

CAHIER DES CHARGES

Formation à l'élaboration d'un plan de communication stratégique sur les réseaux sociaux des Ligues régionales de football

Institut Emploi Formation du Football (IEFF) – EURL | Septembre 2026

1. Contexte et objectifs

L'Institut Emploi Formation du Football (IEFF), en collaboration avec la Direction du Football Amateur et des Territoires (DFAT) de la Fédération Française de Football, souhaite organiser une formation à destination des chargés de communication des Ligues régionales de football.

Les Ligues régionales disposent de contextes, d'organisations, de ressources et d'enjeux de communication variés. Dans un environnement où les réseaux sociaux occupent une place centrale dans la visibilité, l'engagement et la relation avec les différentes parties prenantes, il apparaît nécessaire d'accompagner les professionnels de la communication dans la structuration de leur stratégie digitale.

L'IEFF souhaite ainsi sélectionner prestataire/sous traitant de formation capable de concevoir et d'animer une formation permettant aux participants de construire et piloter un plan de communication stratégique sur les réseaux sociaux, cohérent avec les objectifs, les publics cibles et le positionnement de leur Ligue, et pleinement intégré dans une stratégie de communication globale.

2. Prestations attendues

Le prestataire retenu assurera la conception pédagogique, la production des contenus et l'animation de la formation. Il devra notamment :

- proposer un programme et un déroulé pédagogiques détaillés, centrés sur la construction et le pilotage d'une stratégie de communication sur les réseaux sociaux ;
- concevoir les supports, méthodes et outils nécessaires à la formation ;
- animer la journée de formation et, si l'option est retenue, les deux visioconférences préparatoires ;
- proposer des exercices et mises en situation permettant aux participants de construire progressivement un plan de communication stratégique sur les réseaux sociaux, adapté aux enjeux, aux publics et aux ressources de leur Ligue ;
- permettre aux participants d'articuler cette stratégie réseaux sociaux avec le plan de communication global de leur Ligue ;
- fournir des outils directement mobilisables à l'issue de la formation, notamment pour la définition des objectifs, l'identification des cibles, le choix des réseaux et formats, la planification des contenus et le suivi des performances ;
- évaluer les acquis des participants et transmettre un bilan pédagogique à l'IEFF.

L'IEFF assurera le pilotage du projet, en lien avec la DFAT, et la validation du programme et des contenus. Les intervenants devront justifier d'une expertise en stratégie de communication et réseaux sociaux et de compétences en animation de formations professionnelles.

Une expérience dans l'accompagnement de structures sportives constituera un atout majeur.

INSTITUT EMPLOI FORMATION DU FOOTBALL

3. Public et organisation

Public et effectif	20 à 25 chargés de communication des Ligues régionales de football
Format	Une journée de formation de 8 heures ; possibilité de mobiliser en amont deux visioconférences préparatoires d'une heure chacune.
Date	Mercredi 9 décembre 2026 en présentiel
Lieu	À confirmer prochainement ; Zone Toulouse ou Montpellier.

Le prestataire confirmera sa disponibilité sur la période envisagée et précisera, le cas échéant, l'intérêt pédagogique des visioconférences préparatoires.

4. Objectif général

À l'issue de la formation, chaque participant sera capable d'élaborer un plan de communication stratégique dédié aux réseaux sociaux, cohérent avec la stratégie globale de communication de sa Ligue régionale et adapté à ses enjeux, ses publics et ses ressources.

5. Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, les participants devront être capables de :

1. Analyser les pratiques et le positionnement de leur Ligue sur les réseaux sociaux, au regard de ses enjeux de communication, de ses publics cibles, de ses ressources et de sa stratégie globale ;
2. Définir une stratégie de communication sur les réseaux sociaux, en déterminant des objectifs mesurables, des publics prioritaires, un positionnement et une ligne éditoriale adaptés ;
3. Construire un plan d'action opérationnel pour les réseaux sociaux, en sélectionnant les plateformes, les formats et les contenus pertinents et en organisant leur déploiement dans le temps ;

Mesurer et piloter la performance de la stratégie mise en œuvre, à partir d'indicateurs de suivi adaptés, afin d'identifier les actions efficaces et d'ajuster le plan de communication.

6. Modalités pédagogiques attendues

L'IEFF souhaite privilégier une approche pédagogique active, participative et directement ancrée dans les réalités professionnelles des Ligues régionales.

La formation devra notamment s'appuyer sur :

- des mises en situation et des études de cas issues du contexte des Ligues ;
- des ateliers pratiques favorisant l'appropriation des méthodes et des outils ;
- des travaux individuels et collaboratifs ;

Les activités proposées devront permettre à chaque participant d'avancer concrètement sur son propre plan de communication tout au long de la formation.

7. Contenu attendu des offres

Les organismes transmettront une proposition technique et financière comprenant :

- Une présentation de l'organisme, de son expertise et de ses références, notamment auprès de structures sportives le cas échéant ;
- Le programme, les objectifs, les méthodes, le déroulé et les modalités d'évaluation proposés ;
- Le CV des intervenants et leurs expériences professionnelles et pédagogiques ;
- Les modalités d'intervention, le calendrier de conception et la disponibilité sur la période envisagée ;
- Un devis détaillé distinguant conception pédagogique, production des supports et animation de la journée.

Les deux visioconférences préparatoires seront chiffrées séparément en option. Les frais éventuels de déplacement et d'hébergement seront également présentés séparément. Les modalités de remise et les droits de réutilisation des supports seront précisés lors de la contractualisation.

8. Critères d'analyse des offres

Expertise professionnelle	Expérience en stratégie de communication et réseaux sociaux et compétences des intervenants.
Qualité pédagogique	Pertinence du programme, des méthodes et de l'approche opérationnelle au regard des objectifs.
Connaissance du secteur sportif	Expérience auprès de structures sportives et compréhension de leurs enjeux ; critère d'appréciation non éliminatoire.
Proposition financière	Coût global et cohérence du devis avec les prestations proposées.
Organisation	Disponibilité et capacité à respecter le calendrier envisagé.

9. Modalités de réponse

Date limite de réception des propositions : 21 octobre 2026, à 23h59.

Transmission par courriel à : vcoudert@fff.fr ; tchesneau@fff.fr ; dcarrel@fff.fr.

Contact pour les questions relatives à la consultation : Valentin COUDERT : vcoudert@fff.fr.

L'IEFF pourra demander des précisions aux candidats et organiser des échanges complémentaires. Il se réserve la possibilité de ne pas donner suite à la consultation. La remise d'une offre ne constitue pas un engagement de contractualisation de la part de l'IEFF.