

Appel de propositions

Audit des plateformes de communication de la FCFA du Canada

La Fédération des communautés francophones et acadienne (FCFA) du Canada sollicite des propositions de firmes de communication pour réaliser un audit de ses plateformes de communication en ligne (sites web et médias sociaux) et formuler des recommandations pour optimiser l'utilisation de ces plateformes.

Les propositions doivent être transmises par courriel à Serge Quinty, directeur des communications, à l'adresse squinty@fcfa.ca au plus tard le 23 février 2026.

À propos de la FCFA

Crée en 1975, la FCFA est la voix nationale de 2,8 millions de Canadiens et de Canadiennes d'expression française vivant en situation minoritaire dans neuf provinces et trois territoires. Elle a pour objectif de promouvoir la vitalité et le dynamisme des communautés francophones et acadiennes et de veiller à leur développement et à leur épanouissement. Interlocutrice principale des gouvernements du Canada et du Québec en francophonie canadienne, elle est aussi leader du dossier de l'immigration francophone au sein des collectivités qu'elle représente. Elle regroupe 25 membres et est chef de file d'un réseau de concertation de plus de 900 organismes et institutions partout au pays.

À propos du projet

Dans l'accomplissement de sa mission, la FCFA doit communiquer avec une variété de publics-cibles sur des thématiques distinctes. Au fil des ans, elle a développé une présence sur diverses plateformes en ligne. Présentement, la FCFA gère trois gammes de comptes et de pages sur les médias sociaux, selon des objectifs spécifiques :

- Les comptes et pages FCFA du Canada, dont le contenu inclut les positions politiques de la Fédération, les réactions aux enjeux d'actualité, les informations sur nos activités et événements, ainsi que les bons coups et réussites de nos communautés (Facebook, Instagram, LinkedIn, X, Bluesky, YouTube).
- Les comptes et pages Immigration francophone, dont le contenu vise à promouvoir nos communautés auprès des immigrantes et immigrants potentiels, à mettre en valeur nos activités de promotion de la diversité, et à partager les informations sur ce qui se fait dans notre réseau en matière d'immigration et de diversité (Facebook, Instagram, YouTube).

- Les comptes et pages Francité, dédiés à la promotion des communautés francophones et acadiennes auprès des Québécois et des Québécoises (Facebook, Instagram, LinkedIn).

Au cours des dernières années, la FCFA a entamé une croissance importante, tant au niveau de ses activités que de ses communications. Depuis un an, la Fédération utilise de façon continue un calendrier de publication quotidien pour gérer un volume beaucoup plus important d'alimentation des plateformes susmentionnées.

Considérant ses multiples objectifs de communication et publics-cibles, ainsi que le volume croissant de contenus à communiquer, la FCFA estime essentiel de procéder à un audit de ses comptes et pages sur les diverses plateformes de médias sociaux.

Mandat

L'audit vise à :

- Évaluer la performance et l'utilisation des plateformes de communication actuelles de la FCFA du Canada, incluant la pertinence de maintenir ou non une présence sur certaines plateformes.
- Analyser la cohérence des messages, de l'identité visuelle et de l'expérience utilisateur sur l'ensemble des canaux;
- Évaluer les pratiques actuelles de publication, dont la fréquence de diffusion sur les différentes plateformes et effectuer des recommandations sur les fréquences idéales selon les publics cibles, les objectifs poursuivis et les algorithmes;
- Identifier les forces, les lacunes, les risques et les possibilités d'amélioration;
- Proposer des stratégies efficaces pour assurer une croissance des abonnements aux comptes et pages de la FCFA.
- Formuler des stratégies concrètes pour gérer un calendrier de publication particulièrement chargé.

Livrables

La firme ou le consultant retenu devra fournir:

1. Une consultation initiale avec l'équipe des communications de la FCFA afin de déterminer les besoins.
2. Un rapport d'audit détaillé comprenant:
 - Un diagnostic clair de chaque plateforme;
 - Une analyse transversale de la stratégie de communication;
 - Des constats appuyés par des données et observations;
 - Des recommandations structurées tenant compte des capacités organisationnelles et ressources disponibles.

3. Une présentation du rapport et des recommandations à l'équipe des communications.
4. Le travail doit être réalisé exclusivement en français.

Échéancier

La FCFA souhaite que l'audit soit terminé le 30 avril 2026.

Éléments à inclure dans votre proposition

- Une courte présentation de votre firme : date de création, équipe, principaux projets réalisés. Votre compréhension du mandat et de ses enjeux.
- Une section sur la méthodologie proposée.
- Un plan de travail s'échelonnant jusqu'à la finalisation du projet.
- Un budget présentant le détail des coûts (avant taxes)
- Deux références de clients pour lesquels votre firme a réalisé des mandats d'envergure comparable.

Critères de sélection

Il est à noter que les soumissions reçues seront examinées en tenant compte des éléments suivants :

- Coût et rapport qualité prix
- Qualité et pertinence de la méthodologie proposée
- Expérience et expertise du ou de la soumissionnaire
- Conformité aux spécifications
- Calendrier proposé

Droit à l'attribution

La FCFA se réserve le droit d'accepter ou décliner toute soumission, d'attribuer plus d'un contrat ou de ne pas en attribuer du tout, et ce dans le meilleur intérêt de l'organisme et du projet. Tout contrat attribué en relation avec cet appel de propositions incorporera les exigences et spécifications mentionnées dans l'appel de propositions ainsi que le contenu de la soumission du soumissionnaire, tel qu'accepté par l'organisme.

Les soumissionnaires qui entreprennent le processus d'appel de propositions le font sans aucune attente de compensation financière pour le temps investi dans la création de leur soumission. La FCFA se réserve par ailleurs, le droit de modifier le présent appel de propositions ou d'ajouter des éléments à son contenu, auquel cas, les soumissionnaires seront préalablement informés. Tout matériel produit dans le cadre de ce projet appartient exclusivement à la FCFA.

Contact

Pour tout renseignement complémentaire, veuillez communiquer directement avec Serge Quinty à l'adresse squinty@fcfa.ca.