



Cahier des Charges d'un MAPA (Marché à Procédure Adaptée) pour création d'une plateforme de marque (positionnement stratégique de communication) l'OTI Dembeni Mamoudzou

Nom du projet : Création et déploiement d'une plateforme de marque de l'OTI Dembeni-Mamoudzou

Budget alloué : 29 000 € TTC

Durée estimée de la mission : 3 mois

Maîtrise d'ouvrage : Office de Tourisme Intercommunal Dembeni-Mamoudzou (OTI CADEMA)

Lot concerné : Identité, positionnement, création de supports et déploiement

Date de publication : 24 SEPTEMBRE 2025

Date limite de réception d'offre : 15 OCTOBRE 2025 minuit

1. Contexte et Objectifs

Contexte

Le territoire de Dembeni-Mamoudzou souhaite se doter d'une **plateforme de marque touristique forte**, capable de refléter la richesse culturelle, naturelle et humaine du territoire. Située à Mayotte, cette destination doit affirmer sa singularité dans un environnement insulaire, multiculturel et concurrentiel.

Objectifs

Objectif principal	Objectifs secondaires
Définir une marque territoriale forte et fédératrice pour le territoire de la CADEMA en respectant le positionnement stratégique de communication induit par le territoire et décidé par les membres du comité de direction de l'OTI Dembeni Mamoudzou.	• Renforcer la visibilité locale, régionale, nationale et internationale • Promouvoir les atouts du territoire (plages, nature, culture, hospitalité) • Structurer une communication cohérente sur tous les supports • Soutenir le développement économique via le tourisme

2. Périmètre de la mission

La mission se décompose en 6 grandes étapes :

1. Diagnostic et audit de marque

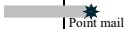
- Analyse de l'existant (identité actuelle, communication, perception)

- Étude des cibles (habitants, touristes, partenaires, diaspora)
- Benchmark concurrentiel (autres destinations insulaires)
- 2. Définition de la plateforme de marque**
 - Vision, mission, promesse, valeurs, personnalité
 - Proposition de nom ou slogan (le cas échéant)
 - Positionnement narratif et stratégique
- 3. Création de l'identité visuelle et verbale**
 - Logo, couleurs, typographies, iconographie
 - Ton éditorial, messages clés, storytelling
 - Charte graphique et éditoriale complète
- 4. Création des supports de communication**
 - Templates pour les réseaux sociaux (Instagram, Facebook, LinkedIn), affiches, brochures, flyers, kakémono, bannières, carte de visite
 - Panneaux d'accueil, signalétique, PowerPoint, signatures mail
 - Maquette d'un mini-site ou page vitrine de la marque
- 5. Déploiement et transfert de compétences**
 - Plan de déploiement (calendrier, priorités, recommandations)
 - Formation de l'équipe (prise en main, gabarits, outils numériques)
- 6. Livrables attendus**
 - Plateforme de marque (PDF complet)
 - Identité graphique et charte d'usage
 - Supports types (physiques et digitaux)
 - Gabarits et éléments réutilisables
 - Plan de déploiement avec calendrier et budget par poste

3. Déroulement et durée estimée

Calendrier condensé sur 3 mois, début souhaité pour le 20 octobre 2025, restitution finale le 20 janvier 2026.

Phase	Durée	Semaines	Commentaires
1. Lancement & diagnostic	3 semaines	Semaines 1 à 3	Réunions, audit, benchmark
2. Positionnement & création identité	3 semaines	Semaines 4 à 6	Plateforme de marque + 1res pistes visuelles
3. Conception des supports	3 semaines	Semaines 7 à 9	Brochures, flyers, kakemono, bannières templates, réseaux sociaux Instagram, facebook, linkedin
PAUSE CONTRACTUELLE			23 décembre 2025 et 4 janvier 2026 (aucune exigence de livrable pendant cette période)
4. Tests, retours, corrections	2 semaines	Semaines 10 à 11	Aller-retour pour ajustements
5. Formation & transfert	1 semaine	Semaine 12	Remise finale, session avec l'équipe OTI

Phase	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier
1. Lancement & diagnostic				
2. Positionnement & création identité				
3. Conception des supports				
4. Tests, retours, corrections				
5. Formation & transfert				

Remarques :

- **Chevauchements possibles** : les phases 2 et 3 peuvent commencer en parallèle sur certains livrables (ex : ligne éditoriale et templates).
- Le livrable principal "**Plateforme de marque**" peut être validé dès la semaine 6 (14 novembre).
- La **flexibilité** des équipes locales pour valider rapidement est essentielle pour tenir ce calendrier.

4. Budget indicatif par poste

Poste / tâche	Pourcentage fixe	Montant estimé
Diagnostic & études	12 %	3 480 €
Création de l'identité visuelle / verbale	28 %	8 120 €
Création des supports (brochures, etc.)	30 %	8 700 €
Web / numérique	20 %	5 800 €
Formation, transfert, imprévus	10 %	2 900 €

5. Critères de sélection du prestataire

Critère	Pondération (%)	Justification
Qualité créative & originalité de l'identité visuelle + intégration culturelle locale	20 %	Permet de valoriser l'identité unique de Mayotte, les motifs, couleurs, langues locales, pour différencier la marque.
Pertinence de la méthodologie proposée (processus, étapes, livrables)	20 %	Assure une démarche structurée, maîtrisée, transparente ; réduit les risques de retard ou dérapage.
Références similaires – branding territorial / office de tourisme / collectivités	15 %	Permet de mesurer l'expérience et la capacité à produire des travaux similaires de qualité.
Expérience et compétences de l'équipe attribuée (référence + personnels clés)	10 %	Permet de vérifier que les personnes affectées au projet disposent des compétences nécessaires.
Respect du planning (jalons intermédiaires + date finale)	10 %	Critère essentiel pour garantir la tenue des échéances définies, éviter les retards.
Budget proposé / rapport qualité-prix global	10 %	Permet de comparer les offres sur leur coût mais aussi leur valeur ajoutée.
Capacité à travailler localement / interlocuteur local ou proximité	5 %	Facilite échanges, compréhension du contexte, réactivité locale. Légitime mais n'exclut pas les candidats hors territoire
Durabilité, respect environnemental ou inclusion des langues locales	5 %	Encourage l'offre à intégrer des aspects durables et culturels, importants pour le territoire.
Assurance professionnelle + garanties légales / solidité financière	5 %	Permet de s'assurer de la fiabilité financière et de la couverture des risques.

6. Contraintes spécifiques

- Intégration de la **culture et langue mahoraise** (shimaoré, kibushi, français, anglais)
- Formats livrables compatibles **print / digital / mobile**
- Prise en main simple par l'équipe de l'OTI
- Durabilité des supports (résistance au climat tropical)
- Délais de validation prenant en compte les **instances locales**

7. Suivi et évaluation

- Indicateurs : visibilité, satisfaction des prestataires, retombées économiques
- Réunions de validation à chaque étape clé
- Possibilité d'ajustements après retours terrain

8. Conditions administratives, contractuelles et juridiques

Le prestataire retenu devra impérativement respecter les conditions suivantes :

Engagements sur les délais

- Respect strict du **calendrier prévisionnel**, notamment la restitution finale prévue **au plus tard le mardi 20 janvier 2026**.
- Tout retard devra être **justifié par écrit** et validé par la maîtrise d'ouvrage.
- Un planning d'intervention détaillé sera fourni à la signature du contrat.
- En cas de retard imputable au prestataire sur une **phase intermédiaire** (jalon) telle que définie dans le calendrier contractuel, une pénalité de **€/jour** sera appliquée, à compter du lendemain de la date limite fixée pour ce jalon, comme décrit ci-dessous :

Phase	Durée / date limite	Montant journalier proposé
Diagnostic & audit – fin semaine 3	Date limite : 7 novembre 2025 - fin de la phase 1	50 €/jour de retard
Positionnement & identité – fin semaine 6	Date limite : 28 novembre 2025 - fin de la phase 2	70 €/jour de retard
Conception des supports – fin semaine 9	Date limite : 19 décembre 2025 - fin de la phase 3	70 €/jour de retard
Pause contractuelle	23 décembre 2025 au 4 janvier 2026	aucune exigence de livrable pendant cette période
Tests & corrections – fin semaine 11	Date limite : fin de la phase 18 janvier 2026	60 €/jour de retard
Date finale – 15 janvier 2026	Date finale de la mission 20 janvier 2026	100 €/jour de retard

Identité légale du prestataire

- Disposer d'un **n° SIRET français valide**, enregistré en tant que structure professionnelle (entreprise, micro-entreprise, association, etc.).
- Être **à jour de ses obligations sociales et fiscales**.
- Fournir un **extrait Kbis** ou **avis INSEE** de moins de 3 mois.

Assurance professionnelle

- Fourniture d'une **attestation d'assurance responsabilité civile professionnelle** et **assurance exploitation en cours de validité** couvrant l'ensemble de la mission.
- Le prestataire est responsable des dommages éventuels causés à des tiers dans le cadre de l'exécution de la mission.

Confidentialité et propriété intellectuelle

- Les livrables produits dans le cadre de cette mission deviendront la **propriété exclusive de l'OTI Dembeni-Mamoudzou**.
- Le prestataire s'engage à la **confidentialité** sur l'ensemble des éléments et informations obtenus durant la mission.

Pièces à fournir dans l'offre

- CV ou présentation des intervenants
- Portfolio ou références similaires

- Méthodologie d'intervention
- Calendrier prévisionnel
- Budget détaillé par phase
- Attestation d'assurance professionnelle
- Attestation de régularité fiscale et sociale
- Numéro SIRET