

BIBLIOTHÈQUE PUBLIQUE D'INFORMATION

Centre Pompidou · Paris

Mission de conseil en communication stratégique et institutionnelle

En vue des 50 ans de la Bpi · 2027

Cahier des clauses techniques particulière : Appel à propositions — prestataires externes

Émetteur	Direction générale de la Bpi
Date d'émission	1 ^{er} juillet 2026
Date limite de réponse	30 juillet 2026
Enveloppe indicative	40 000 € HT
Démarrage souhaité	Octobre 2026
Statut	Document confidentiel

Avant-propos

La Bpi est une institution singulière : bibliothèque nationale de lecture publique, logée au Centre Pompidou, ouverte à toutes et tous sans inscription, fréquentée chaque année par plus d'un million de personnes très différentes les unes des autres. Cette singularité est sa force ; c'est aussi ce qui rend son récit difficile à tenir.

Depuis le début de 2026, la Bpi engage simultanément plusieurs chantiers structurants : un nouveau Contrat d'objectifs et de performance, un projet de rénovation architecturale majeure porté par Frida Escobedo. En 2027, elle aura 50 ans. Tout cela crée une opportunité rare pour retravailler ce que la Bpi dit d'elle-même, comment elle le dit, et à qui.

Nous souhaitons être accompagnés dans le diagnostic et dans la reconstruction du récit que la Bpi fait d'elle-même, à l'intention de son public, de ses partenaires et du monde institutionnel. Nous faisons le choix délibéré de nous adresser à des structures agiles habituées à travailler dans la proximité avec leurs commanditaires. Nous n'attendons pas de méthode standard ni de kit de plateforme de marque prêt à l'emploi. Nous attendons une écoute fine, une capacité d'analyse solide, et une vraie curiosité pour ce que nous sommes.

1. Qui sommes-nous ?

Une bibliothèque difficile à raconter

La Bibliothèque publique d'information a été créée en 1977, avec l'ouverture du Centre Pompidou. Pendant près de cinquante ans, elle a incarné une utopie précise : celle d'une bibliothèque vraiment publique, sans carte, sans condition, sans sélection, au cœur de Paris. Aujourd'hui encore, elle est l'une des rares institutions culturelles françaises à accueillir sans tri un public aussi hétérogène : étudiants en révision, personnes en situation de précarité, travailleurs migrants en autoformation, lycéens, chercheurs, touristes de passage.

Cette hétérogénéité est précieuse. Elle est aussi difficile à mettre en récit. La Bpi est à la fois :

- Une bibliothèque nationale par son statut, et une bibliothèque territoriale par ses usages ;
- Un lieu de passage intense (files d'attente devant le Centre Pompidou) et un espace de travail long (des usagers qui restent des journées entières) ;
- Une institution encyclopédique (320 000 documents en accès libre) et un pionnier du numérique (autoformation en 200+ langues, ressources en ligne, plateforme Eurêko) ;
- Un établissement massivement fréquenté par de jeunes adultes en recherche d'espaces pour étudier, qui n'est pas pour autant une BU

Ce que nous cherchons, c'est d'abord quelqu'un capable de comprendre cette complexité et de nous aider à en faire une force narrative plutôt qu'une complication à gérer.

Un moment de transformation

Une nouvelle direction est en place depuis février 2026. Elle engage plusieurs transformations simultanées, qui créent autant d'enjeux pour sa communication :

- Un nouveau Contrat d'objectifs et de performance (COP 2027-2029) en cours d'élaboration avec le ministère de la Culture ;
- Un projet de rénovation architecturale ambitieux (avec les architectes Frida Escobedo et Moreau / Kusunoki), et une relocalisation temporaire pendant les travaux ;
- Une démarche d'expérimentation au long cours, qui interroge les missions et les pratiques de l'établissement, en faisant de la bibliothèque provisoire sur le site Lumière, dans le 12^e arrondissement, un laboratoire de réflexion et de prototypage
- Une réflexion approfondie sur le rôle et le positionnement de l'établissement en matière d'IA, d'EMI, sur les médias et sur les services à distance qu'elle propose.

Dans ce contexte, la communication ne peut pas rester sur ses acquis. Elle doit accompagner la transformation, la rendre lisible pour les tutelles et les partenaires, et préparer un virage d'identité qui soit à la hauteur du projet.

Une opportunité : les 50 ans en 2027

Le cinquantième anniversaire de la Bpi n'est pas une date symbolique comme une autre. C'est une fenêtre stratégique : un moment idéal pour poser des questions fondamentales sur ce qu'on est, sur ce qu'on veut être, et sur la façon dont on veut être vu.

Nous ne cherchons pas à organiser une célébration. Nous voulons que les 50 ans servent de levier pour enclencher un virage durable en matière d'identité et de récit. Ce que nous construisons en 2026 et 2027 doit pouvoir tenir pendant la décennie qui suit.

2. Ce que nous cherchons

Un diagnostic honnête

Nous avons besoin que quelqu'un regarde de façon lucide et outillée ce que la Bpi dit d'elle-même, et comment c'est reçu. Nos supports de communication, notre présence en ligne, nos prises de parole institutionnelles, notre façon de nous adresser au ministère, aux médias, aux partenaires, aux publics. Qu'est-ce qui fonctionne ? Qu'est-ce qui ne dit pas ce que nous voulons dire ? Qu'est-ce qui manque ?

Ce travail suppose des entretiens internes (avec la direction, le service communication, et des représentants des équipes), une analyse des supports existants, et une lecture de la perception externe (presse, réseaux professionnels, retours partenaires). Nous apprécierions également un regard comparatif sur des institutions similaires — en France ou à l'étranger — qui ont réussi un travail de renouvellement de leur récit.

Un récit structuré et partagé

Nous n'avons pas de plateforme de marque. Nous n'avons pas de formulation stabilisée de ce que nous sommes, de ce que nous faisons, de ce qui nous distingue. Nous souffrons de l'absence d'un document de référence commun, que la direction et les équipes de communication puissent utiliser pour guider leurs prises de parole.

Ce que nous attendons n'est pas nécessairement une plateforme de marque au sens publicitaire du terme. C'est un texte de référence, dont la forme est à discuter, qui serait vivant, utilisable, itérable et qui dise : voilà ce que nous sommes, voilà comment nous en parlons, voilà à qui et pourquoi.

Des outils et des messages qui évoluent

Sur la base du diagnostic, nous attendons des recommandations concrètes sur ce qui doit changer dans nos outils et messages. Cela peut concerner le site web, les réseaux sociaux, les éléments de langage institutionnels, la communication avec les tutelles, la stratégie éditoriale de nos médias internes. Nous ne listons pas tout ici à dessein : nous faisons confiance au prestataire pour identifier, dans le diagnostic, ce qui est prioritaire.

Des propositions pour les 50 ans

Nous attendons au moins deux ou trois idées pour utiliser l'anniversaire comme levier de communication. Ces propositions peuvent prendre des formes très diverses : campagne, format participatif, partenariat média, initiative éditoriale, événement, dispositif numérique. Ce qui compte, c'est qu'elles soient en cohérence avec ce que nous voulons dire, réalisables avec nos moyens, et capables de créer un effet d'image durable.

Nous ne voulons pas que les 50 ans ressemblent à un anniversaire. Nous voulons qu'ils ressemblent à un commencement.

3. Comment nous souhaitons travailler

Une relation de proximité

Nous cherchons une structure où les personnes qui pensent la mission sont celles qui la conduisent avec une autonomie de décision soit en raison de la taille de l'entreprise, soit de son organisation.

Une progression en trois temps

Nous imaginons la mission en trois temps successifs — mais nous sommes ouverts à ce que le prestataire propose une organisation différente, s'il a de bonnes raisons de le faire.

Un temps d'écoute et de diagnostic (environ 3 mois). Le prestataire s'immerge dans le sujet : analyse des supports, entretiens internes et externes, benchmark. Il produit un document de synthèse qui sera discuté avec la direction et le service communication en atelier.

Un temps de recommandations (environ 2 mois). Sur la base du diagnostic validé, le prestataire formule ses recommandations stratégiques : récit, positionnement, messages prioritaires, cibles, propositions pour les 50 ans. Ces recommandations sont présentées et discutées, pas simplement livrées. Le prestataire produit un document de synthèse qui sera discuté avec la direction et le service communication en atelier.

Un temps d'accompagnement et d'évaluation (4 à 6 mois). Le prestataire aide à mettre en œuvre ce qui a été retenu : co-production d'éléments de langage, appui au service communication, ajustements en cours de route. Il ne se substitue pas aux équipes ; il travaille avec elles. Les modes de travail retenus entre le prestataire et la Bpi pour les 50 ans de l'établissement seront déclinés. Le prestataire et la Bpi évalueront l'impact des mesures prises sur la base d'indicateurs retenus d'un commun accord, indicateurs que les candidats sont invités à proposer dans leur offre.

Un interlocuteur stable

Nous attendons que l'interlocuteur principal de la Bpi — celui ou celle qui conduit intellectuellement la mission — soit le même du début à la fin. Le changement d'interlocuteur en cours de route est une des choses qui rend ce type de mission difficile, et nous y sommes attentifs.

Des réunions utiles

Nous ne souhaitons pas multiplier les réunions formelles. Nous préférons peu de moments de travail, mais des moments denses, bien préparés des deux côtés, qui permettent de vraiment avancer. Une alternance présentiel (à Paris, Centre Pompidou ou site Lumière) et distanciel nous paraît adaptée.

4. Budget et calendrier

Enveloppe

L'enveloppe allouée à cette mission correspond à 40 000 € HT, honoraires et frais compris, pour l'ensemble des trois temps. Les offres indiqueront clairement la répartition par temps et par nature de prestation.

Si le prestataire estime que l'enveloppe ne permet pas de couvrir l'ensemble de la mission telle qu'il la conçoit, il est invité à le dire dans son offre et à proposer une organisation alternative (par exemple : les deux premiers temps dans l'enveloppe, le troisième temps en option conditionnelle (Tranche optionnelle)).

Calendrier

Nous souhaitons lancer la consultation le 1^{er} juillet 2026. Le calendrier indicatif est le suivant :

Étape	Date indicative
Envoi du présent document	1^{er} juillet 2026
Date limite de réception des offres	30 juillet 2026
Présélection et auditions	Septembre 2026
Notification du prestataire retenu	Fin septembre 2026
Démarrage de la mission	Octobre 2026
Restitution du diagnostic	Janvier 2027
Restitution des recommandations	Mars–avril 2027
Déploiement 50 ans	Automne 2027

5. Ce que nous attendons de votre offre

Une note de compréhension (8 pages maximum)

Nous attendons :

- votre lecture du contexte et des enjeux : ce que vous avez compris de ce que nous sommes et de ce que nous cherchons ;
- votre approche : comment vous concevez ce type de mission, avec quels outils, dans quel esprit ;

- vos premières intuitions sur les angles à explorer, les questions que vous vous posez, les points que vous trouvez particulièrement intéressants ou délicats ;
- une ou deux idées, même embryonnaires, sur ce que pourraient être les 50 ans.

La présentation de l'équipe

Qui conduira la mission, concrètement ? Quels sont les profils impliqués, à quel niveau, pour combien de jours ?

Trois références commentées

Pas une liste de clients : trois missions qui ressemblent à celle-ci, dans le secteur public ou culturel, avec une description courte de ce qui a été fait et des résultats obtenus.

Une proposition financière claire

Budget global, décomposé par temps et par nature (honoraires / frais).

Les critères d'évaluation

Nous évaluerons les offres selon les critères suivants (Se reporter au règlement de la consultation):

Critère	Poids	Note /20
Valeur technique	40 %	20/20
Organisation et qualification des moyens humains	30 %	20/20
Prix	20 %	20/20
Valeur environnementale de l'offre	10 %	20/20

6. Conditions pratiques

Remise des offres

Les offres sont à transmettre par voie électronique, le 30 juillet 2026, 17 H 30, délai de rigueur.

Questions

Les questions peuvent être posées conformément au règlement de la consultation. Les réponses seront communiquées à l'ensemble des candidats, de façon anonymisée.

Confidentialité

Ce document est confidentiel. Les informations qu'il contient ne doivent pas être communiquées à des tiers non impliqués dans la préparation de l'offre.

Propriété intellectuelle

Les livrables produits pour la Bpi dans le cadre de cette mission lui appartiennent. Le prestataire conserve la propriété de ses méthodes, outils et approches génériques.

Cadre contractuel

La mission donnera lieu à un marché de prestations intellectuelles, dans le respect des règles applicables à un établissement public administratif. Le règlement interviendra par acompte, à la validation des étapes clés.