

## **VILLE DE NANTES / NANTES MÉTROPOLE**

### **DIRECTION GÉNÉRALE DE L'INFORMATION ET DE LA RELATION AU CITOYEN**

#### **CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIÈRES**

**Objet du marché :**

Marché d'accompagnement stratégique et opérationnel sur les contenus numériques (sites et réseaux sociaux) de la Ville de Nantes et de Nantes Métropole.

## Sommaire

<a href="#">INTRODUCTION.....</a>	<a href="#">3</a>
<a href="#">1.CONTEXTE.....</a>	<a href="#">3</a>
<a href="#">2.OBJECTIFS.....</a>	<a href="#">3</a>
<a href="#">3.ACTEURS.....</a>	<a href="#">4</a>
<a href="#">4.PRESTATIONS ATTENDUES.....</a>	<a href="#">4</a>
<a href="#">5.MÉTHODOLOGIE.....</a>	<a href="#">6</a>
<a href="#">6.PLANNING.....</a>	<a href="#">6</a>

## **INTRODUCTION**

En tant que coordonnateur, la Ville de Nantes pilote la procédure de passation du marché, son attribution, sa signature et sa notification. De plus, elle assure la reconduction du marché. Nantes Métropole, autre membre du groupement de commande, assure l'exécution opérationnelle ainsi que l'exécution financière du marché. L'appel d'offre stratégie et animation de contenus numériques comprendra un lot.

### **1. CONTEXTE**

Nantes Métropole représente 24 communes, environ 600 000 habitants et près de 315 000 emplois pour une superficie de plus de 50 000 hectares. Sixième agglomération de France, elle fait partie depuis le 1er janvier 2015, des 9 métropoles instituées par la Loi MAPTAM. Cette nouvelle étape a donné lieu au transfert de nouvelles compétences dont le sport de haut niveau et les grands équipements culturels.

Reconnue à l'échelle internationale, Nantes Métropole après avoir été Capitale verte de l'Europe 2013, a présidé en 2015 et 2016 le réseau Eurocities qui réunit 130 métropoles européennes.

Misant sur l'innovation dans tous les domaines, numérique (label French tech), économique, technologique mais aussi sociale et environnementale, Nantes Métropole s'appuie sur de nouvelles méthodes d'élaboration des politiques publiques, accordant plus de place à la prise en compte de l'expertise citoyenne et à la co-construction.

Le développement du numérique constitue à la fois l'un des axes stratégiques du projet métropolitain : « faire de Nantes [Métropole] une grande place du numérique en Europe » et l'un des piliers du mandat municipal dans l'objectif d'« agir pour que celles et ceux qui n'y ont pas encore accès ou qui ne savent pas encore utiliser toutes ces nouvelles technologies puissent le faire. Le numérique doit être au service de la population, du lien entre les gens et du lien avec leur ville.». Cette ambition, présente dans toutes les politiques publiques, se retrouve au cœur de l'action des directions et services.

Le numérique est donc une priorité du mandat au croisement entre l'attractivité, le dynamisme du territoire, son développement économique et la Ville facile, au service du quotidien de ses habitants.

La Direction Générale à l'Information et à la Relation au Citoyen mutualisée Ville de Nantes/Nantes Métropole (DGIRC) est en charge de la stratégie de communication territoriale illustrant les grands axes du projet politique du mandat. Elle développe une communication et surtout une relation voire une conversation sur les projets, les réalisations, les services que la collectivité propose, en direction et avec des habitants, des usagers, des professionnels et des visiteurs du territoire. Il s'agit de définir une véritable politique publique autour de cette dimension relationnelle, conversationnelle afin de co-construire la métropole.

La communication numérique de la Ville de Nantes/Nantes Métropole se déploie sur les supports suivants :

- Nantes.fr
  - site [nantes.fr](http://nantes.fr) : depuis février 2013, la Ville de Nantes s'est dotée d'un site web responsive
  - application mobile : [Nantes dans ma poche](#)
  - site des e-Demarches : [edemarches.nantes.fr](http://edemarches.nantes.fr)
  - page [Facebook](#), comptes [Twitter](#) et [Instagram](#) @nantesfr

- mobilier urbain extérieur et intérieur : 167 écrans graphiques dont 7 écrans 8m<sup>2</sup>, 10 écrans plasma 16/9, 150 kiosques multimédias, 50 journaux lumineux et 7 totems d'entrée de ville et des écrans tactile 19' verticaux dans la partie basse des kiosques multimédia et des tables multitouch.

- des sites événementiels : [nantestransitionenergetique.fr](http://nantestransitionenergetique.fr), [nantesandco.fr](http://nantesandco.fr)...

■ Nantes Métropole

- site Internet de Nantes Métropole, [nantesmetropole.fr](http://nantesmetropole.fr), élaboré il y a plusieurs années et - mis à jour en 2003 et 2004

- compte [Twitter](#) @nantesmetropole

- site des e-Démarches : <http://edemarches.nantesmetropole.fr>

- site de la RSE : <http://www.rse-nantesmetropole.fr>

- co-voiturage : [http://www.covoiturage.nantesmetropole.f](http://www.covoiturage.nantesmetropole.fr)

- infocirculation : <http://www.infocirculation.fr>

La Ville de Nantes et Nantes Métropole proposent à tous ses usagers des informations et des services répondant au mieux à leurs besoins et qui tiennent compte de l'évolution des technologies et des nouveaux usages. Dans ce but, la Direction Générale de l'Information et de la Relation au Citoyen fait évoluer régulièrement l'ensemble du dispositif numérique Ville-Métropole.

## 2. OBJECTIFS

La priorité de la Direction Générale à l'Information et à la Relation au Citoyen mutualisée Ville de Nantes/Nantes Métropole (DGIRC) est de développer une information et une relation transparente et sincère avec le citoyen pour lui permettre, autant qu'il le souhaite, de vivre pleinement une citoyenneté active, responsable, contributive, dans la construction de l'intérêt général.

Le dispositif numérique à destination des usagers se doit donc de non seulement refléter les priorités du mandat mais, surtout, devenir une des incarnations concrètes de ces promesses et doit donc à son tour aujourd'hui évoluer fortement en cohérence avec la vision politique et l'usage des métropolitains.

Par ailleurs, le fait métropolitain s'affirmant de plus en plus auprès des habitants de la métropole, interroge la vision à moyen terme des moyens d'information, d'échanges et d'offres de services à déployer pour les années à venir.

Une des premières réalisations du mandat, NantesDansMaPoche, lancée par Nantes Métropole au printemps 2015, est une application mobile de services liés au quotidien en mobilité, hyper personnalisable par les mobinautes. Cette application totalement positionnée « Métropole facile » connaît un véritable succès avec 65 000 téléchargements, soit plus de 10 % des habitants métropolitains. Ce succès d'usage exceptionnel au sein des collectivités territoriales, construit vraisemblablement une vision de l'évolution des moyens de relation entre les institutions et leurs habitants.

En termes de posture, Nantes est une ville audacieuse qui innove dans ses politiques publiques que ce soit sur le dialogue citoyen, sur la culture, sur sa dynamique économique, sur son urbanisme, sur les transitions écologiques ou démocratique...

Face au changement de société auquel on assiste, Nantes se veut être un laboratoire national et européen sur la transformation de son territoire, sur la transformation du rapport entre les citoyens, habitants, usagers et les élus / institutions. Il en est de même pour sa

stratégie de communication où l'innovation et l'audace doivent être au cœur de la réflexion et du faire pour répondre aux nouvelles aspirations des habitants.

Ce marché viendra nourrir le travail déjà amorcé d'information et de mise en relation par les contenus, au-delà de la question des plateformes. En complément du conseil stratégique, le soutien aux tâches récurrentes fournira également en interne les ressources nécessaires en interne à l'innovation, à l'expérimentation et à la relation citoyenne accrue.

Ce marché vise à répondre, sur tous les canaux numériques, aux besoins d'accompagnement :

- **stratégiques**, en vue d'élaborer une stratégie de présence et d'influence sur les espaces numériques
- **opérationnels**, sur la conception et l'animation des contenus numérique de la Ville/Métropole.

Le marché concerne toute autre commande associée aux sites et réseaux sociaux (BPU autres métiers experts selon les besoins...).

### **3. ACTEURS**

#### **DGIRC et pôle Information**

La Direction Générale de l'Information et de la Relation au Citoyen est mutualisée Ville de Nantes / Nantes Métropole et est rattachée au cabinet de la Maire-Présidente. Elle informe les différents publics via une pluralité de supports (Nantes Passion, Journal de Nantes Métropole, sites et réseaux sociaux) traitant de l'actualité, des initiatives et des événements en lien avec la cité et collectivité. Elle coordonne les actions des autres services de la Ville dans le domaine de l'information, de la relation avec les citoyens et de la communication.

#### **Composition du pôle Information**

Au sein de la DGIRC, le pôle information transmédia coordonne la production de contenus print et web. Il est le garant de la ligne éditoriale en cohérence avec les priorités de communication de la collectivité. Il se décompose comme suit :

- une équipe dédiée à la production d'articles pour les journaux Nantes Passion et Nantes Métropole (7 personnes)
- une équipe dédiée aux contenus web : animation des sites web, des réseaux sociaux, production de contenus multimédia (7 personnes)

#### **Rôle et positionnement de l'agence**

Il est demandé à l'agence de céder ses droits de propriété, de mettre à disposition ses sources **et de ne pas mentionner son identité sur les livrables fournis.**

La prestation doit couvrir les soirées, les week-ends et les vacances scolaires. Il est attendu pour l'ensemble des prestations un délai de traitement rapide.

Le groupement de commande souhaite avoir un interlocuteur privilégié sur chacun de ces profils de compétences : branding content, social media, webmarketing

### **4. PRESTATIONS ATTENDUES**

#### **Accompagnement stratégie numérique globale**

- Recommandation sur la stratégie de présence sur les sites et réseaux sociaux (animation, développement...)

- Benchmark des stratégies de présence sur les sites et réseaux sociaux des villes et institutions en France et à l'international les plus avancées dans ce champ. Identification des pratiques et des campagnes les plus innovantes.
- Formation/transfert de compétence sur des sujets d'expertise (pratiques innovantes...)
- Veille : accès en consultation à un outil de veille, proposition de formats de reporting, sélection en lien avec la stratégie numérique globale

## **Soutien à l'animation et à la gestion des sites et réseaux sociaux**

### Mise en place

- Mise à disposition d'un calendrier partagé recensant les dates clés opportunes pour une communication de la collectivité sur les sites en actualités et sur les réseaux sociaux (journée mondiale, événement pop culture, date anniversaire, etc)
- Recensement et tri des contenus multimédias existants et pour assurer leur valorisation sur les réseaux sociaux
- Proposition de mise en place de rendez-vous récurrents sur les réseaux sociaux
- Création de listes Twitter recensant divers communautés (associatifs, écosystème numérique, sport, culture etc).
- **Identification d'influenceurs thématiques sur Twitter, Facebook, Instagram et Youtube. Cette mission pourra faire l'objet d'une demande ponctuelle.**
- Recommandation sur l'opportunité de lancer un chatbot sur les sites, Facebook et Twitter

### Récurrent

- Conception, actualisation, rédaction de contenus (article classique, récit longscrolling...) sur les sites incluant notamment les bonnes pratiques de référencement naturel et d'accessibilité
- Intégration de contenus (texte, visuel, carte, vidéo...) dans les deux outils de gestion actuels Jahia pour nantes.fr et Kportal pour nantesmetropole.fr
- Publication de contenus récurrents sur les réseaux sociaux (*Que faire à Nantes ce week-end ?*, mise en avant de photos envoyées par les Nantais-es etc)
- Programmation des publications du week-end sur Facebook, Twitter, Instagram, Youtube (liste non-exhaustive)
- Soutien à la modération/réponse aux commentaires et aux messages privés sur Twitter, Facebook, Instagram et Youtube en semaine, le week-end et en période de vacances scolaires

### À la demande

- Création de contenu conformément à un brief donné
- Réalisation de photo, infographie, visuel, vidéo, diaporama...
- Intégration et publication de contenus suite à validation
- Soutien à la couverture d'événements en direct (livetweet, facebook live, Instagram live...)
- Élaboration d'une stratégie de diffusion pour une campagne donnée (exemple : ouverture du Musée d'arts)

## **Veille et analyse statistique**

### Récurrent

- Production et mise à disposition de bilans statistiques hebdomadaire sur les sites, réseaux et applications mobiles Ville et Métropole (proposition de KPI)

- Veille hebdomadaire et analyse des conversations sur les médias sociaux concernant Nantes (sujets, influenceurs, e-réputation Ville de Nantes et Nantes Métropole...).
  - Veille hebdomadaire sur les nouvelles tendances des réseaux sociaux (nouveau format des visuels ou des messages, pratiques innovantes, outils et plateformes émergents, benchmark des bonnes pratiques d'autres villes à l'international...)
  - **Alerting : remontée d'alerte en cas de bad buzz, de rumeurs ou de mentions négatives concernant Nantes sur les réseaux sociaux et les médias en ligne**
- À la demande
- Synthèse qualitative et quantitative thématique ou événementielle (Nantes & co, Digital Week, JEP...)

## **Webmarketing**

- Optimisation du référencement SEO/SEA/SMO des sites, réseaux, plateformes
- Gestion et suivi des campagnes Google Adwords pour les contenus des sites
- Gestion et suivi des campagnes sponsorisés sur médias sociaux

## **5. MÉTHODOLOGIE**

### **Interaction avec l'équipe numérique du pôle information de la Direction Générale de l'Information et de la Relation au Citoyen**

La Ville de Nantes souhaite dans le cadre de ce marché, un accompagnement très interactif, en forte proximité avec l'équipe numérique du pôle information.

Cette équipe est associée dans toutes les phases du projet afin d'en maîtriser les orientations opérationnelles et stratégiques. Cela exige une grande proximité entre l'équipe interne et l'équipe de l'agence retenue. Les points de coordination se font par réunions mensuelles. Cette récurrence pourra être vue à la hausse comme à la baisse par la Ville de Nantes. Ponctuellement, sur demande, le travail en régie pourra être commandé sur un ou plusieurs des profils de compétences mentionnés dans la partie Acteurs/Agence.

## **6. PLANNING**

Pour chaque demande ponctuelle de la Ville de Nantes, le prestataire prévoira un planning prévisionnel, soumis à validation aux équipes numériques du pôle information de la Direction Générale de l'Information et de la Relation au Citoyen.