

**Liberté
Créativité
Diversité**



APPEL D'OFFRES

PRESTATION DE GESTION DES RESEAUX SOCIAUX ET CREATION DE CONTENUS DIGITAUX

L'Institut français du Gabon (IFG) souhaite confier à un prestataire externe une mission de gestion et d'animation de ses réseaux sociaux, de création de contenus digitaux et de couverture audiovisuelle de ses événements culturels et institutionnels.

La prestation débutera le 1er septembre 2026.

Le présent appel d'offres vise à sélectionner un prestataire capable d'accompagner l'IFG dans la valorisation de sa programmation culturelle, éducative et institutionnelle auprès de différents publics.

1. Contexte

Principal opérateur de coopération de l'Ambassade de France au Gabon, l'Institut français du Gabon fait la promotion et soutient les échanges institutionnels de coopération entre la France et le Gabon en matière de culture, de langue et d'échanges universitaires. L'IFG propose ainsi une offre de cours de qualité pour tout public, tout en organisant des manifestations culturelles qui permettent de tisser des liens avec les acteurs culturels et éducatifs du Gabon. Il héberge également l'Espace Campus France. L'IFG accueille ainsi plus de 50 000 visiteurs par an dans le cadre de différents services et manifestations mis en œuvre dans son enceinte, et organise entre environ 350 événements par an (en intégrant les 200 séances de cinéma environ).

2. Objet de la prestation

Le prestataire assurera, sous la supervision de la direction et/ou de la chargée de communication :

- la gestion éditoriale et opérationnelle des réseaux sociaux de l'IFG ;
- la création de contenus adaptés aux différentes cibles et aux réseaux sociaux utilisés ;
- la captation photo et vidéo des événements ;
- la mise en œuvre des plans de communication digitaux ;
- la valorisation et la restitution des événements sur les différents supports numériques.

Les réseaux concernés sont notamment :

- Facebook ;
- Instagram ;
- TikTok ;
- LinkedIn ;
- WhatsApp ;
- YouTube.

3. Missions attendues

3.1. Élaboration et suivi du plan de communication digital

Le prestataire devra :

- Proposer un plan de communication global et évolutif ;
- Définir les modalités de promotion et de restitution des événements selon :
 - le type d'événement ;
 - le public cible ;
 - le réseau social concerné ;
- Proposer une stratégie éditoriale adaptée aux différents formats et plateformes ;
- Définir un calendrier de publication et de diffusion.

Le plan devra notamment distinguer les stratégies applicables aux :

- Débats d'idées ;
- Concerts ;
- Projections cinéma ;
- Expositions ;
- Ateliers ;
- Conférences ;
- Événements institutionnels ;
- Actions éducatives et de coopération.

3.2. Animation des réseaux sociaux

Le prestataire devra :

- Rédiger et publier les contenus après validation ;
- Adapter les contenus au ton et aux usages de chaque réseau social ;
- Assurer la programmation et le suivi des publications ;
- Proposer des contenus innovants et engageants ;
- Assurer une veille sur les tendances et formats digitaux.

Une attention particulière sera portée à :

- la qualité rédactionnelle ;
- la capacité à s'adresser à des publics variés ;
- la capacité d'adapter les messages selon les plateformes et les cibles.

3.3. Production de contenus

Le prestataire devra :

**Liberté
Créativité
Diversité**



- Assurer la captation photo et vidéo des événements ;
- Réaliser des formats courts pour les réseaux sociaux ;
- Produire des montages vidéo ;
- Assurer, le cas échéant, la captation et la diffusion de formats longs (conférences, débats, rencontres, etc.) notamment sur YouTube ;
- Produire des contenus permettant à la fois :
 - la promotion des événements ;
 - leur restitution et l'archivage numérique.

3.4. Gestion des bases de diffusion

Le prestataire participera à :

- la mise à jour et à l'enrichissement des listes de diffusion ;
- la structuration des fichiers publics ;
- l'amélioration des outils de diffusion numérique et promotionnelle.

4. Modalités d'exécution

Le prestataire devra :

- Assurer une présence régulière lors des événements organisés par l'IFG ;
- Être disponible principalement du mardi au samedi, y compris en après-midi et en soirée selon la programmation ;
- Disposer du matériel nécessaire à la réalisation des prestations audiovisuelles, sauf accord particulier avec l'IFG.

La prestation ne correspond pas nécessairement à un temps plein, mais implique une forte disponibilité en fonction du calendrier événementiel de l'établissement.

5. Profil recherché

Le prestataire devra démontrer :

- Une expérience significative en gestion de réseaux sociaux et communication digitale ;
- Des compétences en photographie, vidéo et montage ;
- D'excellentes capacités rédactionnelles ;
- Une capacité à produire des contenus adaptés à différents publics ;
- Une bonne compréhension des enjeux de communication culturelle et institutionnelle ;
- Une capacité de réactivité et d'organisation.

Une expérience dans les secteurs culturel, artistique, éducatif ou institutionnel sera appréciée.

6. Contenu des candidatures

Les candidats devront transmettre :

- Une présentation de la structure ou du profil du prestataire (fiche circuit, quitus fiscal, RIB, références, organigramme etc.) ;
- Des références et réalisations récentes ;
- Des exemples de contenus ou campagnes menées ;
- Une proposition méthodologique ;
- Une proposition financière détaillée ;

**Liberté
Créativité
Diversité**



- Les moyens humains et techniques mobilisés.

7. Calendrier

- Date limite de réception des offres : 21 juin 2026 à minuit
- Analyse des candidatures : juillet 2026
- Notification du prestataire retenu : août 2026
- Début de la prestation : 1er septembre 2026

Les candidatures devront être adressées à l'Institut français du Gabon à :
direction@institutfrancais-gabon.com

Les offres seront jugées selon les critères suivants : rapport qualité- prix, capacité technique du prestataire et du technicien en régie, expérience dans la réalisation de prestations similaires. L'IFG se réserve la possibilité de rechercher la meilleure adéquation de l'offre avec ses besoins et d'engager en toute transparence, s'il le souhaite, des négociations avec les candidats.