

Cahier des charges



Objet de la consultation

**Création d'outils de communication et mise en page
d'études à destination des Projets Alimentaires Territoriaux**



Table des matières

Article 1 : Dispositions générales.....	4
1.1. Objet du marché	4
1.2 Commanditaires.....	4
1.3. Mode de passation.....	4
1.4. Allotissement	4
1.5. Forme du marché.....	4
1.6. Durée et calendrier	4
1.7 Pièces contractuelles	4
1.8 Présentation des offres.....	5
1.9 Analyse des offres.....	5
1.10 Critères de sélection	5
Article 2 : Présentation de la plateforme France PAT et de ses services.....	6
Article 3 : Contexte et enjeux	7
Contexte.....	7
Enjeux.....	8
Article 4 : Cibles, objectifs et ton	8
Cibles.....	8
Objectifs	8
Ton	9
Article 5 – Description des prestations	9
Bloc 1 – Appui à la création d’un « kit communication » à destination des chargés de mission PAT	9
Bloc 2 - Mise en page de livrables.....	11
Article 6 – Calendrier de réalisation	11
Article 7 – Pilotage des prestations	11
7.1 Réunions de cadrage et suivi	11
7.2 Les partenaires à impliquer.....	Erreur ! Signet non défini.
Article 8 – Droit et gestion des données.....	12
Article 9 – Modalités de règlement	12
Article 10 – Constatation de l’exécution des prestations	12
10.1 Opérations de vérification	12
10.2 Admission, ajournement, réfaction et rejet	12
Article 11 – Pénalités	12
11.1 Pénalités pour retard	13

11.2 Autres pénalités	13
Article 12 – Exécution aux frais et risques	13
Article 13 – Résiliation	13
Article 14 – Non validité partielle	14
Article 15 – Loi applicable – Litiges	14

Date limite de soumission des candidatures : **mardi 22 avril 2025**

Adresse d’envoi des candidatures : florent.lardic@terresenvilles.org

Renseignements complémentaires :

Florent Yann Lardic (Terres en villes) 06 70 32 50 92 florent.lardic@terresenvilles.org /

Léna PEUVERGNE (Chambres d’agriculture France) lana.peuvergne@chambagri.fr

Article 1 : Dispositions générales

1.1. Objet du marché

Le présent cahier des charges s'inscrit dans le cadre du projet intitulé « Animation du réseau national des projets alimentaires territoriaux », co-financé par le Réseau Rural National (RRN – DGPE), l'Union européenne, la DGAL (ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire) et l'ADEME, co-animé par Terres en Villes (chef de file) et Chambres d'agriculture France (co-pilote).

Dans le cadre de ce programme de travail Terres en Villes et Chambres d'agriculture France prévoient la création d'outils de communication qu'ils souhaitent mettre à disposition du réseau national des projets alimentaires territoriaux, ci-après dénommé « France PAT » et mettre en page des études qu'ils produisent.

Ce marché a pour but de choisir un opérateur qui accompagnera Terres en Villes et Chambres d'agriculture France et leurs financeurs dans ces objectifs.

1.2 Commanditaires

Ce marché est passé par Terres en villes, chef de file des travaux relatifs au Réseau national des projets alimentaires territoriaux en co-pilotage avec Chambres d'agriculture France.

1.3. Mode de passation

Le marché répond aux conditions de l'article R. 2122-8 du code de la commande publique.

1.4. Allotissement

L'objet du marché ne permettant pas l'identification de prestations distinctes, il n'est pas divisé en lots.

1.5. Forme du marché

Il s'agit d'un marché ordinaire à prix forfaitaire.

1.6. Durée et calendrier

- Date de publicité de l'offre : mercredi 9 avril 2025.
- Date limite de dépôt des offres : mardi 22 avril 2025.
- Désignation du prestataire : lundi 28 avril 2025.
- Démarrage de la mission : mardi 29 avril 2025.
- Fin de la mission : lundi 30 juin 2025.

Le marché est exécutoire à compter de sa notification au titulaire et restera en vigueur jusqu'à l'achèvement totale des prestations. Il n'est pas renouvelable.

1.7 Pièces contractuelles

Elles prévalent dans l'ordre ci-après Par dérogation au point 1 de l'article 4 du CCAG-PI, en cas de contradiction entre les stipulations des pièces contractuelles du marché :

- L'acte d'engagement et ses éventuelles annexes dans la version résultant des dernières modifications éventuelles,
- Le cahier des clauses administratives générales (CCAG) applicable aux marchés publics de prestations intellectuelles (Arrêté du 30 mars 2021 portant approbation du cahier des clauses administratives générales des marchés publics de prestations intellectuelles),
- L'offre technique et financière du titulaire dans sa version finale résultant des dernières modifications éventuelles.

1.8 Présentation des offres

Les pièces à fournir au titre de la candidature sont les suivantes :

- Une proposition technique détaillée comprenant une liste des prestations similaires déjà réalisées et la description des moyens humains mis à disposition
- Une proposition financière détaillée
- Un acte d'engagement

1.9 Analyse des offres

Les offres reçues seront analysées par bloc, réparti de la manière suivante :

Bloc 1 : appui à la création d'un kit de communication à destination des PAT

Bloc 2 : mise en page d'études

Les références significatives dans les domaines concernés par le marché ainsi que la politique RSE sont des critères quant à eux évalués de manière globale.

1.10 Critères de sélection

Le détail des critères d'analyse des offres et leur pondération est décrite dans le tableau ci-dessous.

Critères d'analyse des offres	Pondération
Prix de l'offre proposée	50%
Nature et qualité des compétences en stratégie de communication et graphisme	35%
Références significatives dans les domaines concernés par le marché	10%
Politique RSE	5%
TOTAL	100%

Légende :

Critère analysé par bloc

Critère analysé de manière globale

Article 2 : Présentation de la plateforme France PAT et de ses services

La plateforme France PAT vise à mettre en réseau tous les acteurs parties prenantes des PAT. Issu de la Loi d'avenir de 2014, le PAT¹ est un dispositif ayant pour ambition de fédérer les différents acteurs d'un territoire pour faire face aux enjeux de transition agricole, alimentaire et environnementale. Quelques années plus tard, la Loi Climat et Résilience promulguée en 2021, introduit la création d'un réseau national des PAT.

Trois grandes missions affectées au réseau national des PAT ont ainsi été inscrites dans le Code Rural et de la Pêche Maritime :

- Suivre le déploiement des PAT au sein du territoire national
- Diffuser les bonnes pratiques et les retours d'expériences au plus proche du terrain
- Construire des outils méthodologiques opérationnels

Les travaux menés par le réseau sont co-financés par le Réseau Rural National (RRN-DGPE), l'Union européenne, la DGAL (ministère de l'Agriculture et de la souveraineté alimentaire) et l'ADEME. Les travaux sont exécutés par Terres en Villes et Chambres d'agriculture France (co-pilote) par le biais de subventions.

Chef de file : Terres en Villes est une association de Loi 1901 reconnue d'utilité publique, est le réseau français des acteurs locaux des politiques agricoles et alimentaires d'agglomérations et de métropoles. Le réseau compte 27 agglomérations représentées conjointement par l'intercommunalité et la chambre départementale d'agriculture. Il poursuit quatre missions :

- Echanger les bonnes pratiques entre les membres
- Expérimenter dans les territoires
- Accompagner les membres dans leurs politiques locales
- Contribuer au débat national sur la ville, l'agriculture et l'alimentation

Co-pilote : Chambres d'agriculture France

Les Chambres d'agriculture représentent 102 établissements, répartis sur l'ensemble du territoire :

- 88 Chambres départementales et interdépartementales d'agriculture en métropole
- Dont 5 Chambres d'agriculture en Outre-Mer,
- 13 Chambres régionales d'agriculture,
- 1 structure nationale, Chambres d'agriculture France (dénommée CDA France),

Les Chambres d'agriculture ont un statut d'établissement public piloté par des élus professionnels représentant les principaux acteurs du secteur agricole, rural et forestier. Les

¹ La définition des PAT, Projets Alimentaires Territoriaux, est celle de tout projet répondant aux objectifs définis à l'article L111-2-2 du code rural et de la pêche maritime et de l'instruction du ministère en charge de l'agriculture et de l'alimentation DGAL/SDPAL/2020-758 du 9 décembre 2020, permettant la reconnaissance officielle du PAT.

Chambres d'agriculture, présentes sur l'ensemble du territoire français au niveau départemental, régional, national et en Outre-mer, interviennent « sur le terrain » auprès des agriculteurs, des salariés agricoles, des forestiers et des collectivités pour toutes les questions d'intérêt agricole. Elles sont notamment chargées de :

- Appuyer et conseiller les entreprises agricoles
- Mobiliser la recherche et transférer les pratiques innovantes
- Accompagner le développement des projets de territoire
- Être porte-parole de l'agriculture et interlocuteur des pouvoirs publics.

Chambres d'agriculture France est l'interlocuteur du réseau consulaire auprès des pouvoirs publics français et européens des instances internationales ainsi que des partenaires publics ou privés. Il exerce une mission d'animation, d'appui et de conseil auprès des Chambres dans leurs domaines d'intervention.

Ses missions consistent à :

- Apporter aux chambres départementales et régionales l'appui nécessaire à leur fonctionnement et à leurs actions dans les domaines technique, juridique, économique et financier.
- Contribuer, notamment par ses avis, à la définition des orientations et des conditions de mise en œuvre des politiques agricoles, du développement rural et de l'environnement décidées par l'Etat et l'Union européenne ainsi que dans le cadre international.

Article 3 : Contexte et enjeux

Contexte

Issus de la Loi d'avenir, de l'agriculture, l'alimentation et la forêt de 2014, le PAT est un dispositif qui a l'ambition de fédérer les différents acteurs d'un territoire pour faire face aux enjeux de transition agricole, alimentaire et environnementale.

En 2021, la Loi Climat et Résilience a introduit la création d'un réseau national des PAT. Trois grandes missions affectées à ce futur réseau ont ainsi été inscrites dans le Code Rural et de la Pêche Maritime :

- Suivre le déploiement des PAT au sein du territoire national
- Diffuser les bonnes pratiques et les retours d'expériences au plus proche du terrain
- Construire des outils méthodologiques opérationnels

C'est sur ces trois grandes missions que le portail France PAT prend appui pour proposer son contenu. Le portail France PAT poursuit l'objectif de guider, appuyer et outiller les acteurs qui travaillent sur le dispositif PAT. Il se veut représentatif des acteurs et des territoires en rendant visibles les démarches dans leur diversité.

Enjeux

La communication des Projets Alimentaires Territoriaux (PAT) est un enjeu majeur, mais elle est souvent prise en charge par un chargé de mission dont ce n'est pas la formation initiale et qui dispose de moyens financiers limités, voire inexistants.

Or, une communication efficace est essentielle à la réussite d'un PAT, dont l'objectif est de rassembler les acteurs d'un territoire autour d'un projet commun. Pourtant, elle est fréquemment reléguée au second plan, alors qu'elle constitue un levier indispensable pour faciliter la médiation et mobiliser les parties prenantes.

À l'échelle nationale, le dispositif reste peu connu du grand public, et une certaine difficulté à percevoir des réalisations concrètes entrave sa visibilité et son appropriation.

Article 4 : Cibles, objectifs et ton

Cibles

Les PAT s'adressent à plusieurs cibles :

- Les élus des structures porteur.se.s de PAT. La grande majorité des PAT sont portés par des collectivités (en premier lieu des communautés de communes, intercommunalités, départements, communes, etc.)
- Associations représentatives de la société civile : Réseau cocagne, WWF France, Mouvement ATD Quart Monde, Fédération Française des Banques Alimentaires, Fédération Terre de Liens, Union nationale des CPIE, FNAB, CNCDD...
- Grand public
- Acteurs économiques : Grandes et Moyennes Surfaces, industries agroalimentaires, chambres consulaires, commerçants (de détails et spécialisés), artisans
- Producteurs agricoles et leurs représentants : réseau CIVAM, syndicats agricoles, ...
- Ministères et agences de l'Etat : DRAAF (directions régionales du ministère), ARS (agence régionale de santé), ADEME, et DREETS (Direction régionale de l'économie, de l'emploi, du travail et des solidarités), Ministères en charges de l'agriculture et de l'alimentation, ministère de la santé et de la prévention, ministère des Solidarités et des Familles, Ministère en charge de l'environnement.

Objectifs

L'objectif principal recherché par ce marché est l'appui à la création d'un kit de communication à destination des chargés de mission PAT.

Le second objectif, est la mise en page d'études appelées « Focus ». 2 études de ce type ont déjà été publiées sur notre plateforme. **Pour en savoir plus :**

- [Découvrez un 2e Focus "PAT et Acteurs de la distribution" - France PAT](#)
- [Découvrez le focus France PAT "PAT et Bio" - France PAT](#)

Ton

L'enjeu varie selon la cible (voir liste ci-dessus). Globalement un PAT alterne entre un ton institutionnel et un ton plus pédagogique voir ludique quand il s'agit du grand public.

Article 5 – Description des prestations

Bloc 1 – Appui à la création d'un « kit communication » à destination des chargés de mission PAT

Dans le cadre du développement des PAT il a été constaté que les chargés de mission PAT disposent de peu de moyens financiers, de compétences limitées et de peu de temps pour mettre en œuvre des actions de communication efficaces. Afin de pallier ces difficultés, les co-pilotes souhaitent développer un kit de communication qui sera mis à leur disposition sous format PowerPoint (prévoir entre 50 et 60 diapositives).

Ce kit comprendra une première partie méthodologique (dont le contenu sera rédigé par un autre prestataire) et une seconde partie opérationnelle comprenant des outils pratiques. L'objectif de cet appel d'offres est de sélectionner un prestataire en charge de la structuration et de la mise en page du kit, ainsi que de la réalisation de la partie opérationnelle.

1. Partie méthodologique

Cette partie comprendra :

- Les enjeux de la communication pour un PAT ;
- Les règles en matière de communication
- Les éléments méthodologiques pour construire une stratégie de communication (identification des cibles, choix des canaux de communication, trame de planning à compléter soit même)

Pour rappel, le titulaire ne sera pas chargé de rédiger cette partie, mais il devra l'intégrer et la mettre en forme dans le kit final.

Prestation attendue : mise en page d'un kit de 25 à 30 diapositives

2. Partie opérationnelle

Cette partie sera composée de trois sections principales (prévoir 25 à 30 diapositives) :

2.1 Benchmark des initiatives de communication des PAT

Le titulaire devra identifier et analyser au minimum cinq initiatives de communication mises en place par des PAT, incluant :

- Deux PAT en milieu rural ;
- Un PAT en territoire ultra-marin (dans la mesure du possible)

Les résultats de ce benchmark seront synthétisés dans le kit, avec une présentation des principaux enseignements et bonnes pratiques afin d’inspirer d’autres PAT.

Prestation attendue : environ 10 diapositives (2 diapositives par PAT)

2.2. Rédaction d’éléments de langage

Le titulaire devra proposer des messages clés et des accroches pour valoriser et promouvoir le dispositif PAT. Ces éléments de langage seront adaptés à deux publics distincts :

- Les élus locaux : faciliter l’appropriation et l’incarnation du dispositif PAT au sein des collectivités.
- Le grand public : expliquer simplement l’intérêt et les bénéfices du dispositif sur le territoire.

Prestation attendue : environ 8 diapositives (4 diapositives pour chaque cible)

2.3 Guide d’utilisation des outils de communication

Le titulaire devra proposer des recommandations et des modèles pour utiliser efficacement plusieurs outils de communication identifiés par un panel de chargés de mission PAT.

Les outils concernés sont :

1. Création de contenu vidéo
2. Publication sur Panneau Pocket
3. Création de contenu sur les réseaux sociaux (LinkedIn et Facebook) : le prestataire devra proposer entre 3 et 5 modèles adaptés ;
4. Rédaction et diffusion d’une newsletter.

Prestation attendue : 8 diapositives au total (2 diapositives par outil), comprenant une trame de départ et un renvoi vers des ressources en libre accès (URL ou applications pertinentes) pour expliciter comment réaliser le contenu

Les outils mentionnés ci-dessus sont indicatifs et pourront être ajustés en fonction des recommandations du titulaire, en respectant le budget convenu.

Méthode

Les besoins des PAT ont été identifiés grâce à un panel d’une dizaine de chargés de mission PAT, ayant permis de cerner les attentes spécifiques en matière de communication.

Avant la finalisation du kit, le titulaire devra participer à une réunion où ce panel sera de nouveau consulté. Lors de cette réunion, les chargés de mission PAT réagiront aux propositions d'outils et au contenu général du kit. Le titulaire devra ensuite prendre en compte leurs retours et ajuster son livrable final en conséquence.

Enfin le kit sera relu par les co-pilotes ainsi que leurs financeurs.

Prestation attendue : un kit de communication intégrant les 4 parties, deux allers-retours de relecture (un pour les co-pilotes, un pour les financeurs).

Bloc 2 - Mise en page de livrables

En parallèle de la création de ces supports, le titulaire devra réaliser la mise en page de deux études (10 à 15 pages) en conservant le même format que pour les deux premières études réalisées.

Le nombre de livrables et de pages sont des ordres de grandeur. Ils sont là à titre indicatif pour aider le titulaire à chiffrer sa prestation mais pourront être amené à évoluer légèrement.

Le cas échéant, la prestation peut inclure de l'achat d'art sur proposition du titulaire via un devis à valider.

Article 6 – Calendrier de réalisation

Mai :

- Réunion de travail pour que les co-pilotes puissent réexpliquer leurs attentes vis-à-vis du kit de communication
- Echange avec l'autre prestataire en charge de la première partie méthodologie pour l'intégration et la mise en page de ces éléments dans le kit de communication
- Réalisation du kit de communication par le titulaire
- Mise en page du 1^e focus

Juin :

- Réunion de présentation du kit de communication au panel de PAT sélectionnés
- Prise en compte des retours formulés à la réunion de travail
- Restitution du livrable final
- Mise en page du 2nd focus

Article 7 – Pilotage des prestations

7.1 Réunions de cadrage et suivi

Dès la notification du marché, Terres en villes et Chambres d'agriculture France se réservent la possibilité d'organiser une réunion de cadrage avec le titulaire marquant le début de la collaboration et permettant, notamment, d'entériner les modalités d'exécution des

prestations, y compris leur planning de réalisation, ainsi que les livrables associés détaillés dans l'offre.

Bien que ce marché soit lancé par Terres en villes, chef de fil du projet du réseau national des PAT, le suivi du titulaire sera assuré par un collaborateur de Chambres d'agriculture France.

Article 8 – Droit et gestion des données

Terres en villes, Chambres d'agriculture France, le MASA et l'ADEME sont titulaires de l'ensemble des livrables produits dans le cadre de ce marché.

Article 9 – Modalités de règlement

Terres en villes effectuera le paiement de la manière suivante : 30% au démarrage de la mission, le solde à l'issue de la mission.

Article 10 – Constatation de l'exécution des prestations

10.1 Opérations de vérification

Les points 3 et 5 de l'article 28 du CCAG-PI ne trouvent pas à s'appliquer.

A chaque étape du planning de réalisation prévoyant la remise de livrables, le titulaire notifie à Terres en villes et Chambres d'agriculture France que les prestations sont livrées et prêtes à être vérifiées.

10.2 Admission, ajournement, réfaction et rejet

Il est fait application des dispositions du CCAG-PI.

Par dérogation au point 2.1 de l'article 29 du CCAG-PI, le titulaire doit faire connaître son acceptation dans un délai de 5 jours, à compter de la notification de la décision d'ajournement.

Article 11 – Pénalités

Conformément au point 1.3 de l'article 14 du CCAG, le titulaire est exonéré des pénalités, quelle que soit le manquement qu'elles sanctionnent, dont le montant total ne dépasse pas 1 000 €HT.

Les pénalités et les refactions sont cumulables et sont dues dès le premier euro. Les pénalités restent dues en cas de résiliation du marché.

11.1 Pénalités pour retard

Par dérogation à l'article au point 1.1 de l'article 14 du CCAG-PI, la formule de calcul des pénalités en cas de retard dans l'exécution des prestations est la suivante :

$$P = V * R / 100$$

Où

P = le montant de la pénalité

V = la valeur des prestations sur laquelle est calculée la pénalité, cette valeur étant égale au montant en prix de base, hors variations de prix et hors du champ d'application de la TVA, de la partie des prestations en retard, ou de l'ensemble des prestations si le retard d'exécution d'une partie rend l'ensemble inutilisable ;

R = le nombre de jours de retard.

11.2 Autres pénalités

En cas de tout manquement aux obligations prévues dans les pièces contractuelles, la pouvoir adjudicateur se réserve le droit, sans mise en demeure préalable, d'appliquer une pénalité de 150 € par jour et par manquement. Les pénalités seront directement imputées sur les sommes dues au titre de prestations déjà effectuées si elles n'ont pas été payées ou sur les sommes dues au titre des prestations à venir jusqu'à apurement du solde, sans condition de montant.

Tout manquement aux prestations du marché fera l'objet d'un constat notifié par écrit.

Article 12 – Exécution aux frais et risques

Il est fait application des dispositions de l'article 27 du CCAG-PI.

La conclusion d'un marché de substitution n'est pas conditionnée par la résiliation pour faute du marché aux torts exclusifs du titulaire, de même qu'elle ne l'exclut pas.

Article 13 – Résiliation

En complément de l'article 39 du CCAG-PI, en cas de manquement du titulaire à tout ou partie de ses obligations contractuelles, le pouvoir adjudicateur se réserve la possibilité de résilier sans indemnité le présent marché, aux torts exclusifs du titulaire.

Par dérogation à l'article 40 du CCAG-PI, le pouvoir adjudicateur pourra mettre fin, à tout moment, à l'exécution des prestations pour un motif d'intérêt général sans que cette décision n'ouvre droit à une quelconque indemnité au profit du titulaire.

La résiliation prend effet à la date fixée dans la décision de résiliation ou, à défaut, à la date de sa notification.

Article 14 – Non validité partielle

Si l'une quelconque des stipulations du présent marché s'avérait nulle au regard d'une règle de droit en vigueur ou d'une décision judiciaire devenue définitive, elle serait alors réputée non écrite mais les autres stipulations garderont leur force et leur portée sauf si elles présentaient un caractère indissociable avec la disposition annulée.

Article 15 – Loi applicable – Litiges

Le présent marché est soumis à la loi française.

En cas de litiges, le tribunal administratif compétent sera celui du lieu du siège du Pouvoir adjudicateur.