

APPEL D'OFFRES – CDÉNÉ

Stratégie de communication · Identité visuelle · Refonte du site web

Date d'émission: 4 décembre 2025

Date de fermeture: 26 janvier 2026 16h (HA)

Personne contact :

Béatrice Boudet

Gestionnaire communication

bboudet@cdene.ns.ca

1. CONTEXTE ET PRÉSENTATION DU CDÉNÉ

Le Conseil de développement économique de la Nouvelle-Écosse (CDÉNÉ) est un organisme sans but lucratif fondé en 1999. Il est le seul organisme francophone dédié au développement économique dans la province.

Le CDÉNÉ agit comme acteur rassembleur pour soutenir la vitalité économique de l'Acadie de la Nouvelle-Écosse et des communautés francophones en situation minoritaire. Son rôle est d'accompagner les individus, les entreprises et les collectivités dans leurs projets de développement, de croissance et d'intégration économique.

Le CDÉNÉ livre des services personnalisés et adaptés à une diversité de clientèles, pour assurer leur réussite économique, notamment :

- Chercheurs d'emploi, y compris ceux issus de régions rurales ou éloignées ;
- Employeurs, francophones et anglophones, de secteurs variés ;
- Immigrants économiques, qu'ils soient nouveaux arrivants ou candidats à la mobilité francophone ;
- Entrepreneurs, incluant la création d'entreprise, le repreneuriat et les entreprises touristiques ;
- Organismes communautaires et institutions éducatives ;
- Collectivités francophones en situation minoritaire, nécessitant un accompagnement adapté à leur contexte linguistique et minoritaire particulier.

À travers ses programmes et services, le CDÉNÉ contribue directement à :

- l'intégration au marché du travail ;
- la croissance économique locale ;
- la création et la consolidation d'entreprises ;
- la mise en valeur du tourisme acadien ;
- la rétention et l'attraction de main-d'œuvre francophone ;
- le renforcement des capacités économiques des communautés.

Certains de ces programmes ont leur propre communication et leur propre identité visuelle qu'il conviendrait d'articuler avec la charte graphique du CDÉNÉ:

- **CFA de Clare**
- **Nova Scotia Works**
- **Visitez Nouvelle-Écosse**

Dans un contexte de restructuration interne et de croissance des besoins en visibilité en externe, le CDÉNÉ souhaite définir et renforcer son positionnement, son identité visuelle et son site web afin de mieux remplir son mandat.

2. ENJEUX DE COMMUNICATION

A. Enjeux organisationnels et de positionnement

- Difficulté à différencier le CDÉNÉ des autres organismes offrant des services d'accompagnement à l'emploi ou au développement économique.
- Difficulté à toucher certaines audiences de manière efficace (chercheurs d'emploi, employeurs, entrepreneurs, collectivités rurales, immigrants, etc.).
- Audiences changeantes et aux besoins très différents.
- Reconnaissance limitée du CDÉNÉ en tant qu'acteur francophone central du développement économique provincial.
- Multiplicité de programmes et services entraînant une dilution du message et une compréhension limitée de « qui fait quoi ».
- Confusion fréquente entre la communication institutionnelle (CDÉNÉ) et la communication des services/programmes.

B. Enjeux linguistiques et culturels

- Présence d'une insécurité linguistique au sein de la population acadienne, nécessitant une approche inclusive, accessible et rassurante dans les communications.
- Diversité linguistique des publics (francophones, anglophones, bilingues, immigrants) nécessitant des messages adaptés.
- Besoins divergents entre la population immigrante et la population acadienne.

C. Enjeux d'harmonisation et de cohérence

- Manque d'uniformité dans le ton, la ligne éditoriale, les messages clés et les visuels.
- Plusieurs écosystèmes de marques cohabitent sans aucun lien direct ni cohérence de marque.
- Besoin d'une architecture de marque claire entre l'organisation (communication institutionnelle visant à faire rayonner le CDÉNÉ) et les activités (communication de services visant à avoir des inscriptions), incluant les services avec leur propre identité visuelle.

3. AUDIENCES ET SEGMENTS PRIORITAIRES

A. Chercheurs d'emploi

- Immigrants francophones
- Chercheurs d'emploi néo-écossais (anglophones et francophones)
- Jeunes
- Femmes

B. Employeurs

- Employeurs aux besoins de main-d'œuvre spécialisée / non spécialisée
- Immigrants francophones déjà au Canada
- Bénéficiaires des programmes Nova Scotia Works
- Francophones et anglophones
- Secteurs prioritaires : tourisme, services, restauration, petite enfance, etc.

C. Entrepreneurs

- Crédit d'entreprise
- Repreneuriat
- Entrepreneurs immigrants
- Prestataires touristiques

D. Institutions & communautés

- Universités, collèges, écoles
- Communautés acadiennes rurales en situation minoritaire
- Partenaires institutionnels provinciaux et fédéraux

E. Particularités importantes

- Insécurité linguistique francophone → ton et langage accessible
- Besoins variés, attentes différentes, niveaux de français hétérogènes

4. OBJECTIFS DU MANDAT

Le mandat couvre trois volets complémentaires: **la stratégie, l'identité visuelle et la refonte du site web**. Il sera nécessaire **d'intégrer une phase de diagnostic pour l'ensemble de ces 3 volets.**

A. Élaborer une stratégie de communication complète

- Définir le positionnement marketing de l'organisme au sein de l'écosystème francophone et économique de la Nouvelle-Écosse.
- Clarifier l'offre de services (d'un point de vue marketing) afin de la rendre plus lisible, compréhensible et accessible pour les différentes audiences.
- Améliorer la valorisation et la lisibilité de l'offre de services.
- Développer une architecture de messages cohérente et adaptée aux différentes audiences.
- Harmoniser la ligne graphique, éditoriale et le ton des communications.

B. Développer une nouvelle identité visuelle cohérente pour le CDÉNÉ et ses programmes

- Développer une identité visuelle alignée avec l'Acadie de la Nouvelle-Écosse et la diversité des clientèles desservies.
- Créer une architecture de marque intégrant le CDÉNÉ, ses services et les programmes ayant leur propre identité visuelle.
- Produire une charte de communication.
- Produire des outils et gabarits intégrant cette nouvelle identité.

C. Concevoir et livrer un nouveau site web bilingue aligné sur la stratégie et l'identité visuelle

- Repenser l'expérience utilisateur pour rendre les services plus accessibles.
- Moderniser le site web afin d'améliorer la navigation, la compréhension des services et l'accès à l'information.
- S'assurer que les fonctionnalités soutiennent efficacement les services de l'organisme.

5. DESCRIPTION DU MANDAT PAR VOLET

Attentes transversales concernant la stratégie et le plan de communication

- Positionner clairement le CDÉNÉ comme **l'acteur francophone de référence** en développement économique et employabilité en Nouvelle-Écosse.
- Mieux valoriser **l'ensemble des services** du CDÉNÉ auprès des audiences externes.
- Différencier la communication institutionnelle de la communication des services.
- Harmoniser le ton et la ligne éditoriale de l'ensemble des communications.
- Mobiliser les bons outils et canaux de communication selon les audiences.

VOLET 1 – STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Diagnostic

- Analyse des documents et supports existants
- Audit du ton, langage, lisibilité, accessibilité des textes actuels (FR/EN)
- Entrevues + ateliers internes et partenaires
- Analyse des audiences, persona et parcours
- Analyse du paysage « concurrentiel »

Livrables

- Positionnement institutionnel clair
- Architecture de messages
- Stratégie de communication globale
- Plan de communication (par audience, par canal, par type de message)
- Indicateurs de performance (KPI)

VOLET 2 – IDENTITÉ VISUELLE

Diagnostic

- Audit de la marque actuelle
- Analyse des usages (web, imprimés, réseaux sociaux)
- Atelier créatif

Livrables

- Identité visuelle complète

- Logo + déclinaisons
- Palette + typographies
- Iconographie
- Univers visuel inclusif reflétant le contexte acadien + diversité immigrante
- Brandbook complet
- Architecture de marque (CDÉNÉ + programmes)
- Charte éditoriale

Templates (options)

- 1 template de carte d'affaire
- 1 template courrier
- 1 template d'infolettre
- 1 template de présentations PowerPoint
- 2-3 templates réseaux sociaux

VOLET 3 – REFONTE DU SITE WEB

- Le site actuel utilise le CMS Joomla comporte environ 15 pages (dans chacune des langues FR/EN). Ce volume pourra être réduit, augmenté ou réorganisé.
- Le site web actuel est difficile à naviguer pour plusieurs types d'audiences.
- L'architecture de l'information et des parcours utilisateurs ne reflètent pas la diversité des services (emploi, immigration, entrepreneuriat, tourisme, collectivités).
- La mise à jour interne est complexe et génère une dépendance envers des prestataires externes.
- Le contenu est peu hiérarchisé, ce qui nuit à la compréhension et à la conversion.
- Le langage du site ne tient pas compte **de la variété linguistique** (francophones minoritaires, anglophones, immigrants). Le langage est parfois trop institutionnel → Le langage du site doit être clair, accessible, non technique, afin de réduire les barrières liées à l'insécurité linguistique.
- Les visuels et la présentation ne valorisent pas adéquatement les services du CDÉNÉ.

Diagnostic

- Audit complet du site actuel
- Audit accessibilité
- UX/IA (sitemap, wireframes)
- Parcours utilisateurs / navigation par audience
- Contenus : analyse des contenus actuels, recommandations et plan de migration

- Identification des besoins techniques et fonctionnels du site en cohérence avec les besoins des audiences et aux parcours utilisateurs
- Analyse des capacités internes actuelles de gestion de contenu

Architecture et design

- Sitemap
- Wireframes
- Design UI conforme à la nouvelle identité visuelle
- Navigation par audience
- Intégration visuelle: organigramme, services, programmes, etc.

Exigences techniques essentielles

- Site bilingue FR/EN
- CMS WordPress
- Autonomie totale : menus, pages, blocs, visuels, sections
- Blocs réutilisables modifiables : organigramme, services, CTA, témoignages
- Intégration chatbot
- Outil de recherche
- SEO technique + SEO stratégique de base
- Performance (Core Web Vitals)
- Sécurité renforcée
- Hébergement (au Canada)

Possibilité d'intégrer de futures fonctionnalités identifiées lors de la phase de diagnostic.

Livrables

- Rapport d'analyse des besoins
- Cahier des charges fonctionnel et technique
- Plan de mise en œuvre (échéancier, budget, risques, indicateurs)
- Site complet bilingue
- Bibliothèque de blocs modifiables
- Formation complète de l'équipe
- Guide utilisateur détaillé

Contrat de maintenance annuelle (en option)

- Mises à jour WordPress + plugins
- Sécurité + surveillance
- Sauvegardes automatiques
- Performance + optimisation mensuelle
- Support technique (banque d'heures annuelle)

6. PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET DROITS D'UTILISATION

Le CDÉNÉ sera propriétaire exclusif de l'ensemble des livrables produits dans le cadre de ce mandat, incluant :

- l'identité visuelle (logos, déclinaisons, palette, typographies, iconographie, univers graphique) ;
- le brandbook et les gabarits (documents, présentations, réseaux sociaux, etc.) ;
- les éléments stratégiques (architecture de messages, plans, diagnostics, contenus) ;
- les maquettes UX/UI, les wireframes et les designs web ;
- l'ensemble du code, des gabarits, des blocs réutilisables et configurations du site web ;
- tout document, fichier natif, ou matériel développé pour le CDÉNÉ.

Aucun élément ne doit être soumis à une licence propriétaire empêchant sa modification ou son utilisation par le CDÉNÉ.

Les licences logicielles (plugin, modules, thèmes...) nécessaires au fonctionnement du site web doivent être :

- soit transférées au CDÉNÉ ;
- soit achetées au nom du CDÉNÉ ;
- soit utilisables sans dépendance au prestataire après la fin du mandat.

Le prestataire ne pourra revendiquer aucun droit commercial ou d'utilisation sur les livrables produits dans le cadre de ce projet.

7. CRITÈRES D'ÉVALUATION DES RÉPONSES À L'APPEL D'OFFRES

- Compréhension du mandat et pertinence de l'approche proposée (20 %)
- Méthodologie (25 %)
- Expérience OBNL / contexte minoritaire (20 %)
- Clarté du calendrier de réalisation proposé et réalisme budgétaire (20 %)
- Qualité du portfolio (15 %)

8. CRITÈRES ÉLIMINATOIRES

- Prestataire non francophone
- Prestataire non situé au Canada
- Absence d'expertise intégrée (stratégie + identité visuelle + site web)

9. CALENDRIER INDICATIF

- Publication de l'appel d'offres : **4 décembre 2025**
- Période de questions : **jusqu'au 19 décembre 2025**
- Date limite de soumission : **26 janvier 2026 – 16h (HA)**
- Sélection : **27, 26, 29 janvier 2026**
- Début du mandat : **début février 2026**
- Fin estimée du mandat : **30 juin 2026**

10. MODALITÉS DE DÉPÔT

A. Les propositions doivent inclure :

- Une présentation de l'organisation
- Une description de l'approche méthodologique
- Un calendrier de réalisation avec les différentes phases du projet (idéalement méthode Agile)
- Un budget détaillé (incluant les frais professionnels, déplacements, taxes, etc.)
- Les CV membres de l'équipe
- Deux exemples de réalisations de projets similaires

B. Les propositions doivent être envoyées par courriel à :

bboudet@cdene.ns.ca

Format : PDF

C. Les questions doivent être envoyées par courriel et les réponses seront communiquées à tous les soumissionnaires.