

Café TMNlab : (Re)penser son écosystème de communication digitale - bonnes pratiques pour rédiger son cahier des charges

Posted on 8 décembre 2023 by Clément Coustenoble

Pour où commencer quand on veut repenser l'identité de son lieu ? Redéfinir sa stratégie de communication dans une époque numérique ? Comment articuler et prioriser ces différentes transformations ?

Dans la communauté, ces questionnements ont été soulevés récemment par le Théâtre National de Strasbourg et ont rencontré un fort écho, notamment à l'endroit d'un **enjeu méthodologique clé : la rédaction du cahier des charges, l'expression des besoins dans un cadre de diagnostic précis et situé.**

- Comment bien rédiger un appel d'offre ?
- Quels sont les coûts/demandes pratiquées par les agences ?
- Retours d'expériences et bonnes pratiques

Restitution audio

Retours d'expérience

Camille Gillet [00:05:39], responsable des publications imprimées et numériques au **Festival d'Avignon**, témoigne de l'appel à projet concernant l'identité graphique principalement print lancé en octobre 2022 à l'occasion du changement de direction (la refonte technique du site date de 2020). Cet AAP n'intégrait pas la refonte du logo, ni la création du visuel de l'édition 2023. Dans le cadre du dialogue avec l'agence graphique, Camille souligne l'importance de clarifier le périmètre et le degré d'externalisation, critères aussi fondamentaux que l'enveloppe budgétaire.

- budget print (dont la réalisation graphique) : 30 000 EUR
- le budget total, incluant la refonte de la charte, les adaptations numériques et la réalisation des supports imprimés 2023, est détaillé à l'oral
- design : Perméable
- développeur : Octet studio (Nicolas Brignol)
- intégrateur : Silex
- billetterie : Ressources

[Appel à projets Identité graphique du Festival d'Avignon \(oct. 2022\)](#) [Télécharger](#)
[Cahier des charges Web du Festival d'Avignon \(nov. 2019\)](#) [Télécharger](#)

Maxime Robert [00:17:19], Chargé de communication, **Scène nationale Carré-Colonnes**, a travaillé en deux phases ; un appel à projets graphique en 2019/2020 puis sur la saison suivante un appel d'offres pour la refonte du site internet. Le cahier des charges a été conçu à partir d'une phase d'analyse et de travail collaboratif entre les différents services en interne pour documenter les usages et les besoins de la Scène nationale. En lien avec une agence de communication, ils ont également créé des « personas » pour avoir des profils types de leurs publics, de leurs usages numériques et ainsi leur proposer une expérience utilisateur adéquate. Maxime insiste sur l'importance de la validation des maquettes et de l'expérience utilisateur.

- budget : 13 000 € HT
- agences et prestataires retenus pour la 2nd phase ont été indemnisés
- agence développement : DWM (Développement Web et Mobile)
- 6 mois entre le choix du presta et la livraison du site

[cahier des charges identité visuelle Carré-Colonnes \(décembre 2019\)](#) [Télécharger](#)
[cahier des charges refonte site Carré-Colonnes \(novembre 2020\)](#) [Télécharger](#)

Raphaella Saada [00:29:02], Responsable de la communication et du développement numérique et **Camille Brucher**, chargée de communication numérique au **Rond Point**, ont dû concevoir leur changement complet d'identité print et digital dans un calendrier très contraint : contact des agences en novembre 2022, sélection de l'agence en janvier 2023, choix de la charte graphique en mars pour un lancement de saison en juin. Elles précisent qu'elles sont engagées avec la billetterie Rodrigues, il s'agit donc d'un « relooking » du site. Le cahier des charges était donc très précis, basé sur les besoins en communication, mais assez « large », pour aboutir à un devis « à tiroirs » afin de faire les choix adéquats (et budgétaires) avec le prestataire sélectionné.

- agences et prestataires retenus pour la 1ère phase ont été indemnisés
- agence de com' : Belleville
- développeur : DWM (Développement Web et Mobile)
- billetterie : Rodrigues

[cahier des charges du Rond Point \(nov. 2022\)](#) [Télécharger](#)

Guillaume Schmitt [00:34:33], Responsable de la communication et du mécénat au **Manège de Reims**, témoigne du changement d'identité visuelle en 2016. Dans le cadre de la rédaction du cahier des charges, ils ont été accompagnés par Signélazer pour répondre aux problématiques de communication : une lisibilité accrue des lieux du Manège (un théâtre et un cirque). Dans un second temps, la conception du site a été confiée à l'agence web Artishoc qui a établi un cahier des charges fonctionnel et s'est appuyée sur des maquettes graphiques réalisées par signelazer pour développer le front office.

- budget : 2 000 EUR graphisme + 12 000 EUR développement site
- agences et prestataires retenus pour la dernière phase ont été indemnisés
- agence : Signélazer — agence de graphisme print & digital à Bruxelles (conception de la nouvelle identité visuelle)
- développement du site web : Artishoc

- billetterie : Secutix

[cahier des charges du Manège de Reims \(déc. 2015\)](#) [Télécharger](#)

Christine Champneuf [00:51:47], Secrétaire générale **la Faïencerie**, nous partage son expérience avec Praticable. Plutôt que la rédaction d'une arborescence, une période de réflexion « rafraîchissante » de trois/quatre mois ponctuée par les questions posées par la coopérative de design numérique a fait office de cahier des charges.

Avec l'aimable participation de **Jérôme Ramacker** [00:39:11], consultant à l'agence de communication de Média Animation et formateur en communication pour les artistes et les opérateurs culturels. Il est également Webmaster et Community Manager de la Cie Les P'tits Bras.

Ressources

[Guide de la commande de design graphique](#) du CNAP, conçu en collaboration avec l'Alliance française des designers (AFD) et la Direction générale de la création artistique du ministère de la Culture et de la Communication.

[Comment rédiger un appel d'offre en communication ?](#) Un article de **Jérôme Ramacker** publié sur Média Animation.

Notons qu'en ce qui concerne l'**accessibilité** du site internet, le Festival d'Avignon a travaillé avec l'Association d'aide aux personnes déficientes visuelles Valentin Haüy et a intégré le module FACIL'iti, solution permettant d'améliorer l'accessibilité numérique pour les personnes ayant un besoin de confort de navigation différent.

–

Les cafés TMNlab : 1h, 1 sujet, 1 fois par mois.

*Ce rendez-vous en visio est **réservé aux membres à jour de leur adhésion** (à titre individuel ou de leur structure). Nous sommes susceptibles de programmer des cafés supplémentaires en fonction de sujets soulevés par la communauté.*