



PRESTATIONS D'ANIMATION DES RESEAUX SOCIAUX WECHAT ET SINaweibo POUR LE CENTRE POMPIDOU

MARCHE PUBLIC DE SERVICES

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

*Code de la commande publique du 1^{er} avril 2019 issu de l'Ordonnance n° 2018-1074
du 26 novembre 2018 et du Décret n° 2018-1075 du 3 décembre 2018*

26-CP05-016-AC

Ce document comporte 6 pages y compris celle de garde

SOMMAIRE

1. CONTEXTE	3
2. DIRECTIONS CONCERNÉES	3
2-1 DIRECTION DE LA COMMUNICATION ET DU NUMÉRIQUE (DCN).....	3
2-2 DIRECTION DES ÉDITIONS (DE)	3
3. OBJECTIFS ET BESOINS	4
3-1 OBJECTIFS.....	4
3-2 PLATEFORMES	4
4. DESCRIPTION DES PRESTATIONS	4
5. PILOTAGE DE PROJET	5

1. CONTEXTE

Le Centre National d'Art et de Culture Georges Pompidou est l'un des acteurs majeurs de l'art, de la création, de l'innovation et de la formation en Europe.

Dans une perspective stratégique de développement, le Centre Pompidou a choisi d'accompagner des institutions à travers le monde pour créer de nouveaux pôles culturels. Le Centre Pompidou Malaga en Espagne a été inauguré en mars 2015, Kanal – Centre Pompidou en Belgique en mai 2018 et le West Bund x Centre Pompidou à Shanghai à l'automne 2019.

Cette ouverture a impliqué que le Centre Pompidou Paris développe une politique de développement à l'égard des publics sinophones, cela suppose – entre autres – un travail de notoriété et un socle de communication pérenne, adapté aux usages des visiteurs chinois.

Afin de répondre à cet impératif, le Centre Pompidou est présent sur les réseaux sociaux chinois SinaWeibo et WeChat depuis 2018, où il a développé des communautés conséquentes.

En 2025, il initie une véritable métamorphose qui lui permet de rester en mouvement pendant tout le temps de sa rénovation, jusqu'à sa réouverture en 2030. Jusqu'en septembre 2025, une riche programmation a ainsi lieu dans le bâtiment historique, tandis que le programme « Constellation » se déploie à Paris, en France et à l'international.

Pendant la période de fermeture, l'accent sera mis sur une présence ciblée et efficace sur les réseaux sociaux chinois, afin de préserver l'audience existante et de garantir une veille réputationnelle attentive.

2. DIRECTIONS CONCERNÉES

2-1 Direction de la communication et du numérique (DCN)

La direction de la communication et du numérique assume la responsabilité éditoriale du site internet du Centre Pompidou ainsi que la présence de l'établissement sur les réseaux sociaux.

Elle propose et met en œuvre la stratégie de communication et la politique d'image de l'établissement.

À ce titre, elle est garante de l'identité visuelle de l'établissement, organise la promotion de ses manifestations et de ses activités, réalise ou fait réaliser les supports de communication à destination des médias.

La DCN assurera le lien avec l'agence retenue et, à ce titre, représentera les deux autres directions.

2-2 Direction des éditions (DE)

La direction des éditions publie entre 40 et 50 ouvrages par an. Le fonds de catalogue compte plus de 300 titres. Elle lance environ 200 nouveaux produits dérivés par an et gère plus de 900 références : carterie, affiches, papeterie, bijoux, accessoires de décoration etc. Trois à quatre applications numériques sont également publiées par an.

Ces livres et produits sont vendus dans un certain nombre de points de vente physiques (et sur les stores pour les applications) mais également sur la boutique en ligne du Centre Pompidou.

3. OBJECTIFS ET BESOINS

3-1 Objectifs

Objectifs principaux :

- Maintenir la présence du Centre Pompidou et structurer sa visibilité sur les réseaux sociaux chinois pendant la période de fermeture
- Poursuivre une ligne éditoriale claire et une stratégie d'animation basées sur l'engagement, en cohérence avec les usages de Wechat et SinaWeibo
- Assurer une veille réputationnelle de la marque Centre Pompidou

3-2 Plateformes

Réseaux sociaux (la liste ci-dessous est donnée à titre indicatif, elle est susceptible d'évoluer en cours d'exécution du marché) :

- SinaWeibo : <https://weibo.com/p/1006066741874711/>
- WeChat

Et toute nouvelle plateforme sur laquelle le Centre Pompidou jugera nécessaire d'établir une présence.

4. DESCRIPTION DES PRESTATIONS

Le présent accord cadre a pour objet la promotion du Centre Pompidou et de ses activités sur les réseaux sociaux chinois.

4.1 Animer le compte WeChat du Centre Pompidou

Définir une stratégie éditoriale et un positionnement clair :

- Basés sur la définition préalable d'une cible adéquate, ainsi que sur la définition d'indicateurs de performance cohérents
- Fondés sur une recommandation étayée de l'agence sur les bonnes pratiques de la plateforme
- Adaptés aux usages de la plateforme (ton utilisé, formats, etc.)
- Identifiés par une charte graphique et une identité forte, en cohérence avec celle du Centre Pompidou

Animer et valoriser le compte :

- Publications : 1 newsletter par mois (choix du sujet, rédaction, proposition de mise en page, etc.)
- Partage du planning éditorial : le prestataire proposera un mode de fonctionnement de construction du planning éditorial (choix des thématiques, format de validation, mode d'animation, et tonalité validée par le Centre Pompidou)
- Réponse aux messages de la communauté réactive et systématique : le prestataire devra dans ce cadre présenter un process de réponse, précisant les délais de réactivité et d'autonomie les concernant, ainsi que les attendus de la part du Centre Pompidou.

Une attention particulière sera portée d'une part à la qualité rédactionnelle du contenu et surtout à l'expertise du prestataire dans le domaine de l'art moderne et contemporain.

Fournir des rapports détaillés d'audience et de performance :

- Rapports trimestriels à fournir : évolution de l'audience, performance de nos newsletters, reporting data du profil des utilisateurs (provenance, âge, centre d'intérêts) etc.
- Recommandations trimestrielles : sur la base de nos résultats et des dernières tendances de la plateforme.

4.2 Alimenter et animer le compte Sina Weibo du Centre Pompidou

Définir une stratégie éditoriale et un positionnement clair :

- Basés sur la définition préalable d'une cible adéquate, ainsi que sur la définition d'indicateurs de performance cohérents
- Fondés sur une recommandation étayée de l'agence sur les bonnes pratiques de la plateforme
- Adaptés aux usages de la plateforme (ton utilisé, formats, etc..)
- Identifiés par une charte graphique et une identité forte, en cohérence avec celle du Centre Pompidou

Animer et valoriser le compte :

- Publications : rythme de publication à définir par l'agence sur la base d'une recommandation claire (idéalement 4 posts par mois environ)
- Partage du planning éditorial : le prestataire proposera un mode de fonctionnement de construction du planning éditorial (choix des thématiques, format de validation, mode d'animation, et tonalité validée par le Centre Pompidou)
- Réponse aux messages de la communauté réactive et systématique : le prestataire devra dans ce cadre présenter un process de réponse, précisant les délais de réactivité et d'autonomie les concernant, ainsi que les attendus de la part du Centre Pompidou.

Une attention particulière sera portée d'une part à la qualité rédactionnelle du contenu et surtout à l'expertise du prestataire dans le domaine de l'art moderne et contemporain.

Fournir des rapports détaillés d'audience et de performance :

- Rapports trimestriels à fournir : évolution de l'audience, performance de nos newsletters, reporting data du profil des utilisateurs (provenance, âge, centre d'intérêts) etc.
- Recommandations trimestrielles : sur la base de nos résultats et des dernières tendances de la plateforme.

5. Pilotage de projet

Le candidat devra décrire le mode de pilotage du projet

- Les étapes d'analyse
- Les phases de recommandations
- Les phases d'implémentation

Il devra également présenter la manière dont le compte sera piloté, animé, et alimenté :

- Méthodologie proposée
- Réponses aux besoins du Centre Pompidou

- Circuits et process de validation

Équipe :

Le candidat présentera des profils type de l'équipe qui interviendra sur le projet

Références :

Le candidat fera part de ses expériences dans l'industrie culturelle, ainsi qu'avec le public chinois, et enfin de son expertise de développement de communautés sur les réseaux sociaux chinois.