



Alienor.org
Conseil des musées

MISE EN CONCURRENCE

**CONCEPTION ET MISE EN ŒUVRE D'UN PLAN
DE COMMUNICATION D'UN SITE INTERNET**

Alienor.org, Conseil des musées souhaite mettre en œuvre un plan de communication afin d'augmenter sa notoriété et tout particulièrement faire connaître son site Internet.

CONTEXTE

Qui sommes-nous ?

Alienor.org, Conseil des musées est un réseau d'une cinquantaine de musées répartis sur le territoire de la Nouvelle-Aquitaine. Association à but non lucratif, nous œuvrons à la valorisation des musées de notre réseau et de leurs collections.

Fondée en 1994 par les conservateurs de seize de ces musées, l'association a mis en ligne un site Internet, alienor.org, dans lequel nous présentons les musées, leur actualité (expositions, animations, événements...) et leurs collections, réunies dans une base de données et mise en valeur régulièrement par des expositions virtuelles.

Quelles sont nos valeurs ?

Les adhérents d'Alienor.org, Conseil des musées sont les collectivités territoriales propriétaires de collections muséales. Notre ambition est la transmission de la connaissance autour du patrimoine au travers de la mise à disposition de contenus et la valorisation des musées de notre réseau.

Le site Alienor.org est entièrement gratuit, de même que les autres produits numériques que nous proposons. Ce site a notamment pour objectif de favoriser l'émulation de la découverte : un visiteur tombe sur le site en cherchant une œuvre ou un musée précis et découvre d'autres musées à proximité.

Le réseau

Le réseau se compose de musées de toutes dimensions : des musées importants (Écomusée de Marquèze, musée d'Angoulême et de la BD, de Poitiers...) et des musées nettement plus modestes (musée rochelais d'histoire protestante, musée Charbonneau-Lassay de Loudun...). Ce réseau se compose de musées de tous types : musées d'art, musées ethnographiques, de sciences et techniques, d'archéologie, etc.

Certains musées ont une notoriété et des moyens de communication très suffisants mais d'autres ont des moyens très limités et comptent sur le site Alienor.org pour se faire davantage connaître : l'attractivité des plus gros musées du réseau va aider à faire découvrir les plus petits.

Bien qu'historiquement plus concentré en Poitou-Charentes, le territoire couvert par le réseau est maintenant immense puisque des musées se trouvent dans presque la totalité de la Nouvelle-Aquitaine.

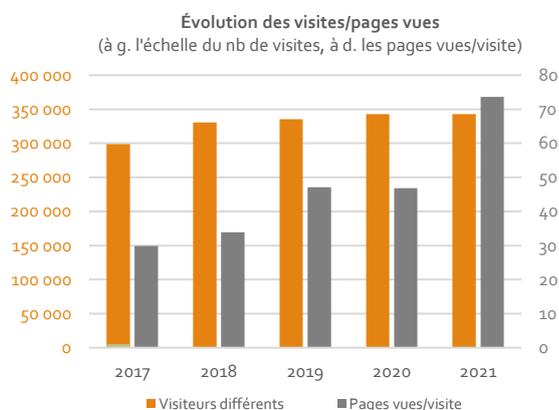
Les actions

Les actions de l'association s'orientent autour de plusieurs axes de valorisation du patrimoine :

- La réalisation de contenus numériques de valorisation des collections : expositions virtuelles, zooms sur une œuvre...
- La numérisation des collections : campagnes de prises de vue photographiques des collections, numérisation en trois dimensions
- La mise à disposition d'outils numériques dans les musées : applications mobiles et bornes interactives, QRcodes permettant d'obtenir plus d'informations sur les œuvres exposées...

SITE

Nous avons récemment refondu intégralement notre site Internet, Alienor.org, qui est la pierre angulaire de notre activité : graphisme modernisé, conception *mobile first*, moteur de recherche amélioré, ergonomie optimisée...



Les professionnels des musées nous connaissent plutôt bien. Cependant, les amateurs de patrimoine et les enseignants nous connaissent peu et le grand public encore moins. Avant la refonte du site, les statistiques de consultation du site s'élevaient à 507 613 visites en 2021 (plus de statistiques exploitables depuis octobre 2022).

Le site recense et présente les musées du réseau, diffuse leur actualité (expositions, animations, etc.) et met à la disposition des internautes de très nombreux contenus : une base de données des collections des musées de près de 68 000 œuvres ainsi que 374 publications, soit des dizaines de milliers de pages.

AUTRES CANAUX DE COMMUNICATIONS ÉXISTANTS

Flyers

Flyers A5 distribués dans les musées.

Newsletter

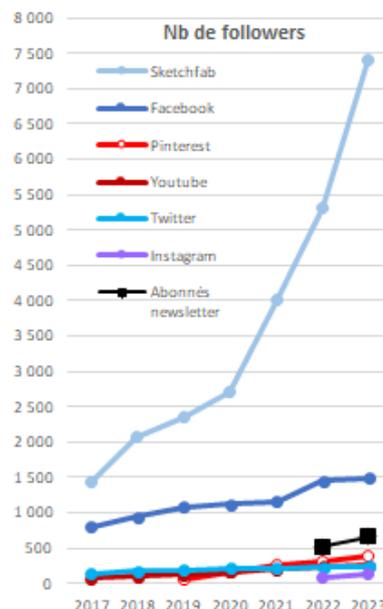
Le site comporte un module d'abonnement à nos deux newsletters :

- Expositions du mois dans les musées envoyée tous les mois (ex. [newsletter mai 2024](#))
- Nouvelles publications sur le site Alienor.org envoyée à chaque publication majeure (ex. [newsletter avril 2024](#))

La liste de diffusion compte actuellement 690 abonnés.

Réseaux sociaux

- Facebook
- Twitter / X
- Instagram
- Pinterest
- ...



OBJECTIFS

Objectif

Augmenter la fréquentation du site Internet et sa notoriété.

Enjeu

En faisant connaître le site, les visiteurs voudront en découvrir davantage et iront visiter les musées du réseau.

Difficulté

Contrairement à un musée, nous n'avons pas de collections, pas de symbole, un ancrage territorial immense et peu défini et pas de bâtiment physique sur lesquels nous appuyer pour asseoir notre notoriété.

Cibles

Le site s'adresse à deux publics principalement :

1. Les personnes en quête de connaissances et avides de découvrir le patrimoine
2. Les visiteurs potentiels des musées souhaitant découvrir les musées et en quête d'informations pratiques

DISPOSITIF(S) / PLAN D'ACTION

Dispositif(s)

Le répondant est libre de proposer tout dispositif ou plan d'action qui lui semblera le plus à même de répondre aux objectifs, enjeux et contraintes évoqués précédemment, quitte à sortir des sentiers battus :

- Campagne d'affichage
- Réseaux sociaux
- Diffusion dans les musées
- Dossier de presse
- Tout autre dispositif virtuel ou physique à inventer

Cependant, préalablement, un bref audit du référencement naturel du nouveau site devra faire partie de la proposition afin de s'assurer qu'il n'y a pas d'écueil sur ce point.

Relai dans les musées

Les musées sont indépendants les uns des autres et vis-à-vis du réseau et ont leurs propres contraintes. Certains pourront accepter de jouer le jeu en disposant des supports de communication *in situ*, d'autres non (par manque de place, faute à des halls d'accueil déjà chargés, par contrainte d'une charte graphique imposée, etc.).

Un plan de communication ne peut donc s'appuyer uniquement sur un tel relai.

Évaluation

L'impact et les résultats attendus par les différents dispositifs proposés devront être estimés au regard de leur coût.

Les résultats effectifs devront pouvoir être mesurés à la fin de l'opération autant que possible (ex. QRcodes présents sur les supports de communication passant par une page de redirection permettant de mesurer les « clics » par supports).

Rétroplanning

La proposition est à remettre au plus tard le 15 septembre 2024.

La conception devra être achevée au 30 novembre 2024.

Le calendrier de mise en œuvre dépendra de la proposition afin d'en assurer le meilleur succès mais devra se positionner au plus tard à l'automne 2025.

BUDGET / PROPOSITION FINANCIÈRE

Le budget alloué à l'opération (conception et mise en œuvre) est de 30 000 € TTC.

Un budget complémentaire de 15% maximum pourra être envisagé sur les années suivantes s'il est jugé nécessaire d'« entretenir » l'opération sur la durée.

Éléments compris dans le budget

La proposition financière doit inclure :

- Le suivi de projet
- La conception/le concept
- Les livrables
- La production des éventuels supports
- la diffusion des éventuels supports

PROCÉDURE

Documents à remettre

- Présentation du répondant
- Proposition de plan d'action
- Références de réalisation précédentes ou similaires
- Prix, éventuellement détaillé si plusieurs dispositifs proposés

Attribution

Critères d'attribution :

- Qualité de la proposition et notamment sa créativité : 60%
- Prix : 40%

L'association n'est pas soumise au code des marchés publics.

Organe d'attribution / comité de pilotage :

Les membres du conseil d'administration, tous salariés d'un des musées du réseau, et les trois salariés de l'association.

Date limite de dépôt des dossiers

→ 30 septembre 2024.

Paiements de la prestation

Échelonnés entre la commande, la fourniture des livrables et la mise en œuvre de la diffusion.

Contact et renseignements

Pierre-Emmanuel Laurent

✉ pierre-emmanuel.laurent@alienor.org

☎ 06 08 45 53 58

Tout échange avant la remise de la candidature entre l'agence et l'équipe d'Alienor.org, Conseil des musées sera possible voire souhaitable afin d'aider l'agence à bien cerner la philosophie du réseau et ses objectifs.