



Chambre de Commerce et d'Industrie de Guyane
Place de l'Esplanade
B.P. 49
97321 Cayenne Cedex
www.marches-publics.gouv.fr

MARCHE DE SERVICES

CAHIER DES CLAUSES PARTICULIERES

**Consultation relative à la Communication
Digitale et Éditoriale de la CCI Guyane, du
CFA de la CCI Guyane et de l'EGC Guyane**

CCIG973-1025

1. STRUCTURE GENERALE DE LA CONSULTATION

1.1 Identification du marché Objet du Marché

Le présent marché a pour objet la conception, la mise en œuvre, l'animation et l'évaluation de la communication digitale et éditoriale de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Région Guyane (CCI Guyane) de son Centre de Formation d'Apprentis (CFA), et de son Ecole de Gestion et de Commerce (EGC BS Guyane)

Les prestations attendues incluent :

- La création, la refonte, la gestion et l'animation des supports digitaux (sites internet, réseaux sociaux)
- La production régulière de contenus éditoriaux (articles, posts, tribunes, reportages)
- La définition et l'entretien d'une stratégie éditoriale différenciée par entité
- La couverture événementielle et la valorisation des actions
- La veille médiatique, sectorielle et législative proactive
- L'accompagnement SEO et l'optimisation continue
- Le community management sur l'ensemble des réseaux concernés
- Le reporting analytique détaillé et le suivi de la performance

1.2 Forme du Marché et Durée du Marché :

Le Marché public de services est divisé en 2 lots distincts.

Le marché public a une durée de 12 mois à compter de la notification du marché, renouvelable trois fois par période de 12 mois, sans pouvoir excéder une durée totale de 48 mois.

La reconduction s'effectue de façon tacite, sauf dénonciation motivée notifiée par lettre recommandée avec préavis de deux mois avant l'échéance annuelle.

Le titulaire ne peut refuser la reconduction du marché et ne peut prétendre à aucune indemnité du fait de la non-reconduction du marché.

Le contrat est conclu avec un maximum en valeur. Le maximum fixé ci-dessous concernant la première période : 36 000 HT

Le Titulaire reconnaît être parfaitement informé que le taux de variation, à la hausse comme à la baisse, de ces maxima est au plus égal à 5% par rapport aux maxima définis pour la première période contractuelle.

Le titulaire est engagé à concurrence du maximum.

A titre indicatif, le début des prestations est prévu au 1er janvier 2026.

1.3 Procédure du Marché :

Procédure adaptée, conformément aux articles L.2123-1 et R.2123-1 du Code de la commande publique, incluant des critères qualitatifs renforcés et une pondération adaptée à la dimension technique et stratégique des prestations.

1.4 Référence réglementaire Réglementation applicable au 1^{er} janvier 2025, conformément :

- Au Code de la commande publique, notamment ses articles L.2123-1, R.2123-1 et suivants
- Aux seuils de procédures adaptées en vigueur à la date de lancement de la consultation
- Aux exigences de dématérialisation des échanges et de la publication

1.5 Division en lots

Lot 1 : Communication digitale et site internet du CFA et de l'EGC BS Guyane de la CCI Guyane

- Conception, réalisation, maintenance et optimisation d'un site internet distinct entièrement dédié au CFA et à l'EGC BS Guyane (hébergement, accessibilité, actualisation, conformité RGPD)
- Community management global et production régulière de contenus sur les réseaux sociaux spécifiques du CFA et de l'EGC BS Guyane (au minimum : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok - d'autres canaux à proposer le cas échéant pour pertinence sectorielle)
- Reporting analytique dédié, pilotage des KPI et recommandations d'actions
- Organisation de la veille thématique formation/apprentissage/métiers porteurs et prise d'initiative éditoriale

Lot 2 : Communication institutionnelle et politique de la CCI Guyane

- Animation et gestion complète des réseaux sociaux institutionnels CCI Guyane (au minimum : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok)
- Production éditoriale diversifiée : articles de blog, tribunes présidentielles et valorisation d'événements
- Couverture (production et reporting) des temps forts institutionnels, économiques et événementiels

- Organisation et restitution d'une veille sectorielle, médiatique et législative continue, apport de sujets de communication en adéquation avec l'actualité et la stratégie territoriale
- Mise en œuvre d'une démarche d'amélioration continue, optimisation SEO de l'ensemble des supports digitaux institutionnels, reporting analytique séparé

Pour chaque lot, la responsabilité éditoriale, la capacité d'initiative (veille, suggestions de thématiques, proactivité en cas de carence de contenu fourni par l'acheteur) et la rigueur du reporting constituent des critères majeurs de la prestation.

2. DOCUMENTS CONSTITUTIFS DU DOSSIER

2.1 Pièces administratives

- Règlement de consultation (RC)
- Acte d'engagement (AE)
- Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP)
- Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP)

2.2 Pièces techniques spécialisées

Annexe 1 : Charte graphique, identité visuelle CCI Guyane du CFA et de l'EGC BS Guyane

- Charte graphique institutionnelle CCI Guyane (couleurs, logos, polices, règles d'usage)
- Création ou refonte de l'identité visuelle du CFA et de l'EGC BS Guyane : cadrage, guide de déclinaison, trames visuelles
- Documents de référence pour la cohérence multi-canal et l'intégration digitale

Annexe 2 : Données statistiques de trafic et d'engagement des supports existants

- Données d'audience du site institutionnel et (le cas échéant) des réseaux sociaux : nombre de visites, taux d'engagement, répartition des audiences, best practices antérieures
- Etude analytique de départ pour objectiver le suivi de performance

Annexe 3 : Calendrier prévisionnel des événements institutionnels/formation

- Planning annuel des temps forts institutionnels, économiques et de formation (portes ouvertes des 2 écoles, campagne d'inscription, mobilité Erasmus stages, remise des diplômes, ateliers de professionnalisation, les résultats et projets pédagogiques, forums métiers, tribunes, événements B2B...)
- Liste indicative servant à la planification éditoriale, à la couverture événementielle et à la lisibilité des missions auprès des soumissionnaires

3. CADRAGE DU BESOIN & DISPONIBILITÉ DES PRESTATIONS

3.1 Volumétrie minimale et nature des contenus attendus

Afin de garantir une présence digitale régulière, cohérente et performante pour les deux entités (CCI Guyane, EGC BS Guyane et CFA), le titulaire du marché s'engage, pour chaque lot, à respecter les seuils suivants :

- Blog et rédaction SEO
 - Production de 5 articles de blog par mois et par lot, soit un minimum de 120 articles par an et par lot (contenus originaux optimisés pour le référencement, validés par la CCI Guyane, intégration de mots-clés stratégiques, respect de la ligne éditoriale et des saisonnalités thématiques).
- Animation réseaux sociaux majeurs
 - 3 publications statiques (carrousel, post simple) hebdomadaires par réseau et par lot (au minimum : Facebook, LinkedIn et Instagram).
 - Gestion et modération des interactions.
- Tribunes présidentielles
 - Rédaction, relecture et diffusion de 12 tribunes/an pour le président ou la présidente de la CCI Guyane en lien avec l'actualité institutionnelle, politique, économique ou entrepreneuriale (volet influence et positionnement).
- Couverture événementielle
 - 12 couvertures événementielles/an/lot (reportage photo/vidéo, rédaction d'articles de synthèse, lives sociaux, publication de contenus dérivés).
 - Livrables attendus : une vidéo de synthèse de 1-3 minutes, posts "bilan" pour chaque événement, diffusion multicanale.

3.2 Obligation de veille et d'initiative éditoriale

- Veille sectorielle
 - Veille continue sur le secteur entrepreneurial, la formation professionnelle et l'actualité institutionnelle locale/nationale.
 - Synthèse régulière des tendances, signaux faibles, opportunités, innovations, sujets de mobilisation ou de crise.
- Initiative éditoriale obligatoire

- Le titulaire doit apporter une force de proposition permanente, soumettre mensuellement des calendriers éditoriaux prévisionnels et s'engager à générer ou suggérer tout sujet pertinent, sans dépendre d'un apport préalable de contenus CCIG (hors refus formel motivé de la part du pouvoir adjudicateur).

3.3 Création, entretien et optimisation des sites web du CFA et de l'EGC BS Guyane

- Conception, lancement et maintenance technique d'un site internet dédié au CFA, et à l'EGC BS Guyane totalement autonome de celui de la CCI Guyane institutionnelle (hébergement, RGPD, accessibilité, évolutivité, mise à jour fonctionnelle et graphique).
- Optimisation continue : adaptation au SEO, intégration régulière de nouveaux contenus, actualisation fréquentielle des actualités, témoignages, ressources.
- Réalisation et suivi : élaboration du cahier des charges fonctionnel, reporting technique, suivi des performances et ajustements trimestriels.

3.4 Processus de validation, workflow et reporting

- Processus de validation clair
 - Tous les contenus produits devront être soumis à validation écrite du service communication de la CCI Guyane dans un délai maximum contractuellement défini (ex : 5 jours ouvrés). Passé ce délai, la validation est tacite sauf opposition formelle écrite.
 - Réunions bimensuelles de synchronisation ou de validation du calendrier éditorial (en visio ou présentiel).
- Workflow de reporting/KPI/suivi de performance
 - Mise en place d'un espace partagé de suivi (tableau de bord en temps réel, outils collaboratifs pour validation, archivage, historique des modifications).
 - Livrables de reporting mensuels : bilan des publications, KPIs quantitatifs (nombre de contenus, engagement, reach, trafic), analyse qualitative (performances, pistes d'optimisation, audience touchée), recommandation d'axes de progrès.
 - Audit trimestriel croisé CCI Guyane /prestataire pour adaptation et montée en puissance.

NB : Toutes ces obligations sont contractuelles et pourront entraîner, en cas de manquement avéré et non justifié, l'application de pénalités reportées dans le CCAP.

4. EXIGENCES QUALITATIVES RENFORCÉES

4.1 Obligation de proposition et de créativité (clause CCTP)

Le titulaire du présent marché s'engage expressément à :

- Proposer, réaliser et entretenir une programmation éditoriale régulière, structurée et innovante, fondée sur une veille dynamique, approfondie et spécifique au tissu entrepreneurial, institutionnel et sectoriel de la Guyane.
- Prendre l'initiative de la production et de la planification des contenus pour tous les canaux couverts par le marché (sites web, réseaux sociaux, publications blog, tribunes, supports événementiels), sans dépendre d'une sollicitation préalable ou d'un apport de contenu par la CCIG – sauf décision écrite et expressément motivée du service communication notifiée dans les délais convenus.
- Maintenir une démarche proactive : en matière de suggestions thématiques, de formats et de campagnes, et en matière de veille sur l'actualité locale, nationale ou sectorielle à potentiel de valorisation institutionnelle.

4.2 Engagement sur la quantité et la qualité

- Le titulaire garantit le respect du volume contractuellement imposé (cf. volumétrie minimale fixée à l'article « Cadrage du besoin » du présent dossier) ainsi que la cohérence, la pertinence, la qualité rédactionnelle et la valeur ajoutée des contenus livrés sous toutes leurs formes.
- En cas de refus d'un contenu, la CCI Guyane motivera son refus par écrit dans les délais contractuels. Passé ce délai, le contenu est réputé validé et mis en œuvre par le titulaire.
- Le processus de validation et d'ajustement éditorial s'appuie sur un workflow clair, partagé et traçable.

4.3 Reporting quantitatif et qualitatif mensuel

- Le titulaire s'engage à fournir à la CCI Guyane, chaque mois, des tableaux de bord analytiques comprenant :
 - Nombre de contenus livrés par canal/lot
 - Taux de publication versus calendrier théorique
 - Indicateurs d'engagement, d'audience, d'impact et de partages, avec analyse qualitative
 - Points de blocage éventuels, ajustements ou préconisations d'optimisation éditoriale

4.4 Processus de sanction contractuelle

- Tout manquement avéré, récurrent ou non justifié par écrit à l'un des engagements qualitatifs (quantitatif, proactivité, délai, qualité rédactionnelle, reporting) pourra entraîner l'application de pénalités prévues au CCAP, voire, en cas de récidive, une résiliation anticipée pour faute.
- Les pénalités seront proportionnées au préjudice objectif constaté, conformément aux principes du Code de la commande publique.

4.5 Veille médiatique et réactivité

- Le titulaire doit mettre en œuvre une veille quotidienne, exhaustive et proactive sur :
 - L'ensemble du secteur économique et institutionnel guyanais
 - L'actualité des métiers, de la formation et des partenaires stratégiques
 - Les évolutions réglementaires, opportunités, signaux faibles ou crises émergentes
- Une capacité de réaction en moins de 3 heures est exigée pour toute actualité qualifiée de « stratégique » par la CCI Guyane ou le prestataire lui-même (communication de crise, opportunité de valorisation, gestion de l'image ou de la réputation, incident touchant la structure ou ses publics).
- Le titulaire adressera en complément à la CCIG, une synthèse de veille analytique chaque mois (tendances, sujets émergents, préconisations éditoriales pour les contenus à venir).

5. DISPOSITIONS FINALES ET GARANTIES

5.1 Confidentialité, conformité RGPD, droits d'auteur

Le titulaire du marché est soumis à une obligation absolue de confidentialité couvrant l'ensemble des informations, données, documents et contenus auxquels il aurait accès ou qu'il produirait dans le cadre du présent marché, pendant toute sa durée et après son expiration.

Il s'engage également à :

- Respecter l'ensemble de la législation en vigueur sur la protection des données personnelles (RGPD), tant pour la collecte, que pour le traitement, l'hébergement et la diffusion de données sur les supports digitaux de la CCI Guyane de l'EGC BS Guyane et du CFA ;
- Informer sans délai la CCI Guyane de toute faille de sécurité, violation de données ou tentative d'intrusion ;
- Garantir la conformité de l'ensemble des traitements, canaux, plateformes et sites à la réglementation européenne et nationale ;

- Respecter les droits des personnes photographiées/interviewées dans tout contenu livré : droits à l'image, consentement et information.

Toutes les créations (textes, photos, graphiques, vidéos, logiciels, créations originales) réalisées dans le cadre du marché seront, dès leur livraison, cédées à titre exclusif et définitif à la CCI Guyane. Cette cession intervient en pleine propriété et pour l'ensemble des supports, usages et durées prévus par la législation en vigueur. Le titulaire garantit la CCI Guyane contre toute action de tiers relative à la titularité des droits sur les œuvres ou supports produits.

5.2 Plan de communication d'urgence

Le titulaire devra proposer, valider et actualiser avec la CCI Guyane un plan de communication d'urgence permettant notamment :

- D'agir sous 3 h en cas de crise, incident de communication sensible ou atteinte à la réputation de la CCI Guyane de l'EGC BS Guyane ou du CFA ;
- D'activer des process de gestion de crise (répartition des responsabilités, chaîne de validation, plan de communication interne/externe/adaptation digitale, templates de communiqués) ;
- De s'assurer de la disponibilité effective d'un référent du titulaire pour coordination avec la direction de la communication de la CCI Guyane.

5.3 Propriété des contenus créés / cession de droits

Tous les droits de propriété intellectuelle sur les contenus, outils, développements, interfaces, gabarits, images, vidéos, animations ou textes produits dans le cadre de l'exécution du marché sont transférés à la CCI Guyane au fur et à mesure de leur création, sans restriction de durée ni de support, pour le monde entier, et ce dès règlement effectif de la prestation ou livraison. Le titulaire s'assure que ses salariés, sous-traitants, partenaires et ayants droit cèdent également leurs droits à la CCI Guyane dans les mêmes conditions. Il reste garant à cet égard pendant toute la durée du marché et postérieurement en cas de contestation.

5.4 Modalités de cessation/transfert en fin de marché

À la cessation du marché pour quelque cause que ce soit (fin de contrat, non-reconduction, résiliation), le titulaire est tenu de :

- Restituer à la CCI Guyane l'ensemble des données, contenus, statistiques d'audiences, codes d'accès, codes sources, identifiants, archives, outils, fichiers originaux (sources graphiques, vidéos, etc.) relatifs à toutes les prestations réalisées.

- Fournir un rapport de fin de mission détaillé recensant les actions menées, l'état des différents supports, les accès techniques, et des préconisations pour la continuité des services.
- Collaborer loyalement avec tout nouveau prestataire désigné par la CCI Guyane (ou avec le service communication interne) pour assurer la migration technique, éditoriale et documentaire : transfert des droits Administrateurs sur les sites, réseaux sociaux, hébergements, bases de données, reporting d'audience, historique analytique.
- Détruire toute copie des données de la CCI Guyane de l'EGC BS Guyane ou du CFA restant en sa possession (hors conservation imposée par une obligation légale ou fiscale), et en fournir attestation écrite.

6. CONTENU DU MÉMOIRE TECHNIQUE EXIGÉ

Dans le strict respect du Code de la commande publique et pour répondre de façon pertinente aux enjeux de la CCI Guyane de l'EGC BS Guyane et du CFA, chaque soumissionnaire présentera un mémoire technique comprenant impérativement les éléments suivants, selon la structuration décrite ci-après :

A. Compréhension des enjeux (25 pages maximum)

- Analyse des missions consulaires et de la formation à la CCI Guyane
Présentation de la compréhension globale :
 - Missions, périmètre réglementaire du champ consulaire, positionnement du CFA, et de l'EGC BS Guyane dans l'écosystème local.
 - Identification des objectifs stratégiques (accompagnement économique, développement des compétences, notoriété territoriale/institutionnelle...).
 - Lecture critique du contexte guyanais (enjeux entrepreneuriaux, socio-économiques, opportunités/contraintes territoriales).
- Diagnostic de l'existant digital
 - Analyse de la présence numérique actuelle (sites web, réseaux sociaux, interactions, référencement).
 - Audit SWOT synthétique des forces/faiblesses, opportunités/risques.
 - Relevé quantitatif et qualitatif (notoriété, outils, audiences, engagement, points de blocage rencontrés dans l'existant).
- Stratégie de différenciation CFA, EGC BS Guyane / institutionnel
 - Justification du choix de séparer les écosystèmes digitaux.
 - Spécificités éditoriales, segmentation des cibles, parcours utilisateurs différenciés.
 - Proposition schématique d'arborescences et d'expériences numériques respectives.

B. Stratégie éditoriale & production (40 pages maximum)

- Planification éditoriale annuelle
 - Construction d'un calendrier éditorial sur 12 mois, intégrant tous les temps forts de l'activité consulaire et de formation.
 - Proposition d'au moins 312 sujets éditoriaux (156 par lot) : blog, réseaux sociaux, tribunes, contenus événementiels et institutionnels.
 - Répartition thématique, saisonnalité, mixité des formats.
- Ligne éditoriale spécifique pour chaque canal
 - Présentation d'une ligne éditoriale différenciée pour chaque réseau social, le blog et le site web de l'EGC BS Guyane et du CFA.
 - Exemples de déclinaisons thématiques, tonalités, formats adaptés à chaque support/cible.
- Stratégie de référencement naturel (SEO)
 - Approche détaillée pour assurer le positionnement prioritaire du CFA, et de l'EGC BS Guyane sur « CFA Guyane » « EGC BS Guyane » et mots-clés stratégiques équivalents pour l'institutionnel.
 - Méthodologie : étude sémantique, optimisation des contenus produits, maillage interne, cocons thématiques, suivi et ajustements trimestriels.
 - Indicateurs cibles de trafic organique et d'évolution du positionnement.

C. Moyens humains et techniques (15 pages maximum)

- Équipe dédiée et expertises/curriculums
 - Présentation nominative de l'équipe affectée au marché : directeur du projet, community managers, rédacteurs, référenceurs, graphistes/vidéastes...
 - CV synthétiques, expériences similaires, certifications spécifiques et justification de la complémentarité.
- Outils de production, de veille et de reporting proposés
 - Solutions employées pour la planification éditoriale, l'optimisation collaborative, la veille sectorielle/médiatique, et la production de contenus multimédias.
 - Description des outils de suivi et d'analyse (tableaux de bord, KPI, outils SEO, plateformes de social listening...).
- Processus de suivi, de validation et de coordination
 - Workflow de production et de validation des contenus associé à des engagements de délai.

- Organisation des réunions bilatérales et reporting contractuel mensuel/trimestriel.
- Mode d'adaptation en cas d'actualité urgente, de modification de planning ou de crise, en garantissant autonomie de proposition et réactivité.

Chaque soumissionnaire veillera à la clarté, à la structuration, au réalisme et à la dimension opérationnelle de son mémoire, la note technique reposant essentiellement sur ces critères concrets et mesurables.

7. CRITÈRES D'ATTRIBUTION PONDÉRÉS

Afin de garantir une mise en concurrence équitable et transparente, l'attribution du marché sera effectuée selon la pondération suivante :

7.1 Critère 1 : Valeur technique (60 %)

Pertinence de la stratégie éditoriale proposée (20 %)

Évaluation de la compréhension des enjeux de la CCI Guyane de l'EGC BS Guyane et du CFA, de la différenciation des approches, de la capacité à décliner une ligne éditoriale proactive, innovante, ancrée dans la réalité entrepreneuriale, institutionnelle et territoriale guyanaise. Analyse de la démarche de veille, des exemples concrets de sujets proposés, de la capacité à répondre sans inertie à l'actualité.

Qualité/calendrier éditorial (15 %)

Vérification de la cohérence et du détail du calendrier annuel proposé : adéquation avec le volume minimal exigé, prise en compte des événements sectoriels, mixité des formats prévus, souplesse d'adaptation. Réalisme de la planification opérationnelle et capacité à garantir une continuité éditoriale toute l'année.

Expertise SEO (15 %)

Examen du dispositif et des outils proposés pour garantir la visibilité organique, la pertinence des mots-clés, l'originalité et l'indexabilité des contenus produits (web/CFA, blogs, sociaux). Appréciation de l'expérience sur des dispositifs similaires en BtoB/institutionnels.

Capacité de production autonome/originale (10 %)

Évaluation de la structuration de l'équipe, des moyens mobilisés, méthode de force de proposition (workflow éditorial, reporting, management interne). Capacité démontrée à produire des contenus multiplateformes sans sollicitation continue du donneur d'ordre.

7.2 Critère 2 : Prix des prestations (40 %)

Décomposition détaillée et cohérence avec l'exigence

Analyse de la transparence du chiffrage (par lot, par livrable), de l'alignement avec la volumétrie demandée et de la compétitivité sectorielle des tarifs proposés. Adaptation du budget aux prestations stratégiques (création, animation, événementiel, reporting, SEO).

La note finale sera établie selon la formule suivante :

$$\text{Note totale} = (\text{note technique} \times 0,6) + (\text{note financière} \times 0,4)$$

Le choix de l'attributaire sera lié à l'offre présentant le meilleur rapport qualité/prix pour chaque lot, conformément au Code de la commande publique.