

CONSULTATION POUR LA REFONTE DU SITE INTERNET GRET.ORG

Termes de référence

3 décembre 2020

L'ONG Gret lance un appel d'offres pour la refonte de son site Internet. Ces termes de référence décrivent le cadre existant, ainsi que les besoins recensés et les fonctionnalités attendues pour faire évoluer le site www.gret.org vers plus de modernité et d'interaction, tout en restant sobre et économe en énergie.

1 - LE GRET

Le Gret est une organisation de solidarité internationale créée en 1976 dont l'objectif est de parvenir à **concilier impératifs environnementaux, satisfaction des besoins essentiels et droits sociaux**. Ses équipes mettent en place les solutions et les partenariats les plus adaptés localement pour **améliorer les conditions de vie des populations tout en préservant notre planète**.

Ses 650 salarié-e-s – de diverses nationalités – agissent dans près d'une trentaine de pays **en Afrique, en Asie et en Haïti**, pour permettre aux personnes les plus vulnérables de reprendre le contrôle sur leur vie et leur environnement direct.

Le Gret prône **une transformation écologique et sociale**, co-construite et qui s'appuie sur des initiatives concrètes et ambitieuses. Ses actions, qui s'inscrivent dans le cadre des Objectifs de développement durable des Nations Unies, se fondent tant localement – **à l'écoute des communautés et à l'échelle des territoires** – qu'internationalement, dans le plaidoyer et le partage de connaissances. Le Gret innove en valorisant les approches locales, et en créant du lien entre les différents acteurs, le tout sur des temps suffisamment longs pour avoir un impact significatif.

Dans ses interventions comme dans son fonctionnement interne, le Gret **prône la participation démocratique et la co-construction**. Il s'appuie sur une vaste communauté de partenaires, venus des horizons les plus divers. Chaque projet qu'il mène représente ainsi un témoignage clair de l'engagement

solidaire de celles et ceux qui le soutiennent.

1.1 - Activités opérationnelles

En 2019, les 650 professionnel-le-s du Gret ont mis en œuvre plus de **200 projets, études et expertises dans 28 pays**, situés pour l'essentiel en Afrique et en Asie du Sud-Est.

Le Gret conçoit et met en œuvre des projets de terrain : il en assure la maîtrise d'œuvre et la maîtrise d'ouvrage. Il fournit les appuis techniques, méthodologiques et de gestion nécessaires à leur bon déroulement, et il partage son savoir-faire.

Le Gret conduit des expertises : qu'elles soient de nature « projet et organisation » (faisabilité, monitoring, évaluation, appui institutionnel, etc.), « politiques » (appui à la définition de politiques de développement par exemple) ou « scientifiques » (économie, ingénierie, agronomie, hygiène, etc.), il mène et partage des expertises essentiellement fondées sur des résultats de recherche appliquée et d'expériences, et sur une excellente connaissance du terrain.

Le Gret anime des réseaux et défend des idées : il met en réseaux acteurs·trice·s, expert·e·s et chercheur·euse·s, il prend la parole dans les forums internationaux et plaide activement en faveur du développement durable.

Le Gret produit et diffuse des références : à partir de sa pratique, il produit et diffuse des connaissances, des savoir-faire, des méthodes testées, évaluées et améliorées sur le terrain.

1.2 - Activités digitales et public cible

La stratégie de communication du Gret est en pleine évolution, tant sur le contenu, que sur les cibles visées et sur la façon de valoriser nos productions. Le futur site devra intégrer ces nouvelles orientations et participer à les rendre plus explicites.

1.2.1 - Une évolution dans notre communication

D'une communication institutionnelle principalement structurée autour d'entrées thématiques, notre stratégie s'articule désormais autour de trois grands axes transversaux, orientés par une grande cause. L'évolution de notre stratégie s'appuie également sur **une révision de notre identité visuelle** (en cours) et **une adaptation de notre ligne éditoriale** (à venir), afin de rendre nos contenus accessibles à un plus large public.

Afin de toucher un public de citoyen·ne·s averti·e·s, international et ouvert sur le monde, nos **activités doivent être mieux mises en avant**, la **recherche simplifiée**, les **résultats de nos projets plus visibles**, et nos **publications mieux valorisées**. La refonte devra également intégrer la possibilité de contribuer au **financement de projets solidaires** et d'effectuer des **dons en ligne**.

Enfin, à la vue du développement de nos activités digitales, la **perméabilité entre le site Internet et les réseaux sociaux** du Gret doit être améliorée et valorisée. Le Gret dispose en effet de comptes officiels sur [LinkedIn](#), [Twitter](#) et [Facebook](#). Au cours des trois dernières années, il s'est également doté de **pages Facebook spécifiques à ses pays d'intervention**, avec la création de pages pays [Burkina Faso](#), [Cambodge](#), [Madagascar](#), [Mali](#), [Myanmar](#), et bientôt Sénégal.

Le site actuel reçoit en moyenne 13 000 visiteurs uniques par mois et comptabilise 35 000 pages vues sur cette même période.

Par ailleurs, le Gret envoie chaque mois à ses 7 000 abonné-e-s une newsletter afin de les tenir informé-e-s de ses activités. Il est prévu de **revoir le format de cette newsletter**, en parallèle des travaux engagés dans le cadre de la refonte du site Internet.

1.2.2 - Elargissement de nos cibles

L'ouverture de notre communication s'articule désormais de façon plus **transversale autour de différentes cibles**.

Les **différents niveaux de lecture** doivent parler tant aux professionnel-le-s du développement solidaire qu'au monde de la recherche, aux citoyen-ne-s averti-e-s, aux leaders d'opinion, ou au décideur-eus-s politiques.

Plus précisément, les cibles visées par la refonte du site sont :

- Les professionnel-le-s du développement solidaire (bailleurs institutionnels et privés, APD, coopération décentralisée, ONG, etc.) ;
- Les instituts de recherche, universités, think tanks (locaux, nationaux, internationaux) ;
- Les décideur-euse-s politiques (locaux, nationaux, internationaux) ;
- Les citoyen-ne-s averti-e-s, jeunes, internationaux, et sensibilisé-e-s à nos enjeux, en France comme dans nos pays de représentation ;
- Les donateur-trice-s potentiels (fondations, entreprises, grands donateur-riche-s, particuliers sensibilisés à nos enjeux) ;
- Le monde associatif, l'entrepreneuriat social et solidaire ;
- Les médias (presse locale, médias spécialisés, médias des solutions, médias alternatifs).

Pour ce faire, l'entrée dans le site doit se faire en entonnoir, soutenu par **une arborescence progressive allant du simple vers le spécialisé**.

La nouvelle interface doit donc permettre de **faire émerger les causes portées par l'organisation** dans son ensemble, pour ainsi **renforcer la légitimité** du Gret auprès des partenaires, de ses bailleurs et donateurs-rices, et **créer des opportunités d'engagement** auprès d'un plus large public.

1.2.3 - Lieu d'échange et de diffusion de ressources

La **production, la valorisation, et le partage de ressources est ancrée dans l'ADN du Gret**. La refonte de notre site Internet doit rendre ce *hub* plus vivant, accessible à toutes celles et ceux qui souhaitent rejoindre la communauté Gret, avec **différents niveaux de complexité** pour s'adresser à la fois aux citoyen-ne-s et aux spécialistes.

La promotion des activités de la direction d'animation scientifique représente un réel enjeu, tant en matière de production éditoriale, qu'en termes de valorisation des partenariats.

2 - UNE REFONTE NECESSAIRE DU SITE INTERNET DU GRET

La dernière refonte du site Internet du Gret, développé sous **WordPress**, date de l'été 2016. Il s'agissait essentiellement d'une refonte graphique. Depuis, le site a fait l'objet de plusieurs ajustements : la *homepage* a été rendue responsive, et l'espace Publications totalement revu.

L'intégration d'un **CRM** directement adossé au site Internet est à l'étude. Même si celle-ci ne rentre pas dans le cadre de la prestation actuelle, des recommandations sur le sujet seront les bienvenues, en lien avec l'ajout d'un module de don en ligne.

2.1 - Les aspects positifs du site actuel

- L'harmonie graphique ;
- La facilité de publication sur Wordpress ;
- La légèreté et la rapidité de chargement du site ;
- La refonte récente de l'espace Publications ;
- Le bon référencement sur les moteurs de recherche ;

2.2 - Les aspects négatifs du site actuel

- Un module de recherche peu efficace ;
- Pas d'archivage des contenus obsolètes ;
- Une mise en avant des projets souvent trop technique ;
- Un contenu foisonnant, exhaustif et difficile à mettre à jour ;
- Un manque d'articulation entre les différentes rubriques (thématiques, pays, publications, positions) ;
- Site non responsive (hormis la page d'accueil) ;
- Bugs graphiques (encadrés, harmonisation des interlignes, etc.) ;
- Version anglaise du site non optimisée.

2.3 - Priorités pour la refonte

- Améliorer l'expérience utilisateur ;
- Mieux valoriser l'engagement du Gret, tant sur l'aspect politique (positions), qu'humain (via une meilleure exposition des salariés, des bénéficiaires, des équipes pays, des partenaires et de l'organigramme)¹ ;
- Une meilleure mise en valeur de nos actions² ;
- Une meilleure perméabilité entre site et réseaux sociaux³ ;
- Un archivage et un module de recherche efficace ;

Des exemples, à titre d'inspiration :

¹ <https://www.idfc.org/> , <https://www.sportdeveloppement.org/>, <https://globalgenes.org/>

² <https://www.cgjar.org/>

³ <https://www.groupe-sos.org/>

- La nécessité de faire un usage raisonné du recours aux contenus multimédias (photos, vidéos, cartes interactives, infographies)⁴ ;
- Un site responsive, léger et consultable dans tous les pays ;
- Une référence plus marquée aux Objectifs de développement durable ;
- La possibilité d'effectuer des dons en ligne.

Principaux objectifs de la refonte de notre site Internet

Un site Internet :

- plus **dynamique, plus moderne et plus interactif** ;
- valorisant **nos actions** et **notre production scientifique** ;
- mettant davantage en avant **nos partenariats** ;
- accessible à un plus large **public** ;
- ouvert à la **collecte de fonds privés**.

3 - QUELQUES POINTS D'ATTENTION

3.1 - Graphisme & ergonomie

Le Gret cherche à mettre en adéquation les principes qu'il défend et les supports de communication qu'il peut être amené à créer ou à faire évoluer, à l'image de son site Internet. C'est la raison pour laquelle il a fait le choix de **se diriger vers un site low tech**, afin de réduire autant que possible son empreinte environnementale sans que cela ne desserve pour autant la qualité de la navigation.

Le principal enjeu de cette refonte est donc de parvenir à **humaniser davantage les actions du Gret en illustrant ses pages par des dessins**, plutôt que par des vidéos et des photos (il y en aura nécessairement, mais seulement si elles sont indispensables à la bonne compréhension des activités de l'ONG et de ses équipes).

La légèreté du site devrait également permettre à un plus grand public d'y accéder, quelle que soit la qualité du réseau et l'âge du matériel employé. De la même façon, le site devra tenir compte de la pluralité des profils et contextes d'usage, en appliquant une approche de **design inclusif axée sur l'utilisateur-riche**.

Autres recommandations liées à la forme :

- Faire apparaître notre engagement dès le haut de la homepage⁵ ;
- Mise en avant de nos axes de travail et de nos projets phares sur la homepage⁶ ;
- Laisser de la place au vide pour une navigation légère et minimaliste⁷ ;

⁴ <https://www.plan-international.fr/>, <https://globalgenes.org/>

⁵ <https://reclaimfinance.org/site/>

⁶ <https://www.idfc.org/>, <https://globalgenes.org/>

⁷ <https://www.mafemmepreferelebleu.com/>, <https://www.kairos-jourdain.com/fr>

- Privilégier le focus sur des sujets ou thématiques choisis via l'utilisation de police de caractères élevées⁸ ;
- Le choix de la/les typographies sera fait en cohérence avec la charte graphique, tout en prenant en compte les spécificités/contraintes d'un usage Web.
- Un menu discret et ergonomique⁹ ;
- Ouverture possible des menus en deux temps¹⁰ ;
- Complexifier l'arborescence au fur et à mesure de l'avancement dans le site (entonnoir) et offrir plusieurs possibilités de cheminement pour rejoindre une page ;
- La navigation sur plusieurs niveaux doit être simple, et le visiteur doit toujours savoir où il se trouve.
- L'entête et le bas de page doivent être les mêmes sur tout le site.

3.2 - Contenus

3.2.1 - *Réécriture et migration éventuelle de contenus*

En cas de changement de CMS, certains contenus devront être migrés vers le nouveau site, en respectant la nouvelle arborescence.

D'autres textes devront dans tous les cas faire l'objet d'une réécriture, en tenant compte des dernières évolutions en matière de référencement. En fonction des tarifs pratiqués, cette mission sera réalisée en interne, ou bien confiée au prestataire.

3.2.2 - *Un site francophone et anglophone*

Une grande partie de nos contenus existent également en anglais. Certains documents sont disponibles également dans d'autres langues (espagnol, birman, etc.), mais il n'est pas nécessaire à ce stade de prévoir d'autres versions. En revanche, dans la mesure où nous cherchons à élargir notre public anglophone, il est important qu'une attention particulière soit apportée à la version anglaise du site Internet et que sa mise à jour puisse s'effectuer de façon très intuitive.

3.2.3 - *Une attention particulière sur le référencement*

Nous souhaitons profiter de cette refonte pour améliorer notre référencement naturel et développer le référencement sponsorisé, que nous n'avons jamais pratiqué pour le site jusqu'à présent. Nous sommes donc preneurs de conseils en la matière.

3.3 - Caractéristiques techniques

CMS : Nous restons ouverts à toute proposition argumentée concernant le choix du CMS. Cependant, dans la mesure où le site actuel est administré sous WordPress, il serait préférable de privilégier cette

⁸ <https://www.mafemmepreferlebleu.com/>, <https://www.kairos-jourdain.com/fr>

⁹ <https://sheepinc.com/>

¹⁰ <https://www.idfc.org/>

option afin de faciliter la migration des articles et des publications. Le prestataire sera en charge du paramétrage du CMS, de la création des gabarits de pages, et de la préparation de l'arborescence.

Navigateur : le site devra bien entendu s'afficher parfaitement et à l'identique sur chacun des principaux navigateurs (Firefox, Chrome, Internet Explorer, Opera, Safari, et leurs équivalents mobiles).

Version responsive : l'intégralité du site devra pouvoir être consultée de façon optimale sur smartphone et tablette. Nous pourrions être intéressés par un développement de site intégralement conçu pour mobile, et étendu ensuite à une version desktop.

Sécurité : La sécurité du site, mais aussi des données personnelles de nos visiteurs-euses reste notre premier point de vigilance. Le nouveau site devra donc répondre aux exigences relatives à la RGPD. Les formulaires de collecte de données et l'introduction de cookies sur le poste client doivent, par l'insertion des mentions requises, permettre de tenir informées les personnes concernées afin qu'elles puissent exercer pleinement leurs droits.

Analyse de l'audience : celle-ci est actuellement assurée via Google Analytics. Nous restons ouverts à toute proposition alternative, qui s'avèrerait plus éthique et plus respectueuse de la protection de la vie privée.

Administration : le site sera administré par un nombre restreint de personnes, mais il doit rester simple d'utilisation. L'accès à l'interface web d'administration du site doit être sécurisé et personnalisé. Après identification, l'utilisateur gestionnaire accède, en fonction des droits dont il dispose, à un tableau de bord affichant les contenus et fonctionnalités de « back office » pour lesquels il est habilité à intervenir.

Formation : Le prestataire assurera la formation de l'équipe en charge du site afin qu'elle soit en mesure de mettre en ligne l'ensemble du contenu et d'utiliser toutes les fonctions retenues dans le cadre du socle technique. Le prestataire devra également fournir un manuel numérique d'utilisation des fonctionnalités de la solution déployée (en français).

Nom de domaine : le nom de domaine reste le même que celui préexistant. Sa gestion, ainsi que celle des sous-domaines seront donc effectuées par le Gret.

Hébergement : Le site est actuellement hébergé par l'entreprise Infomaniak. Le prestataire est encouragé à proposer une prestation d'hébergement (externalisé ou assurée directement par le prestataire).

Sauvegarde : Il est demandé un script de sauvegarde/restauration, extérieur au CMS, en ligne de commande qui permet de recréer le site à partir d'une machine fraîchement installée.

Garantie : Une période de garantie d'un an sera demandée au prestataire pour la correction de bugs éventuels non détectés lors de la mise en production. La garantie débutera à compter de la mise en production du site.

Maintenance : Le prestataire proposera un contrat de maintenance et d'assistance d'un à trois ans à compter de la fin de la période de garantie. Il comportera :

- La **maintenance préventive et corrective** : assistance par hotline (mail et téléphone) afin de corriger les éventuels bugs et dysfonctionnements.
- La **maintenance évolutive** : mise à jour du CMS et de ses modules ; évolution importante du site et de ces fonctionnalités.

3.4 - Droits

Le prestataire cèdera au Gret tous les droits de propriété intellectuelle relatifs au développement du site Internet, pour la durée de protection de la propriété intellectuelle, artistique et industrielle, sans limitation d'étendue ni de territoire, et ce y compris les droits d'auteur relatifs aux dits développements, à savoir droits d'utilisation, de reproduction, de modification, de traduction et d'adaptation.

Le Gret est dépositaire de l'intégralité de la propriété des droits d'auteur et des droits d'exploitation sur tout support, présent ou à venir, de l'ensemble des contenus rendus disponibles sur les sites. Il pourra apporter au site tous les ajouts et modifications qu'il désirera, sans aucune autorisation du prestataire et sans que celui-ci puisse réclamer un supplément de prix. L'offre de prix comprend la cession desdits droits au Gret.

La totalité des éléments graphiques (images, gabarits, feuilles de style) constitutifs de l'habillage du site, de même que tout autre contenu créé, modifié et publié par le prestataire, dans le cadre du présent marché, devront respecter cette règle, y compris lorsqu'il s'agit d'un contenu original ou adapté issu d'un tiers. Les fichiers sources finaux seront mis à disposition du Gret sur support numérique de manière à lui garantir le plein exercice de ses droits de propriété.

4 - ORGANISATION DE LA CONSULTATION

La présente consultation a pour objet la sélection d'un prestataire qui aura en charge la conception et la réalisation d'un nouveau site web.

4.1 - Répartition des rôles

4.1.1 - Le prestataire

Le prestataire retenu devra :

- **Comprendre** la philosophie, la particularité, et les aspirations du Gret ;
- Se montrer **force de proposition** ;
- Apporter un **suivi régulier et pédagogique** des modifications apportées ;
- Proposer une **évolution graphique**, en lien avec la charte du Gret.

4.1.2 - Gret

Via son équipe communication (responsable communication, chargé de communication digitale et graphiste, appuyé-e-s par un réseau international de référent-e-s communication), le Gret sera en contact continu avec le prestataire pour s'assurer de la compréhension des demandes et accompagner au mieux l'avancée de la refonte.

Pour toute question concernant cette consultation, le contact à privilégier est celui de Robin Ben Attar, chargé de communication digitale : benattar@gret.org.

Une réunion de **réponse aux questions** sera organisée le 7 janvier avec les prestataires intéressé-e-s.

4.2 - Éléments de réponse

Le prestataire devra fournir :

- Une présentation succincte de l'entreprise et de ses expertises, en lien avec l'objet de la consultation.
- Une liste ou un book de références similaires pour le compte d'ONG ou d'organismes qui collectent des dons en ligne et/ou qui mènent une activité d'édition.
- Une note de rappel et de compréhension de la problématique posée (maximum une page).
- Une proposition détaillée comprenant la méthodologie de conduite du projet ainsi qu'un argumentaire sur les choix techniques retenus.
- Un planning prévisionnel global précisant chacune des étapes du projet.
- Un devis comprenant : le nombre de jours de travail prévus, le détail des jours pour chacune des différentes étapes identifiées pour l'exécution de la mission, le prix en euros HT et TTC. A titre indicatif, l'enveloppe budgétaire allouée à cette consultation est de maximum 25 000 € TTC (prestations optionnelles incluses)

Le prestataire devra dissocier son offre tarifaire en détaillant les postes de :

- Accompagnement et conseil en amont de la mission sur l'architecture, l'arborescence du site et l'amélioration du référencement, en lien avec les objectifs de communication formulés ;
- Création graphique ;
- Développement et paramétrage multilingue, comprenant l'ajout d'un module de don en ligne (et éventuellement des recommandations sur le CRM le plus adapté aux besoins du Gret) ;
- Intégration des données ;
- Formation de l'équipe à l'utilisation du *bak office* et mise à disposition d'un manuel d'utilisation ;
- Optimisation du référencement du site.

Le prestataire devra en outre renseigner le détail financier concernant les conditions de maintenance annuelle passé le délai d'un an de garantie après la mise en ligne, avec une estimation à un an et trois ans.

Le prestataire pourra faire figurer en option les travaux suivants :

- la réécriture de certains contenus, comprenant une optimisation de notre référencement naturel ;
- une proposition de révision de notre format de newsletter.

Tous les montants devront apparaître à la fois en HT et TTC.

Les dossiers de candidatures devront être envoyés **avant le 11 janvier 2021** en format numérique à l'attention de Robin Ben Attar, chargé de communication digitale (benattar@gret.org).

4.3 - Calendrier prévisionnel

| | |
|-----------------------------------|---|
| 9 décembre 2020 | Lancement de la consultation |
| 7 janvier 2021 | Session de réponse aux questions des prestataires |
| 14 janvier 2021 | Deadline pour la transmission des propositions |
| Semaine du 18 janvier 2021 | Echanges avec les prestataires short-listé-e-s (visioconférence) |
| 25 janvier 2020 | Notification du choix du prestataire |
| 28 janvier 2021 | Démarrage de la mission et réunion de brief |
| De janvier à juin 2021 | Réalisation de la refonte, selon le planning proposé par le prestataire (comprenant tests et recette) |
| Fin juin 2021 | Livraison prévisionnelle de la version française |
| Fin août 2021 | Livraison prévisionnelle de la version anglaise |

4.4 - Critères retenus pour le choix des prestataires

Nous attacherons une attention particulière aux points suivants :

- Qualité de l'appropriation du projet par le prestataire (originalité/innovation dans les préconisations).
- Références avérées dans la réalisation de sites Internet dans des domaines d'activités similaires aux nôtres.
- Adéquation des réponses du prestataire par rapport aux objectifs, obligations et attentes décrits dans le cahier (conformité des réponses techniques, respect du calendrier, etc.).
- Méthodologie de conduite de projet (détails des étapes/planning).

N.B. : Les propositions émises lors de cet appel d'offres restent la propriété des candidat-e-s. Une fois le site réalisé, le/la prestataire cède la totalité de ses droits sur les outils produits, créations graphiques comprises (voir paragraphe 3.4).