



Chambre de Commerce et d'Industrie de Tunis

École Pratique de Commerce (EPC)

CONSULTATION ÉLARGIE N°14/2026 : RECRUTEMENT D'UNE AGENCE SPÉCIALISÉE EN MARKETING DIGITAL POUR L'ACCOMPAGNEMENT DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE TUNIS

ENVELOPPE BUDGÉTAIRE PLAFONNÉE À 65 000 DT/TTC

Dernier délai de dépôt des offres : Jeudi 22 octobre 2026.

I. Objet, contexte et cadre budgétaire

Le présent document a pour objet la consultation d'agences spécialisées en marketing digital en vue de la sélection d'un partenaire chargé d'accompagner la Chambre de Commerce et d'Industrie de Tunis (CCIT), incluant son pôle Formation porté par l'École Pratique de Commerce (EPC), dans l'animation de sa présence digitale.

Dans le cadre du présent marché, l'EPC est considérée comme le pôle Formation de la CCIT, et non comme une entité indépendante. Ses objectifs, son audience et ses contenus sont intégrés à la stratégie et à l'animation digitale globale de la CCIT, sans identité, équipe ou reporting séparés.

Enveloppe budgétaire — plafond impératif

Le budget annuel de la présente consultation est plafonné à 65 000 DT /TTC maximum, toutes prestations comprises. Ce plafond couvre à la fois :

- Les honoraires de gestion de l'agence (stratégie, création de contenu, community management, reporting) ;
- Les budgets médias et de sponsoring des campagnes publicitaires digitales, qui sont intégrés à la présente consultation et pris en charge dans le cadre de l'offre de l'agence sélectionnée (aucun budget média complémentaire ne sera alloué séparément par la CCIT).

Toute offre financière globale (honoraires + budgets médias) dépassant 65 000 DT/TTC sera déclarée non conforme et écartée, sans être soumise à l'évaluation technique. Le soumissionnaire devra présenter, dans son offre financière, une ventilation indicative entre frais de gestion et budget médias, dans le respect de ce plafond.

II. Présentation de la CCIT et de son pôle Formation

La CCIT est une institution de référence de l'économie tunisienne. Sa présence digitale doit accompagner son rôle de leader économique, la fidélisation de ses 3 000 entreprises adhérentes, la promotion de ses événements (environ 18 par an) et le lancement de sa plateforme B2B « Africa Business ».

Son pôle Formation, porté par l'École Pratique de Commerce (EPC, créée en 1992), propose une offre de formation initiale (BTP/BTS) et une offre de formation continue à destination des entreprises (environ 22 sessions par an). Sa communication digitale doit être intégrée à celle de la CCIT.

III. État des lieux digital (synthèse)

Plateforme	Indicateur	Lien	Observation
Facebook CCIT	15 000 followers	facebook.com/CCITunis.Tunisie	Page principale.
Facebook Tunisia/Africa Trading	7 737 fans	facebook.com/TunTrading	Migration à prévoir.
LinkedIn CCIT	5 342 followers	linkedin.com/company/ccit	Canal B2B sous-exploité.
Facebook / LinkedIn / Instagram EPC (Formation)	12 615 / 20 / 22	pages existantes	À centraliser dans le dispositif CCIT.



Plateforme	Indicateur	Lien	Observation
Site web CCIT	—	ccitunis.org.tn	Refonte technique gérée par une autre agence.
Site web pôle Formation	—	en cours de création	

Certaines pages sont actuellement gérées via des comptes personnels. L'agence retenue devra, en tout début de mission, réaliser un audit rapide de ces comptes et proposer un plan simple de centralisation vers des pages professionnelles officielles.

IV. Objectifs et cibles prioritaires

Objectifs prioritaires

- Maintenir et animer une présence digitale professionnelle et cohérente pour la CCIT et son pôle Formation ;
- Soutenir la fidélisation des adhérents et la promotion des événements CCIT ;
- Accompagner le lancement d'Africa Business auprès des adhérents ;
- Soutenir, de façon priorisée et proportionnée au budget, la promotion des sessions de formation initiale et continue de l'EPC.

Cibles prioritaires

- **Entreprises adhérentes et prospects** (fidélisation, acquisition, participation aux événements) ;
- **Participants aux événements CCIT** (information et conversion en inscriptions) ;
- **Public de l'EPC** (jeunes en formation initiale et entreprises en formation continue), avec des actions ciblées lors des périodes de rentrée et avant chaque session de formation.

V. Objectifs marketing et indicateurs de suivi (KPI)

Les indicateurs ci-dessous ont été volontairement resserrés sur l'essentiel. Les valeurs cibles (X) seront fixées lors d'une revue interne avec la direction de la CCIT, en tenant compte du budget disponible et des résultats de l'enquête de perception menée auprès des adhérents et publics cibles (voir section VI, livrable A).

Axe	Indicateurs
Notoriété & engagement	Taux d'engagement moyen de X % sur les publications ; croissance de X % de la communauté cumulée (CCIT + pôle Formation).
Acquisition & conversion — CCIT	X demandes d'adhésion ou d'information par mois ; taux d'inscription de X % aux événements promus digitalement.
Africa Business	X entreprises en pré-inscription via les actions digitales.
EPC	X demandes d'information et X inscriptions confirmées par rentrée/session, générées via les canaux digitaux.

VI. Livrables attendus — prestations essentielles

Les livrables ont sont recentrés sur les prestations essentielles suivantes, afin de rester compatibles avec l'enveloppe budgétaire de 65 000 DT TTC :

A. Enquête de perception et de référencement digital (adhérents et publics cibles)

À la demande de la Direction Générale, une enquête de perception sera menée dès le démarrage de la mission, en amont ou en tout début de la phase de cadrage, auprès des adhérents et des publics cibles de la CCIT (y compris le pôle Formation). Cette enquête permettra de :

- Mesurer l'impact et l'efficacité des différents canaux de communication et campagnes marketing (mailing, réseaux sociaux, site web, événements, etc.) ;
- Identifier les sources les plus consultées et jugées les plus fiables par les adhérents ;
- Évaluer le niveau de satisfaction vis-à-vis des contenus et des actions digitales de la CCIT ;
- Recueillir des recommandations pour améliorer la visibilité et l'engagement de la communauté via le digital ;
- Qualifier davantage la base adhérente en identifiant leurs usages des réseaux sociaux professionnels et leurs préférences en matière de communication digitale.

Les résultats de cette enquête constitueront un référentiel de base pour orienter la note de cadrage stratégique (livrable C), affiner le calendrier éditorial et fixer les valeurs cibles des indicateurs de suivi définis en section V. Leur synthèse et leurs recommandations sont un livrable à part entière, attendu dans le mois suivant le lancement de la mission.

B. Animation des réseaux sociaux (community management)

- Gestion opérationnelle des pages Facebook, LinkedIn et Instagram de la CCIT et de son pôle Formation (Twitter/X et YouTube ne sont pas exigés dans le socle de base ; ils pourront être proposés en option par le soumissionnaire) ;
- Création et publication de contenus (texte, visuels simples), à un volume mensuel à proposer par le soumissionnaire dans son offre technique, en cohérence avec le budget disponible ;
- Modération courante et veille de premier niveau.

C. Accompagnement digital et stratégie éditoriale

- Une note de cadrage stratégique légère (positionnement, priorités, calendrier éditorial), sans document de stratégie exhaustif, s'appuyant notamment sur les résultats de l'enquête de perception (livrable A) ;
- Un kit graphique digital simple (gabarits de publications, bannières), construit à partir de l'identité visuelle existante de la CCIT — sans refonte de logo ni d'identité de marque ;
- Une déclinaison visuelle cohérente pour le pôle Formation, intégrée à ce même kit (pas de charte graphique séparée).

D. Campagnes publicitaires digitales priorisées

- Les budgets médias (sponsorisation, publicité) sont intégrés à la présente consultation et pris en charge par l'agence sélectionnée dans le cadre de l'enveloppe globale de 65 000 DT .
- Canaux : Facebook/Instagram Ads, Google Ads et LinkedIn Ads ;
- Ciblage sur un nombre limité de temps forts par an (à titre indicatif : lancement/relance Africa Business, 3 à 5 événements CCIT prioritaires, campagnes de rentrée du pôle Formation), à définir conjointement en début de mission selon le budget média disponible.



E. Reporting et suivi de performance

- Reporting mensuel synthétique (KPI, faits marquants, recommandations) ;
- Point de revue trimestriel avec la CCIT ;
- Utilisation d'outils gratuits ou déjà disponibles (Meta Business Suite, Google Analytics), sans outil de reporting payant supplémentaire.

VII. Gouvernance et suivi

- Réunion de lancement (kick-off) en début de mission ;
- Un point mensuel obligatoire (présentation du reporting), complété par des échanges courants par messagerie ou visioconférence selon les besoins — pas de réunion hebdomadaire obligatoire ;
- Tout changement de périmètre devra être formalisé par un avenant validé par les deux parties.

VIII. Durée de la mission

- La stratégie et le plan d'actions couvriront le 4ème trimestre 2026 et l'année 2027 complète (soit un accompagnement d'une année).
- Calendrier Événementiel : La planification devra s'articuler autour du programme des manifestations de la CCIT
- L'agence devra proposer un calendrier éditorial qui anticipe et accompagne chacun de ces événements.

Article 1 : Dossier administratif

Le soumissionnaire doit présenter, dans une enveloppe fermée, le dossier administratif composé de :

1. Extrait du Registre National des Entreprises (RNE) ne dépassant pas 3 mois ;
2. Une Attestation de situation fiscale en cours de validité, délivrée par la recette des finances.
3. Une attestation d'affiliation et de non-débiteur auprès de la Caisse Nationale de Sécurité Sociale (CNSS), en cours de validité.
4. Déclaration sur l'honneur de non-influence (Annexe 3) ;
5. Fiche de renseignement (Annexe 4) ;
6. Copie des présents termes de référence, paraphée et signée par le soumissionnaire.

Article 2 : Offre technique (70 points)

Le soumissionnaire doit présenter, dans une enveloppe fermée, le dossier technique composé de :

Critère d'évaluation	Points
Présentation de l'agence, réalisations et références en gestion de réseaux sociaux et campagnes digitales (au moins 2 référence similaire).	25
Présentation de l'équipe dédiée au projet. Copies des diplômes et certifications, ainsi que l'expérience professionnelle dans des missions similaires.	20
Un Planning détaillé des activités intégrant des jalons clairs (étapes clés avec livrables précis) : Organisation du travail, modalités de coordination et respect des délais.	15
Approche proposée pour les campagnes publicitaires digitales dans le respect du plafond global.	10

NB : l'offre technique ayant obtenu moins de 40 points sur 70 sera rejetée.

Article 3 : Offre financière (30 points)

Le soumissionnaire doit présenter, dans une enveloppe fermée, le dossier financier composé de :

1. La soumission (Annexe 1) ;
2. Le tableau détaillé des prix (PU/HT + PT/HT + PT/TTC), cacheté et signé, avec une ventilation indicative entre (i) honoraires de gestion et (ii) budget média/campagnes publicitaires, le total ne pouvant dépasser 65 000 DT TTC.

Recevabilité financière et méthode d'évaluation

Toute offre financière globale supérieure à 65 000 DT/TTC sera déclarée non conforme et écartée avant évaluation technique. Parmi les offres conformes :

L'offre technique ayant obtenu moins de 40 points sur 70 sera rejetée.

La note financière globale maximale (Y) attribuée est de l'ordre de 30 points, calculée comme suit :

$$Y = \text{Note financière de P} = (\text{offre la moins-disante} / \text{offre de prix P}) \times 30$$

$$X = \text{Note technique (sur 70 points)}$$

$$\text{La note finale (Z) attribuée au prestataire est : } Z = X + Y$$

Mode de présentation des offres

Les offres doivent être envoyées sous plis fermés, contenant trois enveloppes séparées et scellées (« Offre technique », « Dossier administratif et identité du soumissionnaire », « Offre financière et identité du soumissionnaire »), libellées au nom de la CCIT, avec la mention :

« À NE PAS OUVRIR » — CONSULTATION N°14/2026 : « RECRUTEMENT D'UNE AGENCE SPÉCIALISÉE EN MARKETING DIGITAL POUR L'ACCOMPAGNEMENT DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE TUNIS »

Envoi par voie postale et recommandée (date du cachet faisant foi) ou remise directe au bureau d'ordre de la CCIT.

Date limite de dépôt du dossier

La date limite de dépôt du dossier au bureau d'ordre de la CCIT est fixée le jeudi 22 octobre 2026 à 16h00.

Renseignements complémentaires

Des informations pourront être demandées auprès de M. Yacine CHERCHERI, Webmaster de la CCIT :

E-mail : yacine.chercheri@gmail.com

Tél : 58 605 639

Article 4 : Équipe projet

Le soumissionnaire présentera le ou les interlocuteurs dédiés au projet ainsi que les ressources mutualisées mobilisées en tant que de besoin.

Article 5 : Modalités de paiement

Le règlement des prestations sera effectué trimestriellement, à terme échu, sur présentation d'une facture par le prestataire et après constatation du service fait par la CCIT.

Le montant total du marché sera réparti en quatre (04) échéances trimestrielles, correspondant chacune à 25 % du montant total du marché TTC.

Chaque paiement trimestriel sera effectué après :

- La remise des livrables et reportings prévus dans le présent cahier des charges ;
- La présentation du reporting trimestriel consolidé et la tenue du point de revue trimestriel avec la CCIT ;
- La validation du procès verbal de réception par la CCIT.

Le paiement sera effectué par virement bancaire ou postal, sur production d'une facture, d'une attestation de situation fiscale en cours de validité.

Article 6 : Délai de validité de l'offre

Tout soumissionnaire ayant fait une offre de prix sera lié par son offre pendant 90 jours à compter du jour suivant la date limite fixée pour la réception des plis. Les prix et renseignements proposés seront fermes et non révisables.

Article 7 : Frais d'enregistrement

Les frais d'enregistrement du présent marché seront à la charge exclusive du soumissionnaire retenu.



Article 8 : Pénalités de retard

Pour chaque jour de retard non justifié dans la remise d'un livrable ou d'un reporting contractuel, le fournisseur devra payer une pénalité d'un pour mille (1‰) par jour de retard, plafonnée à cinq pour cent (5 %) de la valeur totale du marché.

Article 9 : Résiliation du marché

- En cas d'inexécution totale ou partielle ou de retard supérieur à un mois, après mise en demeure restée sans effet pendant 10 jours ;
- En cas d'actes frauduleux du fournisseur ;
- En cas de décès, dissolution, faillite ou liquidation judiciaire du fournisseur.

Article 10 : Litige

En cas de contestation et à défaut de solution amiable, attribution de juridiction est faite aux tribunaux tunisiens compétents.

Annexe 1 — Soumission

Je soussigné (Nom, Prénom tels que figurant sur la CIN), domicilié au

Titulaire de la Carte d'Identité Nationale n° délivrée le

Exerçant la profession de Dénomination commerciale de l'entreprise

Adresse du siège social

Inscription de l'entreprise au registre n° en date du

Faisant élection de domicile pour l'exécution du marché à Agissant en qualité de

Après avoir pris connaissance de toutes les pièces figurant ou indiquées au dossier de la présente consultation relative à l'accompagnement en marketing digital de la CCIT et de son pôle Formation, et après avoir apprécié, à mon point de vue et sous ma propre responsabilité, la nature du marché,

je m'engage à fournir, dans les délais fixés dans le cahier des charges à partir de la date de notification du marché, l'ensemble des prestations demandées, conformément aux caractéristiques exigées, moyennant les prix établis dans mon offre, dans la limite du plafond de 65 000 DT/TTC. Les prix proposés sont fermes et non révisables.

Le montant total hors taxes (HT) de cette soumission s'élève à la somme de (montant exprimé en dinars tunisiens, en lettres et en chiffres HT).

Le montant de la T.V.A est de

Le montant total de cette soumission toutes taxes comprises (TTC) s'élève à (montant exprimé en dinars tunisiens, en lettres et en chiffres TTC).

Je joins à la présente soumission toutes les pièces demandées et j'accepte que mon offre soit considérée comme nulle et non avenue en cas de pièce manquante.

Je déclare, sous peine de résolution de plein droit du marché, ne pas tomber sous le coup des interdictions légales édictées par la législation tunisienne.

Fait à Le (Signature et cachet)



Annexe 2 — Déclaration sur l'honneur de non-faillite

Je soussigné (Nom, Prénom et fonction)

Représentant de la société (Nom et adresse)

Enregistrée au registre de commerce sous le n°

Faisant élection de domicile à (adresse complète)

Ci-après dénommé « le soumissionnaire »,

déclare sur l'honneur ne pas me trouver en état de faillite ou de liquidation judiciaire.

Fait à Le

(Signature et cachet du soumissionnaire)

Annexe 3 — Déclaration sur l'honneur de non-influence

Conformément au décret n° 3158-2002 du 17/12/2002 portant réglementation des marchés publics et ses textes subséquents,

Je soussigné(1)

Agissant en tant que :

De la Société (ou entreprise) :

Objet du marché : Consultation N° 14/2026 relative à l'accompagnement en marketing digital de la CCIT et de son pôle Formation.

Déclare sur l'honneur n'avoir pas fait et m'engage à ne pas faire, par moi-même ou par personne interposée, des promesses, dons ou présents en vue d'influer sur les procédures de conclusion du présent marché et sur les étapes de sa réalisation.

Fait à, le

(Nom et prénom, qualité du signataire, signature légalisée, date et cachet)

(1) Mentionner le nom et prénom du signataire, sa qualité ainsi que le nom de la société.



Annexe 4 — Fiche de renseignement

Dénomination complète du soumissionnaire :

Raison sociale et forme juridique sous laquelle la société a été constituée ou enregistrée :

Numéro du registre de commerce :

Nom et qualité de la personne habilitée à représenter le soumissionnaire et à signer un contrat cadre (joindre un document officiel attestant de ses pouvoirs de représentation) :

Adresse complète :

Téléphone fixe : Téléphone mobile :

Fax : E-mail :

Site web :



Banque

Nom :

Adresse :

Numéro de compte bancaire/postal (RIB) :

Ouvert au nom de (soumissionnaire) :