

Cahier des charges pour la réalisation d'un site internet au Projet PEG - Echos Communication

1. PRÉSENTATION DU PROJET PROMOTION DE L'EGALITE DE GENRE	2
2. PRÉSENTATION DU PROJET DE SITE INTERNET	2
2.1. Objectifs	2
2.2. Audience cible	3
2.3. Contenu	3
3. RÔLE DE CHACUN DANS LA CRÉATION DU SITE INTERNET	4
3.1. Rôle d'Echos Communication	4
3.2. Rôle de l'agence web	4
4. CONTENU & CARACTÉRISTIQUES DU SITE INTERNET	5
4.1. Contenu et rendu du site internet	5
4.2. Estimation du volume du contenu	5
4.3. Maquettes des pages, arborescence et navigation du site Internet	7
4.4. Hébergement, nom de domaine & adresse mail	8
5. OPTIONS DE DÉVELOPPEMENT	8
6. CHRONOGRAMME ET ÉTUDE DES OFFRES	9

1. PRÉSENTATION DU PROJET PROMOTION DE L'ÉGALITE DE GENRE

Echos Communication est une association sans but lucratif (ASBL) belge fondée en 1991 qui, dans un territoire donné, contribue à mobiliser et relier les acteurs de la société civile et des pouvoirs publics, du Nord et du Sud. Sa mission est d'accompagner leurs demandes, en valorisant leurs potentiels et en renforçant leurs capacités en vue de favoriser leurs projets de développement durable. Elle est accréditée auprès de la Direction Générale Coopération au Développement et Aide Humanitaire belge et de la Commission européenne.

Le projet "Promotion de l'égalité de genre et de l'autonomisation économique des femmes dans les régions de l'Oriental au Maroc, de Kaolack au Sénégal et de la Boucle du Mouhoun au Burkina Faso", ou Projet PEG, vise à mobiliser, relier et renforcer les compétences des acteur.trice.s de la société civile et des pouvoirs publics. En partenariat avec les Conseils de ces collectivités, l'Agence de développement de l'Oriental et CGLU Afrique, Echos Communication entend faciliter le dialogue entre organisations de la société civile, coopératives de femmes et pouvoirs publics locaux afin d'entraîner des synergies. S'appuyant sur la méthodologie du Coaching territorial, le projet contribue à faire émerger les besoins et à valoriser les ressources du territoire, tout en appuyant les collectivités pour renforcer leurs capacités sur la prise en compte du genre. En travaillant avec les médias locaux mais aussi en développant des modes de communication innovants à l'international, Echos Communication et ses partenaires cherchent à promouvoir un développement local inclusif et des pratiques de coopération internationales équilibrées et permettant l'appropriation du projet par les partenaires locaux.

2. PRÉSENTATION DU PROJET DE SITE INTERNET

2.1. Objectifs

Les objectifs peuvent être résumés ainsi :

1. Créer une **plateforme de capitalisation et de promotion** pour permettre la réplique d'éléments du projet et la reprise de ses approches innovantes ;

2. Créer une **vitrine** afin de valoriser le projet, Echos Communication et ses partenaires, de gagner en visibilité et notoriété pour de futurs partenariats ;
3. Générer régulièrement du **contenu coproduit**, ou co-validé avec les partenaires, dans une démarche de capitalisation continue et de co-construction.

2.2. Audience cible

Ce site internet vise à être un outil accessible et attractif pour **capitaliser** sur les différentes étapes du projet et **promouvoir** le projet auprès d'une audience professionnelle internationale (organisations internationales, ONG, organisations publiques de la coopération dont bailleurs, services RSE d'entreprises, fondations, associations, ...) intéressée par les thématiques du projet (Genre, égalité femme/homme, autonomisation économique des femmes, économie sociale et solidaire). L'idée est de **communiquer** à cette audience les approches innovantes et les résultats du projet.

2.3. Contenu

Le site contiendra différents types de contenu (vidéos, webinaires, articles, photos, rapports, ...) sur les 18 activités du projet ainsi que sur la gouvernance du projet. Ces activités consistent en des actions comme :

- Des formations, actions de sensibilisations, ateliers ;
- Des études économiques et sociales ;
- Des événements avec des élu.e.s (rencontres, signatures de chartes, ...) et des foires ;
- Des concours et expositions dessin/photo ;
- Le financement de stages professionnels ;
- Des webinaires d'échanges et scientifiques.

Ces actions sont menées au Maroc, au Sénégal, au Burkina Faso avec la participation fréquente de personnes en Belgique (pays où se situe le siège d'Echos Communication).

3. RÔLE DE CHACUN DANS LA CRÉATION DU SITE INTERNET

3.1. Rôle d'Echos Communication

En phase de création, Echos Communication (EC) assurera la validation des maquettes et la supervision dans son ensemble de la création du site web. Une fois le site créé, l'ONG sera l'administratrice du site, chargée de la création de contenu et de sa promotion. Elle assurera aussi la coordination avec les partenaires du projet souhaitant diffuser du contenu sur le projet à travers le site. L'ONG dispose de trois ressources humaines pour gérer le site : le coordinateur du projet, un graphiste et un.e chargé.e de communication, ainsi que les forces additionnelles des partenaires.

3.2. Rôle de l'agence web

L'agence ajoutera ses suggestions au présent cahier des charges. Elle aura ensuite la responsabilité de créer le site. Tout élément qui n'est pas présent dans le cahier des charges et est ajouté par l'agence doit être validé par EC. À la fin de cette phase, elle formera le coordinateur de projet d'EC à son utilisation afin que l'ONG n'ait pas besoin de faire appel à elle pour ajouter des contenus mentionnés ci-dessus. À cet effet, la console d'administration du gestionnaire de contenu permettant la modification et l'ajout de contenu devra être facile d'accès et expliquée au coordinateur. L'agence devra respecter le cahier des charges ainsi qu'un échéancier validé conjointement entre l'agence d'une part, et Echos Communication et ses partenaires de l'autre.

L'agence sera responsable de résoudre les éventuels problèmes techniques qui résulteraient de son travail initial. Dans le cas de problèmes mineurs (faute d'orthographe, image à remplacer, ...), Echos Communication se chargera dans la mesure du possible de traiter ces problèmes sans la solliciter à nouveau. L'agence pourrait également être mobilisée à nouveau par la suite si le site internet est amené à évoluer, auquel cas elle sera payée pour son travail supplémentaire.

4. CONTENU & CARACTÉRISTIQUES DU SITE INTERNET

4.1. Contenu et rendu du site internet

a) Images, photos, vidéos & identité visuelle

L'agence pourra puiser dans le stock d'images du projet et ajouter des images d'autres sources. La thématique du projet est le genre, mais le site évitera l'usage stéréotypé du bleu et du rose, ou autre élément stéréotype. Il utilisera dans ses visuels des personnes représentatives des régions d'intervention (Afrique du Nord et de l'Ouest, et de préférence provenant des pays, voire régions mêmes d'intervention). Tout visuel sera validé avec Echos Communication.

b) Contenu texte

L'agence travaillera en collaboration avec le coordinateur d'EC sur l'écriture des éléments de base du site internet. En règle générale, le coordinateur fournira le texte à l'agence, mais celle-ci pourra éditer et ajouter du texte. Tout contenu texte sera validé avec Echos Communication.

c) Couleurs, ambiances, design

L'agence suivra la charte graphique du projet qui définit son identité visuelle. Le site vise à créer une ambiance sérieuse mais jeune. Il doit être simple, attractif et lisible.

4.2. Estimation du volume du contenu

Nous utilisons dans cette section les termes *page* et *article* en reprenant la distinction d'usage de WordPress. Les pages du site Web seront conçues par l'agence web, tandis que les

articles seront produits au fil du projet par Echos Communication. Néanmoins, l'agence web devra préparer la catégorisation (tags) des articles ainsi que des templates.

Nous proposons deux modèles aux agences, qui pourront élaborer une proposition à partir du modèle qu'elles trouveront le plus attractif :

MODÈLE 1 : Un site d'une quinzaine de pages ; OU

MODÈLE 2 : Un site avec un plus petit nombre de pages, mais des pages plus longues avec des ancres internes et potentiellement des boutons "afficher plus".

Dans les deux cas, le site doit pouvoir accueillir un grand nombre d'articles et l'expérience digitale de l'utilisateur.rice doit être optimale (accès à l'information rapide, éléments de menu identifiables et ordonnés, contenu aéré).

Le contenu du site est le suivant. Chaque ligne correspond à une page (MODÈLE 1), ou bien des sections d'une même page (MODÈLE 2). La page d'accueil ainsi qu'un menu renvoient vers les pages sous-jacentes.

- Accueil (1 page)
 - Résumé du projet
 - Dernières actualités (renvoi vers derniers articles publiés)
 - Les partenaires (logos, sites et réseaux sociaux des partenaires)
 - Description et liens vers les pages ci-dessous
- Capitalisation par type de contenu (1 ou plusieurs pages)
 - Contenu vidéo¹ (vidéos courtes, vidéos de conférences)
 - Contenu écrit
 - Contenu téléchargeable (Rapports, brochure, ...)
- Axes du projet (1 ou plusieurs pages)
 - Axe 1 "Lien Collectivités et société civile"
 - Axe 2 "Autonomisation économique"
 - Axe 3 "Médias et communication"
 - Axe 4 "Coopération Nord-Sud-Sud"

¹ Toutes les vidéos du projet seront hébergées sur YouTube.

- Pays d'intervention (1 ou plusieurs pages)
 - Général
 - Maroc
 - Sénégal
 - Burkina Faso
- Accès au carnet de bord digital²(1 page ou inclus sur page d'accueil)
- Revue de presse (mention du projet et des bénéficiaires dans les médias) (1 page)
- Formulaire de contact (1 page ou inclus sur page d'accueil)

Un template d'articles par type de contenu soit 3 au total (contenus vidéo, écrit et téléchargeable) devront être fournis avec la version finale du site afin de faciliter la prise en main du site par l'équipe d'Echos Communication.

4.3. Maquettes des pages, arborescence et navigation du site Internet

Le site doit être pensé en termes de design UX. La navigation sur le site doit être intelligente, le contenu qui sera ajouté par Echos Communication sera inclus sous formes d'articles qui pourront être ordonnés de 4 moyens :

- La date de publication, avec le nouveau contenu en tête ;
- Le pays où se déroule le contenu publié ;
- L'axe traité par le contenu publié ;
- Le type de contenu.

Les articles seront tagués selon le(s) pays, son type de contenu et les axes du projet. Le site permettra de visualiser sur une même page par exemple tous les articles écrits sur le Sénégal, ou bien tous les articles sur l'axe 2, ou encore tous les articles "vidéos".

La page d'accueil sera parcourue par défilement vertical.

Ces trois dernières catégories ne sont pas exclusives, c'est-à-dire qu'un article pourra par exemple être inclus dans "Burkina Faso" et "Sénégal".

² Le carnet de bord digital est une plateforme qui sera développée au cours du projet. Lors du lancement du site web, la page présentant le carnet de bord devra donc être préparée mais pas mise en ligne par l'agence Web.

Un autre élément essentiel est que chaque article doit très facilement pouvoir être partagé par Echos Communication et ses partenaires. Ces partages seront réalisés majoritairement sur les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn) ainsi que par mail.

4.4. Hébergement, nom de domaine & adresse mail

Le site sera créé par Echos Communication et hébergé dans un premier temps par Echos Communication, sur la durée du projet.

a) Nom de domaine : <http://projetpeg.org> (existe déjà)

b) Adresse mail : peg@echoscommunication.org (existe déjà)

5. OPTIONS DE DÉVELOPPEMENT

Le site sera utilisé sur Wordpress et les articles seront rédigés avec **Elementor Pro**. Le design du site doit être intégralement responsive pour téléphone, tablette et tout autre support. Il devra prendre en compte l'optimisation de SEO et le référencement pour les moteurs de recherche. L'agence sera chargée de proposer des idées pour optimiser le référencement du site.

L'agence devra également donner accès aux statistiques de fréquentation du site internet, éventuellement à travers Google Analytics. Une alerte sur les cookies ainsi qu'une page de protection des données en accord avec la réglementation belge devront être prévues. Echos Communication indiquera les éléments nécessaires à l'agence web concernant cela.

Finalement, l'agence devra proposer une option de traduction automatique du site, à minima en anglais, et éventuellement en arabe, portugais et espagnol.

6. CHRONOGRAMME ET ÉTUDE DES OFFRES

La date limite pour la réalisation du site est le 30 septembre. Le jury de sélection passera en revue les offres reçues et sa décision se basera sur la qualité de l'offre proposée (40%), la proposition financière (30%) ainsi que les références d'autres sites réalisés par l'agence (30%).