



Cahier des charges

DEFINITION D'UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION POUR LA SAISON ESTIVALE 2021 DANS LE PARC NATIONAL DES PYRENEES

Article 1 - Contexte

La crise sanitaire due au Covid-19, la restriction des déplacements internationaux et de nombreuses campagnes de communication ont incité les français à partir en vacances sur le territoire national pendant l'été 2020.

Les gestionnaires d'espaces naturels protégés ont pu constater une fréquentation touristique plus importante qu'en période estivale habituelle.

Elle a été le fait de visiteurs moins habitués à passer des vacances auprès de la nature. Divers types de comportements ont été remarqués, avec parfois des problèmes de conflits d'usages et de respect des réglementations en place.

Cette population « *primo fréquentant* » dans les espaces protégés, dont une partie a vocation à se fidéliser, semble moins connaître les bons comportements et d'une manière générale est moins sensible à la préservation de la nature.

Les sites d'accueil naturels dans leur ensemble ont fait l'objet de flux importants de véhicules individuels, engendrant des problématiques de sur-fréquentation avec des fermetures de routes d'accès, très tôt dans la journée ou des encombrements à l'arrivée. L'ensemble a créé des déséquilibres en termes de fonctionnement et d'accueil.

Les retours (*doléances, plaintes*) quant à cette sur fréquentation restent limités. Néanmoins les usagers locaux (*bergers, habitants, élus*) ont témoigné de leur surprise d'un tel afflux de visiteurs et des comportements associés.

Les gestionnaires de sites se posent des questions quant à l'organisation de ces fréquentations et aux différents moyens à mettre en œuvre, pour ne pas altérer ces espaces et en ternir l'image.

Sur les sites d'accueil et sur les aires de stationnement, une forte pression automobile (*parkings saturés, routes fermées, stationnement le long des routes, véhicules bloqués nécessitant des interventions, embouteillages au niveau des cols, bords de lacs occupés, nombreux vans et camping-cars*) a été observée.

Une fréquentation exceptionnelle a été observée sur les sentiers de randonnées engendrant des pressions anthropiques fortes sur les sentiers, au bord des lacs.

Le camping « *sauvage* » s'est fortement développé sur :

- des parcelles privées à proximité des habitations,
- à proximité des stationnements des sites d'accueil,
- à proximité des sentiers,
- près des stationnements en zone cœur du Parc national, zone réglementée.

Ce camping « *sauvage* » a pu se transformer en camping permanent, avec des tables et des chaises, des fils à linge, etc. On y retrouvait une ambiance festive avec de la musique et de la lumière.

Les feux se sont multipliés. De nombreux foyers, coupe de bois, y compris en zones interdites ont été relevés.

Le bivouac s'est très fortement développé en montagne, à proximité des refuges, au niveau des aires de bivouac alors qu'il est interdit en cœur de Parc national des Pyrénées.

La baignade dans les lacs de montagne et les gaves a été très pratiquée. Les visiteurs s'installaient avec leurs équipement (*parasol, serviettes, glacières, ...*). Ils passaient la journée à bronzer et à se baigner. Le comportement de bord de mer a ainsi été reproduit.

Sur les zones d'estives, les visiteurs ont adopté de nombreux comportements inappropriés (*chiens non tenus en laisse, approche du bétail, des chiens de protection, zones de pacage occupées par les véhicules*).

Cette importante fréquentation a engendré la multiplication des déchets. De très nombreux cairns de pierre ont été construits dans les cours d'eau, le long des sentiers, déchaussant les galets et pierre sur les sentiers.

De très nombreux visiteurs ont randonné accompagnés de leur chien en zone cœur du Parc national et sur les estives.

Le drone, outil désormais accessible, a été utilisé par de nombreux visiteurs pour capter des images. Cette pratique est interdite dans le cœur du Parc national et réglementée dans de nombreux endroits.

La pratique de la cueillette, interdite dans le cœur du Parc national, a aussi été relevé à de multiples moments.

Les nouveaux visiteurs ne connaissant pas la pratique de la montagne ont randonné avec peu d'équipement et de pratique. Les secours en montagne ont dû intervenir plus fréquemment. On observe une augmentation d'un quart des interventions des secours en montagne pendant l'été (*CRS Gavarnie et Gendarmerie de Haute Montagne*).

Ce constat est largement partagé par les équipes du Parc national, les élus locaux, les acteurs institutionnels et par les professionnels du tourisme.

Les habitants et visiteurs habituels ont aussi déploré cette fréquentation importante et les nuisances qu'elle engendre. Certains locaux ne se sont pas rendus en montagne du fait de l'affluence nouvelle et estivale.

De leur côté, les professionnels du tourisme n'ont pas eu de plaintes particulières de la part des visiteurs sur les conditions de visite et de pratique de la montagne. Il ne semble pas que les visiteurs aient mal vécu leur séjour ou subi des nuisances.

Au regard de ce constat, le Parc national et l'ensemble des acteurs du territoire s'accordent sur la possibilité qu'une fréquentation de même type se renouvelle durant l'été 2021 et que des visiteurs néophytes fréquentent de nouveau la montagne et les espaces protégés.

Afin d'anticiper cette nouvelle saison, il a semblé important au Parc national des Pyrénées, tout comme aux acteurs locaux, de s'accorder et de communiquer conjointement sur les bonnes pratiques à adopter afin de minimiser les comportements non adaptés.

Le Parc national des Pyrénées sera maître d'ouvrage de cette campagne de sensibilisation.

Un comité de pilotage regroupant les comités départementaux du tourisme, les offices de tourisme, les services de l'Etat et les conseils départementaux suivra le travail du prestataire et validera les différentes étapes du projet

Article 2 - Description technique de la mission :

La mission a pour but de définir une campagne de sensibilisation pour la saison estivale 2021.

2.1 - Les objectifs de la campagne de sensibilisation

Une large campagne de sensibilisation serait lancée afin de toucher les futurs visiteurs et d'expliquer les contraintes du milieu dans lequel ils vont évoluer.

L'information sera communiquée très en amont c'est-à-dire dès que les visiteurs cherchent leur destination, leurs hébergements et des informations sur le territoire. Elle sera aussi déclinée lors des réservations. Enfin, elle leur sera adressée lors de leur arrivée sur le territoire et lors de leurs visites.

Cette campagne de sensibilisation se déclinera en deux temps : la sensibilisation dans la préparation du séjour et sur site.

Le message introductif pourrait être une invitation à protéger la biodiversité du territoire et du Parc national des Pyrénées en particulier, à être acteur durant son séjour de cette préservation. Le visiteur aide à protéger cette nature exceptionnelle, considérée comme un bien commun.

Un deuxième message serait un code de bonne conduite dans la découverte du territoire.

Pour chaque thème, une explication simple et synthétique serait à produire sur les conséquences (*négatives*) ou les effets (*positifs*), selon la formulation, sur les espèces, les paysages et les milieux.

L'objectif est de transmettre des éléments de compréhension sur les conséquences d'un comportement hasardeux, inadapté, sur les effets positifs d'une « *bonne conduite* ».

Il s'agit d'être sur une communication plutôt positive, de ne pas culpabiliser le visiteur, qu'il comprenne et trouve un sens à l'adoption de tel ou tel comportement.

Un dernier niveau de message peut aborder le volet positif de la découverte de notre territoire autour de la contemplation, de la discrétion, du ressourcement, de l'émerveillement, de l'émotion, ...

Les thématiques abordées pourraient être les suivantes : circulation, stationnement, camping sauvage, feu, comportement avec les troupeaux, comportement avec la faune sauvage, randonnées en montagne et sécurité, baignade, déchets, chiens, drones, déchets, fêtes, ...

L'objectif est que l'ensemble des acteurs touristiques se saisisse de cette campagne de sensibilisation et que chacun l'intègre à son niveau dans ses propres outils de communication et démultiplie la sensibilisation auprès de ses clients et des visiteurs.

Le prestataire aura pour mission de donner un cadre global à la campagne de sensibilisation au regard de ces objectifs.

2.2 - Les messages de la campagne de sensibilisation

La campagne de sensibilisation pourra être déclinée au travers divers messages.

Les messages reprendront les comportements à adopter en matière de :

- circulation,
- stationnement,
- camping sauvage,
- feu,
- comportement avec les troupeaux,
- comportement vis-à-vis de la faune sauvage
- randonnée en montagne et sécurité,
- baignade,
- déchets,
- chiens,
- drones
- fêtes
- gestion des alertes vers les secours,
- ...

Le prestataire aura pour mission de définir les messages à l'attention des visiteurs.

2.3 - Les supports de la campagne de sensibilisation

La campagne de sensibilisation sera déclinée au travers de divers supports.

Ils seront numériques et libres de droit afin que les professionnels du tourisme puissent les intégrer dans leurs propres supports de communication.

Le prestataire aura en charge à partir des messages prédéfinis de concevoir des supports de communication.

Le prestataire concevra :

- un spot sonore pouvant être repris par les radios partenaires de la campagne,
- un clip vidéo reprenant le bon comportement à adopter en montagne – il a vocation à être diffusé sur les réseaux sociaux
- des créations graphiques avec les messages pouvant tout à la fois être insérées dans la presse quotidienne régionale, les journaux municipaux ou inter communaux,, sur les sites internet et sur les réseaux sociaux
- des affiches pouvant être apposées dans les maisons du Parc national, dans les offices de tourisme, dans les hébergements

Article 3 - Livrables

Le prestataire fournira conformément à l'article 2 :

- un spot sonore,
- un clip vidéo reprenant le bon comportement à adopter en montagne,
- les fichiers numériques en haute et basse définitions des créations graphiques,
- les fichiers numériques en haute et basse définitions des affiches.

Article 4 - Proposition financière

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

- définition du cadre global de la campagne de sensibilisation,
- définition des messages,
- création des supports de communication,
- création des fichiers numériques des différents supports de communication.

La mission ne comprend pas :

- l'achat d'espaces presse quotidienne régionale / radio,
- l'impression des affiches.

Les éventuelles musiques utilisées seront libres de droit et les participants aux images vidéo ou sur support libres de droit d'image.

Article 5 - Délais d'exécution

La campagne de sensibilisation sera lancée en juin 2021. Le prestataire remettra au Parc national des Pyrénées les supports pour le vendredi 28 mai 2021 à 12 heures.

Article 6 - 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

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

Article 7 - Conditions de remise 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.

Les propositions sont formulées obligatoirement par écrit, **avant le mercredi 21 avril 2021 à 17 heures.**

Article 8 - Présentation de l'offre

Les propositions doivent obligatoirement comporter :

1. une présentation de l'entreprise prestataire
2. une note technique et méthodologique démontrant une bonne compréhension de la demande et précisant la façon dont le prestataire entend décliner son intervention
3. un devis
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 9 - 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 % : valeur économique de l'offre.

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 10 - 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 23 mars 2021