

# CCTP - Audit de la présence digitale LCP sur les réseaux sociaux

ACCOMPAGNEMENT STRATEGIQUE

LCP ASSEMBLEE NATIONALE

# TABLE DES MATIERES

<b>1 OBJET DE LA CONSULTATION</b>	<b>2</b>
1.1 OBJET DU MARCHÉ	2
1.2 OBJECTIF DU CAHIER DES CHARGES	2
1.3 CARACTERES NEGOCIABLES DU MARCHÉ	2
<b>2 PRESENTATION DU PROJET</b>	<b>3</b>
2.1 PRESENTATION DE LA CHAÎNE LCP- ASSEMBLEE NATIONALE	3
2.2 ORGANISATION DE LA CHAÎNE	3
2.3 ÉTAT DES LIEUX DES RESEAUX LCP	3
<b>3 DESCRIPTION DU PROJET</b>	<b>7</b>
3.1 OBJECTIFS	7
3.2 PRESTATIONS ATTENDUES	7
<b>4 CADRE DU PROJET</b>	<b>8</b>
4.1 PLANNING DU PROJET	8
4.2 METHODE DE CONDUITE DE PROJET	8
4.3 COMPETENCES DE L'ÉQUIPE PROJET	8
<b>5 MODALITES DE MISE EN ŒUVRE</b>	<b>9</b>
5.1 DETAIL DE LA PHASE DE DEMARRAGE	9
5.2 EXIGENCES DOCUMENTAIRES	9

## 1 OBJET DE LA CONSULTATION

### 1.1 OBJET DU MARCHE

La présente consultation a pour objet l'audit des communautés et des pratiques éditoriales LCP sur les réseaux sociaux et son accompagnement vers une stratégie digitale optimisée.

### 1.2 OBJECTIF DU CAHIER DES CHARGES

Dans ce cahier des charges, LCP décrira ses besoins et ses attentes en terme d'accompagnement stratégique sur les réseaux sociaux.

Le prestataire devra mettre en œuvre une réponse optimale permettant de couvrir la globalité des exigences exprimées. La réponse devra être adaptée aux spécificités de LCP et répondre aux ambitions stratégiques de la chaîne.

### 1.3 CARACTERES NEGOCIABLES DU MARCHE

Toutes les dispositions du présent CCTP sont négociables en phase « Offre ».

## 2 PRESENTATION DU PROJET

### 2.1 PRESENTATION DE LA CHAINE LCP- ASSEMBLEE NATIONALE

LCP-Assemblée nationale est une chaîne publique, parlementaire et citoyenne détenue à 100% par l'Assemblée nationale. Elle remplit « une mission de service public, d'information et de formation à la vie publique, par des programmes parlementaires, éducatifs et civiques » (Article 45-2, loi n°99-1174). Sa création a contribué à mettre en lumière l'information parlementaire.

Elle dispose aujourd'hui d'une importante quantité de programmes et de contenus relatifs à l'actualité politique et parlementaire qu'elle propose à son public sur plusieurs plateformes :

- un site internet (Lcp.fr) ;
- des comptes médias sociaux (Twitter, Facebook, Périscope, Instagram) ;
- des chaînes vidéo (YouTube, Dailymotion) ;
- des partenariats pour ses programmes en replay (Orange, Bouygues, SFR et Free).

Sur ces plateformes, la chaîne propose :

- des documentaires,
- de l'actualité parlementaire,
- des magazines d'actualité et de politique,
- des retransmissions éditorialisées des travaux parlementaires.

**Document de présentation détaillé de l'entreprise :** [Dossier de presse – LCP 2020/2021](#)

### 2.2 ORGANISATION DE LA CHAINE

La fonction de Direction générale est représentée par le Président Directeur Général, Bertrand Delais, la Directrice des contenus et la Secrétaire Générale.

Cet audit est porté par la Directrice des contenus et la Directrice de la communication, avec l'appui de l'ensemble de la Direction générale.

Les membres du comité de direction sont présentés ici : <https://www.lcp.fr/la-chaine/une-chaine-une-equipe-14427>

### 2.3 ÉTAT DES LIEUX DES RESEAUX LCP

#### PRESENCE DE LA CHAINE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

LCP dispose actuellement de plusieurs comptes réseaux sociaux : un compte Twitter, un compte Facebook, un compte Périscope et un compte Instagram.

Ces dernières années, la chaîne a concentré ses efforts sur le développement de l'offre éditoriale Twitter, réseau sur lequel sont diffusées en continu et de manière instantanée les dernières actualités parlementaires, et les extraits vidéos de programmes ou documentaires diffusés par la chaîne.

Par ailleurs, en 2019 le compte Twitter LCP presse a été fusionné avec le compte Twitter LCP actuel afin de faire converger les abonnements des internautes sur un seul et même compte. Cette décision a été motivée par le fait que le compte Twitter LCP presse ne rassemblait qu'un très faible nombre d'abonnés : environ 1300 contre 500 000.

Le compte Twitter LCP atteint aujourd'hui plus de 579 000 abonné.es, le compte Facebook rassemble plus de 155 000 personnes et le compte PériScope plus de 10 000 abonné.es. Le compte Instagram LCP existe depuis 2015. Il a été relancé en 2019 par la venue de Greta Thunberg, (bien que ça ait été la seule opération de communication significative sur le compte cette année-là), il rassemble aujourd'hui 4 517 abonné.es. La chaîne a aussi créé un compte LinkedIn géré par l'équipe du service Communication.

Les membres du comité de direction possèdent également quelques comptes réseaux sociaux personnels. La plupart des membres du comité de direction sont ainsi présents sur les réseaux : LinkedIn, Twitter, et de façon plus marginale sur Instagram. Il en est de même pour un certain nombre de salariés.

## ORGANISATION

Au sein de la chaîne, le **gestionnaire des communautés**, rattaché à la Directrice des contenus, se charge de la création (de certains nouveaux formats de type « programmes courts »), de la publication, de la promotion et de la planification de contenus sur les réseaux sociaux : Twitter, Facebook, PériScope, Instagram.

Le **service Communication** crée, publie et promeut du contenus sur les réseaux Twitter, Facebook et Instagram.

La **rédaction** crée, découpe et publie des contenus liés à l'actualité parlementaire sur les comptes Twitter et Facebook de la chaîne.

La directrice des contenus, la directrice de la rédaction, la directrice de la communication et le gestionnaire des communautés identifient chaque semaine lors d'une réunion de « prévision » les programmes, séances parlementaires... qui seront mis en avant sur les réseaux sociaux. : Twitter, Facebook et Instagram.

La Directrice des contenus, la Directrice de la communication et le gestionnaire des communautés identifient chaque semaine les « programmes courts » et les contenus « documentaires ou évènementiels » qui seront mis en avant dans la semaine.

## PRATIQUES

Le gestionnaire des communautés et les journalistes de la rédaction web utilisent les interfaces d'administration des comptes réseaux sociaux LCP (Facebook et Twitter) pour planifier et publier des contenus. Le rédacteur en chef de la rédaction utilise l'interface d'administration du compte Twitter uniquement.

Pour Twitter, le gestionnaire des communautés et le service Communication utilisent TweetDeck pour planifier des tweets et faire de la veille sur le réseau. Les journalistes de la rédaction utilisent très rarement TweetDeck. Le gestionnaire des communautés et les journalistes de la rédaction utilisent également Studio Media Twitter pour publier et programmer des vidéos.

Pour Facebook, le gestionnaire des communautés, les journalistes web et le service communication utilisent Facebook Creator Studio pour planifier et publier des vidéos et des articles directement sur la page Facebook.

Enfin, pour Instagram, le gestionnaire des communautés et le service communication publient des stories et des photos directement depuis le compte Instagram LCP.

Le gestionnaire des communautés et les journalistes de la rédaction utilisent aussi l'outil de création, de découpe et de publication de contenu Wildmoka pour diffuser sur les réseaux sociaux. En utilisant cet outil, ils peuvent :

- **Découper et publier** sur les comptes Twitter et Facebook de la chaîne **des extraits** de séances parlementaires, de commissions, d'auditions, d'émissions et surtout des « Questions au gouvernement » ;
- **Effectuer du suivi** de contenus **en direct** ;
- **Charger et programmer** la publication d'extraits d'émissions, de magazines de la rédaction... tous les programmes « forts »...pour en faire la promotion **en aval ou en amont de leur diffusion** ;
- **Découper, habiller et publier** de **courtes vidéos** sous-titrées au format carré sur les réseaux Twitter et Facebook ;
- **Créer des montages de vidéos** habillées et sous-titrées au format carré pour les réseaux Twitter et Facebook ;
  - > Quelques vidéos sont créées et habillées pour être publiées au format 9/16 sur le compte Instagram.

Le gestionnaire des communautés utilise également l'outil Wildmoka pour :

- **Diffuser** les « Questions au gouvernement » sur les comptes Twitter et Facebook de la chaîne en live ;
- **Planifier** la programmation de contenus sur les réseaux Twitter, Facebook et Périoscope.

## STRATEGIE EDITORIALE

La politique éditoriale de la chaîne se caractérise par une programmation diverse : documentaires, magazines, actualités parlementaires, pour aider les publics à comprendre l'environnement politique et les projets de lois débattus lors des séances de l'Assemblée nationale, et un investissement constant dans la production de contenus originaux.

La stratégie LCP se concentre depuis l'été 2020 sur le développement de nouveaux contenus : courts, habillés et sous-titrés, sur les réseaux sociaux. LCP a ainsi développé plusieurs nouvelles productions courtes destinées exclusivement à ses plateformes web.

La promotion des contenus diffusés sur la TNT et les box est dorénavant intégrée en amont de la production ou de l'acquisition de documentaires avec les producteurs, par la fourniture d'extraits vidéo choisis.

Cette stratégie éditoriale a permis à la chaîne de toucher un public plus connecté, sur Twitter notamment. Cependant, la chaîne souhaiterait capter un plus large public sur Facebook et développer une réelle stratégie de publication pour son compte Instagram.

## 3 DESCRIPTION DU PROJET

### 3.1 OBJECTIFS

Les conclusions de cet audit devront permettre à LCP :

- De mieux comprendre la composition de son audience sur les réseaux,
- D'adapter ses pratiques pour mieux interagir avec ses différentes communautés digitales,
- D'adapter ses contenus Digital Native à ses différentes cibles sur tous les réseaux
- D'adopter des techniques de promotion renouvelées et spécifiques à chaque réseau,
- De mettre en place une nouvelle stratégie marketing pour développer son audience et fidéliser un plus grand nombre d'abonnés.

L'analyse et l'optimisation de la réputation de l'équipe dirigeante LCP sur les réseaux sociaux, fera également partie des objectifs de ce projet afin de :

- Personnifier la chaîne et ses projets,
- Contribuer à la promotion des contenus de la chaîne LCP,
- Accroître la visibilité et la reconnaissance de la chaîne sur les réseaux sociaux,
- Accroître la confiance des internautes en la chaîne.

### 3.2 PRESTATIONS ATTENDUES

Lors d'une première phase, le prestataire présentera la méthode d'analyse qu'il utilisera pour permettre d'identifier et d'étudier les pratiques digitales de LCP et de ses dirigeants tant sur le plan interne que sur le plan externe. Il analysera l'organisation et la répartition des rôles des différents acteurs et proposera des adaptations le cas échéant.

Lors d'une seconde phase, le prestataire présentera ses premières recommandations au comité de direction. Elles feront l'objet d'un rapport détaillé déclinant les différentes actions, conditions de réussite et répartition des rôles entre les différents acteurs par réseaux sociaux, ainsi qu'un calendrier de déploiement.

Enfin, le prestataire assurera le suivi de ses recommandations notamment en matière d'e-réputation. Il présentera à cette fin un planning de suivi détaillé à la Direction générale LCP.



## 4 CADRE DU PROJET

### 4.1 PLANNING DU PROJET

Macro-planning prévisionnel d'exécution :

- Durée de l'appel d'offre : 16 Mars 2021 – 30 Mars 2021
- Réception des candidatures : 30 Mars 2021 – 12h
- Réponse aux candidats : à partir du 1<sup>er</sup> Avril 2021
- Lancement de l'audit : 6 Avril 2021

### 4.2 METHODE DE CONDUITE DE PROJET

Dans sa réponse, le candidat explicitera sa compréhension des besoins de LCP. Il y décrira :

- la méthodologie de suivi de projet,
- le planning d'accompagnement,
- le type de livrables rendus,
- et les modalités de clôture du projet.

Le prestataire précisera également les conditions du support de la prestation. Il précisera quels moyens humains et matériels il mettra en place pour assurer la conduite du projet et comment LCP pourra contacter le prestataire en cas de remontées d'incidents liées à la stratégie proposée.

### 4.3 COMPETENCES DE L'EQUIPE PROJET

Le prestataire inclura dans sa réponse, les curriculum vitae, les compétences et les références clients des membres de l'équipe qui auront la charge du projet LCP.

Le prestataire devra également inclure dans sa proposition, des référentiels clients relatifs à des projets incluant l'audit de réseaux sociaux et l'accompagnement dans l'optimisation d'une stratégie digitale.

## 5 MODALITES DE MISE EN ŒUVRE

### 5.1 DETAIL DE LA PHASE DE DEMARRAGE

Une réunion de présentation avec l'équipe du prestataire sélectionné sera organisée pour présenter les différents interlocuteurs du projet et valider la sélection du candidat à l'appel d'offre.

Une réunion de lancement de projet sera ensuite organisée afin d'initier le projet. Lors de cette réunion LCP reviendra avec le prestataire sélectionné sur le planning et la méthode de conduite de projet proposé.

### 5. 2 EXIGENCES DOCUMENTAIRES

Des documents de référence récapitulant les conclusions de l'audit des réseaux LCP et de la stratégie proposée par le prestataire seront mis à disposition des équipes de la chaîne par le prestataire sélectionné.