

### Pour janvier 2023

➤ **Une carte de vœux électronique animée**

➤ **Une action de communication digitale attractive et ludique**

Il s'agira de célébrer la première année de vie du portail, d'inviter les publics déjà captés à poursuivre l'exploration et aller en chercher de nouveaux, et de valoriser des contenus.

Ce projet fera l'objet d'une réflexion au second semestre 2022 pour lequel le prestataire sera force de proposition et recommandation.

## 5/ CONDUITE DE PROJET, RÔLES

L'esprit collaboratif est une philosophie de travail que l'ARB fait vivre dans ses relations contractuelles, la méthodologie de travail sera ainsi co-élaborée avec le prestataire.

Les rôles et principes dans la conduite de projet sont préalablement définis comme suit :

### L'ARB

- > **Organisation interne** : pilotage de la communication par Pauline d'Armancourt, en coordination interne avec l'animatrice du Portail, Marine Céleste et la direction de l'ARB, Catherine Bertrand.
- > **Orienté le projet** : lors du brief et lors des échanges avec le prestataire
- > **Conception-rédaction** : en collaboration avec le prestataire, sur la base du ton et du traitement retenu
- > **Fournit les contenus** : textes, iconographies (selon le traitement proposé et les ressources dont elle dispose)

### Le prestataire

- > **Conseille sur les actions de communication**
- > **Propose des actions et supports adaptés**
- > **Réalise les supports** : conception-rédaction, conception graphique, développement web, montage vidéo, création d'illustrations vectorielles, achat éventuel d'illustrations ou photos si elles ne peuvent être fournies par l'ARB...
- > **Assure l'achat d'espace sur les réseaux sociaux**

## 6 / LIVRABLES

- > Recommandation stratégique
- > Supports définis ci-dessus
- > Fichiers en version HD et pour le Web
- > Fichiers sources des réalisations
- > Éléments iconographiques réalisés

## 7/ CALENDRIER DE RÉALISATION

- > **Échéance de réception des offres** : 12 novembre 2021 à 17h
- > **Analyse des offres par l'ARB** : 15 et 16 novembre 2021
- > **Notification du prestataire retenu** : 16 ou 17 novembre 2021  
pour tout besoin d'informations complémentaires et départager les propositions l'ARB prendra directement contact avec les candidats en short liste et pourra proposer un rendez-vous téléphonique avant la réunion de lancement.
- > **Réunion de lancement de projet avec le prestataire retenu** : 19 novembre 2021 - après-midi
- > **Livraison des premiers supports** : 7 janvier 2022

## 8/ RÉPONDRE À LA CONSULTATION

### > Décomposition en lots techniques

- Les candidats peuvent transmettre une offre pour la globalité du projet ou répondre par lots
- le lot 1 comprend : la carte de vœux électronique, la vidéo teaser, le kit de communication
  - le lot 2 comprend : les campagnes sur les réseaux sociaux
  - le lot 3 comprend : le jeu

### > Proposition à transmettre : **avant le 12/11/2021 à 17h**

Les offres devront être transmises via la plateforme <https://webmarche.solaere.recia.fr/>

### > Pour toute question :

Pour obtenir tout renseignement complémentaire qui leur serait nécessaire pour élaborer leur offre, les candidats formulent obligatoirement leur demande via la plateforme <https://webmarche.solaere.recia.fr/>, au plus tard 8 jours ouvrés avant le délai de remise des offres, soit le 03/11/2021.

Une réponse sera communiquée, accessible à l'ensemble des candidats, au plus tard 5 jours avant la date limite de réception des offres, soit le 08/11/2021.

### > Documents demandés

Chaque candidat produit un dossier de candidature complet, rédigé en langue française ou accompagné d'une traduction en français certifiée conforme à l'original par un traducteur assermenté, comprenant les pièces suivantes, datées et signées :

1/ Le présent document de consultation dûment complété, paraphé, daté et signé conformément aux indications mentionnées confirmant que le candidat en a intégralement pris connaissance.

2/ Les renseignements concernant la situation juridique et financière de l'entreprise :

- Copie du ou des jugements prononcés, si le candidat est en redressement judiciaire ;
- Déclaration sur l'honneur datée et signée attestant que le candidat :
  - o ne se trouve dans aucun des cas d'exclusions prévues aux articles L. 2141-1 à L. 2141-11 du code de la commande publique ;
  - o est en règle au regard des articles L. 5212-1 à L. 5212-11 du code du travail concernant l'emploi des travailleurs handicapés ;
- Déclaration concernant le chiffre d'affaires global réalisé au cours des trois derniers exercices disponibles en indiquant la part relative à des prestations similaires à l'objet du marché.

3/ Les renseignements liés aux capacités professionnelles et techniques de l'entreprise :

- Une présentation globale de la structure et de l'équipe missionnée pour le projet (compétences, projets réalisés, certifications éventuelles et détail de l'expérience professionnelle de la personne référente du suivi de projet qui serait missionnée
- Des exemples de réalisations et liste des principaux services ou références de prestations de nature ou d'envergure équivalentes réalisés au cours des trois dernières années en indiquant : le montant, la date, le destinataire public ou privé, les principales fonctionnalités développées, notamment en lien avec les attentes exprimées pour le projet, le lien de consultation (si consultable en ligne)
- Une recommandation stratégique et technique intégrant des propositions en matière d'orientations créatives (principalement rédigé. Tableau d'inspirations ou maquette facultative )
- Une proposition méthodologique de travail adaptée aux délais

4/ les renseignements liés au prix :

- Un devis détaillé

➤ **À préciser** : votre disponibilité pour un rendez-vous de lancement de projet le 19/11/2021

## 9/ CRITÈRES D'ÉVALUATION DES OFFRES

L'ARB évaluera les offres reçues et départagera les candidats selon les critères ci-dessous.

- la qualité de la recommandation stratégique et technique : 50%
- la méthodologie de travail : 30%
- le prix : 20%

Les dossiers incomplets ne seront pas étudiés.

## 10/ CONTACT

**Pauline d'Armancourt**

Chargée de mission

Mobilisation citoyenne et communication



Ligne directe : 02 38 53 53 60

Mobile : 07 71 91 12 24

3 rue de la Lionne – 45000 ORLÉANS

02 38 53 53 57

[www.biodiversite-centrevalde Loire.fr](http://www.biodiversite-centrevalde Loire.fr)

[Page Facebook](#) | [Page LinkedIn](#)