



CAHIER DES CHARGES

PLAN DE COMMUNICATION ET SUPPORTS DE COMMUNICATION

Le pouvoir adjudicateur
Syndicat Mixte du Parc naturel régional de Guyane (SMPNRG)
31 Rue François ARAGO
97300 Cayenne
Tél. : 0594 28 92 70

Contact :
Anaïs Quartarollo, Chargée de communication
a.quartarollo@pnr-guyane.fr

DATE LIMITE DE REMISE DES OFFRES :
Le vendredi 10 octobre 2025
A 18h00

1. Contexte

Les Parcs naturels régionaux (PNR) sont des territoires d'exception. Ces territoires ruraux habités, reconnus au niveau national pour leur forte valeur patrimoniale et paysagère, s'organisent autour d'un projet concerté de développement durable, fondé sur la protection et la valorisation de leur patrimoine.

Les élus, associations, entreprises, habitants et institutions du territoire ont participé à l'écriture d'une charte, qui est un « guide d'utilisation » du territoire afin que sa gestion en soit facilitée. Le projet est élaboré dans la plus large concertation possible. L'accord qui se dégage entre les différents partenaires est mis en forme dans la Charte de Parc. Après adhésion volontaire des partenaires à la Charte, la Collectivité territoriale l'approuve et sollicite auprès du Ministère chargé de l'environnement, le classement du territoire en « Parc naturel régional ». Après avis du Conseil national de Protection de la Nature, de la [Fédération des Parcs](#) et des autres Ministères concernés, le PNR est classé par décret du Premier Ministre, pour une durée de 15 ans.

Les missions d'un PNR sont les suivantes :

- La protection et la gestion du patrimoine naturel, culturel et paysager,
- L'aménagement du territoire,
- Le développement économique et social,
- L'accueil, l'éducation et l'information,
- L'expérimentation, l'innovation.

Le Syndicat Mixte du Parc Naturel Régional de Guyane » SMPNRG, créé par Décret en 2001, est un syndicat mixte composé de 6 communes (Mana, Iracoubo, Sinnamary, Roura, St Georges de l'Oyapock et Ouanary), de 3 villes portes (villes frontières Cayenne, Kourou et Saint-Laurent du Maroni), 1 commune associée (Montsinéry-Tonnegrande) et 4 communautés de communes. Parmi les 59 autres PNR de France, celui de la Guyane est le plus grand.

Le PNRG est entré en période de renouvellement de charte en 2025. La charte actuelle est en cours de mise à jour afin de prendre en compte l'évolution des territoires. Plusieurs phases de travail vont se succéder. À la suite de la période de délibération des collectivités, le nouveau périmètre sera pris en compte dans le décret de classement qui interviendra avant la fin de l'année 2028.

Certains constats ont d'ores et déjà été faits : un manque de visibilité, une difficulté de perception et de lecture des missions et actions du Parc, un déficit dans le processus d'appropriation des actions.

Le PNRG place l'implication et la participation des acteurs locaux comme une priorité. Elle fait même de l'Homme le cœur de ce projet de territoire. Pour autant, implication et participation ne se décrètent pas. En effet, pour pouvoir s'impliquer et participer en connaissance de cause au projet, chacun doit pouvoir :

- être informé de ce qui se passe de particulier sur ce territoire de Parc,
- comprendre ce qu'est un Parc naturel régional,
- connaître ses richesses naturelles et culturelles,
- connaître les orientations choisies par celui du Verdon,

- comprendre les enjeux,
- voir ce que font individuellement et collectivement ceux qui vont dans le sens du projet,
- avoir connaissance des possibilités de s'impliquer.

Il est nécessaire de valoriser les actions menées par la structure même du Parc et de ses partenaires afin d'informer, de comprendre ce qui se passe, ce qui se fait, des enjeux et des réalisations concrètes.

2. Objectifs :

Le parc envisage de se faire accompagner dans la définition d'un schéma stratégique de communication.

Il aspire à développer sa notoriété en tant que territoire dynamique, riche d'un patrimoine naturel et culturel exceptionnels. Il se positionne comme un acteur fort, actif et engagé auprès des populations, capable de mener des actions en concertation avec les entités publiques et privées œuvrant sur des thématiques communes et/ou croisées.

Il souhaite se doter de différents outils de communication, lui permettant de faire connaître le Parc et de valoriser ses actions, grâce à une identité visuelle harmonisée et déclinée dans des supports internes et de terrain, affirmant ainsi sa présence sur le territoire.

3. Décomposition de la consultation

La consultation est décomposée en trois lots :

Lot 1 : Création d'une stratégie et d'un plan de communication pluriannuel 2026-2028

Lot 2 : Élaboration de l'identité visuelle et d'une charte graphique

Lot 3 : Conception, rédaction, traduction, production et impression de supports de communication valorisant le Parc naturel régional de la Guyane.

4. Description des prestations attendues :

Lot 1 : Création d'une stratégie et d'un plan de communication 2026-2028

Définir une stratégie de communication claire, adaptée aux missions du Parc, pour les différents publics

1) Elaboration de la stratégie de communication

Les objectifs sont :

- Fixer un cap réaliste, d'une communication cohérente, et mesurer le chemin à parcourir ;
- Définir la stratégie de communication globale (institutionnelle, digitale, etc.) : objectifs, cibles, messages-clés, canaux, indicateurs de suivi ;
- Définir l'image du Parc et son positionnement souhaité par le Syndicat mixte de gestion du Parc ;
- Définir une ligne éditoriale : les cibles et les messages liés, la tonalité et les éléments de langage ;
- Identifier les grands principes d'action et fiabiliser les moyens à mettre en œuvre

Pour répondre aux problématiques identifiées et accompagner efficacement l'action du Parc naturel régional, le prestataire doit :

Analyser la situation à partir des différents éléments tel que :

- L'audit organisationnel et opérationnel du PNRG
- Les stratégies de communication de la fédération nationale des parcs régionaux
- Les comptes rendus de la commission communication de la fédération nationale des parcs régionaux
- Les bilans d'activité du PNRG

Prendre en compte la promotion et valorisation des thématiques du parc :

- Parc naturel régional de la Guyane et de ses missions
- Patrimoine culturel, patrimoine naturel, éducation à l'environnement
- Du territoire du parc et ses aires protégées
- Révision de la charte du parc
- Marque Valeurs parc naturel régional et Destination Parcs
- Réserve naturelle nationale de l'Amana
- Animations de territoire et événements.

Les cibles prioritaires :

- Elus des communes membres et du périmètre d'étude de la révision
- Les financeurs (Etat, CTG, Communautés de communes, villes portes)
- Les habitants du parc
- Les médias
- Equipe interne

Les cibles secondaires :

- Les partenaires
- Le grand public
- Les visiteurs

Les enjeux et des objectifs stratégiques de communication :

*Inscrire le Parc dans le quotidien des habitants - susciter la fierté : Le Parc agit pour eux, avec eux, pour le développement durable de leur territoire de vie.

*Faire la pédagogie de l'intervention du Parc - susciter l'appropriation : La communication doit démontrer les bénéfices apportés par le Parc à tous les publics, rappeler le fonctionnement de l'institution et valoriser le travail de "l'équipe du Parc" (élus et techniciens). Elle doit faire du Parc un acteur de référence sur ses sujets de prédilection et permettre aux élus et financeurs de s'approprier son action.

*Partager les ambitions de la Charte du Parc - susciter le "faire ensemble" : Outil au service du territoire et de ses acteurs, le Parc doit renforcer l'adhésion à son projet de développement durable et prendre la parole pour démultiplier l'envie d'agir à ses côtés. Sa capacité à mobiliser autour de lui conditionne la réussite de la mise en œuvre collective de la Charte.

*Mieux informer sur le rôle et l'action du Parc : faire la pédagogie des décisions prises et de l'action de l'équipe du Parc ; bousculer les idées reçues ; rendre compte de l'avancée des opérations ;

*Mobiliser les publics, valoriser les acteurs engagés aux côtés du Parc, - susciter l'implication de nouveaux publics.

*Partager le territoire, ses atouts, ses spécificités

Les aspects à prendre en compte dans ce travail :

- La triple dimension de ce cadre stratégique : communication interne (en direction des élus, équipe technique), communication externe (en direction des habitants du territoire, des partenaires du Parc), communication territoriale (touristes, porteurs de projets, etc.) ;
- La nécessité d'animer une démarche mobilisant un groupe composé de techniciens, de la direction, d'élus du Parc.

Le rôle du prestataire :

Pouvoir présenter clairement des enjeux et des objectifs stratégiques de communication

Définir le cadre stratégique de communication pour répondre aux objectifs précités

Rédaction de la stratégie

Présentation à l'équipe

Restitution 1 :

Un rapport « papier » 4 exemplaires couleurs,

Un rapport « dématérialisé » en format word et pdf,

Un diaporama de présentation type powerpoint

Ces rendus comprennent notamment les propositions argumentées avec leur synthèse et les documents présentés lors des réunions de travail.

2) Création d'un plan de communication

Selon les orientations stratégiques de communication définies dans la stratégie :

Les objectifs sont :

- Etablir un plan de communication sur 3 ans des solutions proposées : les cadres, les plannings, les budgets et priorités, les indicateurs de suivi et d'évaluation,
- Le plan média (traditionnel et digital) : fréquence, supports, temporalité, campagnes prioritaires
- Un guide « du bon usage de la communication » qui se veut être un guide de bonnes pratiques en interne

Le rôle du prestataire

Proposer un plan de communication cohérent avec la stratégie de communication :

Programmer, adapter et créer des outils de communication en y intégrant le web (internet, réseaux sociaux, newsletter...), les relations presse (conférence de presse, communiqué et dossier de presse, achat d'encarts publicitaires), l'évènementiel (salons, foires...) ;

Donner une cohérence d'ensemble, justifier de la pertinence des supports, hiérarchiser les interventions ;

Faire transparaître les valeurs, la singularité, l'image dans la communication Parc ;

Fournir des outils d'évaluation de la communication du Parc.

Restitution 2 :

Pour chaque objectif :

Un rapport « papier » en 4 exemplaires couleurs

Un rapport « dématérialisé » en format word et pdf,

Un diaporama type powerpoint présentant le travail

Ces rendus comprennent notamment les propositions argumentées avec leur synthèse et les documents présentés lors des réunions de travail.

Délai de réalisation des phases 1 et 2 :

10 semaines

Lot 2 : Élaboration de l'identité visuelle et d'une charte graphique.

Améliorer l'identité graphique et la charte d'utilisation (charte graphique)

Rendre visible et reconnaissable le Parc sur le territoire lors de ses actions et renforcer sa cohérence, sa reconnaissance et son efficacité en communication.

Les objectifs sont :

- Création d'une charte graphique adaptée et légère comprenant son logo et des gabarits associés, renforçant avec son identité institutionnelle, permettant une meilleure visibilité et lisibilité de ses actions et la cohérence de son information ;
- En conformité avec la charte graphique nationale des Parcs, le logo du Parc reste inchangé pour l'instant, mais l'évolution des symboles est possible dans le cadre de la future charte.

Le rôle du prestataire

- Au regard du cadre stratégique, des objectifs, des publics visés, et du positionnement définis dans le plan de communication, le prestataire et le Parc devront tout d'abord se mettre d'accord sur le brief créatif ;
- Ensuite, le prestataire devra proposer 3 pistes créatives présentant un principe graphique fort, apte à marquer l'identité du Parc sur l'ensemble de ses supports visuels ;
- Chaque piste devra être argumentée et justifiée

Le prestataire devra proposer, pour chacune des pistes, une identité graphique et sa charte d'utilisation qui devra détailler notamment :

- La création d'un principe visuel fort et singulier permettant de marquer l'identité du Parc, une ambiance graphique particulière qui donnera le ton et sera liée aux images, photographies et/ou illustrations, croquis.
- Espace colorimétrique et typographie des grands titres, titres de chapitres et corps de texte.
- La déclinaison du logo ainsi que ses attributs (l'étoile du réseau, les symboles du PNRG et le positionnement) aux différents formats,
- La déclinaison de supports de manière opérationnelle, un certain nombre d'outils tels que des documents nécessaires au bon fonctionnement des missions du SMPNRG, l'usage interne et pour les supports « print » institutionnels, événementiels, techniques, éducatifs et touristiques, fichiers sources, pour plateformes PC/Mac, exploitables par le Parc, les graphistes et les agences de communication.
- Papier à en-tête, carte de visite, carton d'invitation (cérémonie des vœux, exposition, inauguration...), Rapport d'activité, Communiqué, dossier, invitation et annonce presse, Modèle type d'affiche pour les événements, Panneaux d'exposition de type kakémono ou roll up, Power Point, conventions, affiches, flyer, programme, objets publicitaires, autocollants, signalétique, sacs en papier encarts publicitaires, marquage des véhicules, ...

Rédiger un guide d'utilisation de la charte graphique ainsi que toutes les règles nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie de communication par les agents et par les partenaires : précision des usages et déclinaisons :

- Les règles d'utilisation du logo (seul, en doublon avec un partenaire ou avec le logo « Valeurs du Parc »)
- Les règles typographiques et colorimétriques
- Les règles de mise en espace (marges, graisses, hiérarchies textes...)
- Ainsi que toutes les règles d'utilisation nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie de communication.

Les éléments doivent prendre en compte les éléments tel que :

- Charte graphique 2013 de la fédération
- Charte graphique des réseaux sociaux de la fédération
- Charte graphique de différents parcs

Restitution :

La charte graphique : « papier » en 4 exemplaires couleurs et « dématérialisé »

Un guide d'utilisation de la charte graphique : « papier » en 4 exemplaires couleurs et « dématérialisé »

Ces rendus comprennent notamment les propositions argumentées avec leur synthèse et les documents présentés lors des réunions de travail.

Les éléments graphiques dans les différents formats nécessaires à la bonne pratique, des modèles de documents en usage interne (.doc, .ppt, .xls, ect).

En haute définition pour impression, et basse définition (un format adéquat) pour pouvoir être envoyés ou téléchargés

Tous les éléments fournis par l'agence devront être libres de droits, utilisables sous environnement PC et Mac et avec tous les logiciels de création quelles que soient les versions utilisées.

Délai de réalisation :

5 semaines

Lot 3 : Conception, rédaction, réalisation, traduction et impression de supports de communication présentant et valorisant le Parc naturel régional de la Guyane

Sensibiliser les élus, les partenaires, les habitants et le grand public à ses missions, faciliter la compréhension spatiale du Parc et valoriser son territoire.

Les objectifs sont :

- Mettre à disposition des supports pédagogiques et attractifs favorisant l'appropriation du Parc par ses différents publics.
- Assurer la conception, la rédaction, la mise en forme graphique, la traduction et l'impression des supports.
- Produire des contenus clairs, synthétiques, pédagogiques et adaptés aux différentes cibles.
- Garantir une cohérence visuelle et éditoriale conforme à l'identité du Parc et à sa charte graphique.
- Proposer des déclinaisons multi-supports (print et digital), facilitant la diffusion et l'accessibilité des contenus.

Le rôle du prestataire

La création de document de référence (livret/mémento/guide de bienvenue) comprenant :

- La présentation synthétique du Parc : périmètre, gouvernance, acteurs, missions, etc.
- Des contenus pédagogiques : rôle d'un PNR, différence avec un parc national, valeurs fondamentales.
- Une mise en récit du territoire : histoire, fonctionnement, projets structurants.
- Une carte pédagogique du territoire
- Des fiches d'identité pour chaque commune membre, incluant une cartographie, les patrimoines naturels/culturels, les initiatives locales.
- Des fiches d'identités des espaces remarquables

La déclinaison pour 2 cibles prioritaires : 1 document Elus et 1 document habitants

La traduction écrite du document habitant : en créole, sranatongo, kalina, palikur, hmong

La déclinaison du document pour différents supports : Version imprimée, web, réseaux sociaux

Restitution :

Toutes les déclinaisons « dématérialisés »

Un diaporama type powerpoint présentant le travail

Délai de réalisation :

8 semaines

5. Déroulements de la prestation :

Méthodologie globale

Chaque proposition devra intégrer dans la méthodologie de travail :

- Une réunion de cadrage pour la définition du besoin, l'objectif, l'intention, les données techniques, le calendrier avec les étapes de validation et points réguliers de suivis
- Un planning des réunions de travail ou une proposition de leur fréquence
- Une présentation des outils réalisés aux élus.
- Une présentation des outils réalisés aux agents.

Pour chaque lot, le(s) prestataire(s) retenu(s) devra(ont) :

- Accompagner et conseiller le Parc tout au long de la mission.
- Adopter une démarche participative en associant les équipes aux différentes étapes.
- Formuler des propositions adaptées, sur la base des échanges menés avec le Parc.
- Soumettre les maquettes pour validation avant production.
- Assurer l'impression et la livraison des supports validés.
- Transmettre l'ensemble des fichiers sources (formats PDF, JPG, AI, etc.) à la fin de la mission.

Pour le lot 3 :

- ✓ Proposer des typographies libres de droits
- ✓ 3 propositions minimum
- ✓ Modification et optimisation de la piste retenue pour chaque création
- ✓ Réaliser une déclinaison de formats adaptés à une stratégie multicanale

Le prestataire retenu pourra être force de proposition des solutions techniques pour adapter et répondre à la demande de prestation du parc.

La personne référente pour toutes les prestations est : Anaïs Quartarollo, chargée de communication, d'autres techniciens pourront être impliqués dans le processus (personnes ressources).

6. Compétences attendues :

Le(s) prestataire(s) retenu(s) aura(ont) déjà créé des outils similaires selon le lot :

- Stratégie et plan de communication multicanaux
- Graphisme : logos, chartes graphiques, pictogrammes,
- Adaptation et déclinaison pour une communication digitale

Les références devront mettre en avant les compétences suivantes selon le lot :

- Conseil stratégique et méthodologie d'accompagnement
- Créativité et force de proposition artistique : sobriété, esprit actuel, dynamisme, adaptation au public cible, diversité de ses créations,
- Création sur des thématiques environnementales, pour le compte de collectivités ou d'associations.
- Capacité de conseil et de proposition sur des solutions techniques adaptées au besoin,
- La création de supports similaires à ceux listés dans ce cahier des charges et ses savoir-faire techniques.

7. Cession de droits d'exploitation et de reproduction des éléments

Le titulaire cèdera au PNRG à titre exclusif, avec l'ensemble des garanties de droit, tous les droits d'auteur patrimoniaux qu'il détient ou détiendra sur les documents qu'il réalisera dans le cadre du présent appel offre.

Les droits cédés comprennent les droits de reproduction, représentation, diffusion et adaptation. Le titulaire cède au PNRG le droit de distribuer, commercialiser, diffuser et éditer par tous moyens et sur tout support, auprès de tout public ou toute entreprise.

Les droits sont cédés de manière définitive par le titulaire pour le monde entier et pour toute la durée de la protection accordée par la loi.

La cession est faite pour tout mode d'exploitation et pour tout domaine d'application

Le prestataire cèdera l'intégralité des droits concernant l'utilisation, la modification et le réemploi des visuels conçus. Il fournira pour cela l'intégralité des fichiers de création.

L'ensemble des fichiers sera systématiquement envoyé au Parc :

- Fichiers sources modifiables
- Fichiers techniques pour impression
- Fichiers pour consultation en ligne

8. Critères environnementaux :

La communication de développement durable doit elle-même respecter les principes de développement durable. Pour cela, il convient de réduire les impacts de l'activité « communication » sur l'environnement. Et donc concevoir des actions et des supports écologiquement et socialement responsables.

Le prestataire devra être engagé dans une démarche d'éco-conception : optimisation des supports, faibles aplats de couleur, polices peu consommatrices d'espace, utilisation de matériaux recyclés, encres végétales, papiers issus de forêts durablement.

Ces éléments seront pris en compte lors de l'analyse des offres.

9. Critères de sélection

Les offres seront analysées sur la base des critères suivants :

- Valeur Technique – 60% (Pertinence de la proposition méthodologique, Qualité des références et compréhension des enjeux, Capacités techniques et créatives, critères environnementaux, connaissance des parcs)
- Prix – 40%

L'acheteur se réserve la possibilité de négocier avec les 3 candidats les mieux placés. Cette négociation pourra porter sur les aspects techniques ou financiers de l'offre.

10. Pièces constitutives de l'offre :

La qualité de la réponse (contenu + présentation) sera appréciée pour chaque offre. L'illustration, la lisibilité, la présentation générale sont des éléments importants.

Le dossier à remettre comprendra les pièces suivantes :

- La méthodologie de travail proposé. Dans chaque offre, elle devra présenter, l'organisation envisagée pour la réalisation des prestations, les moyens d'échanges entre le prestataire et les services, le calendrier, les diverses réunions de calage, la réactivité, la disponibilité de manière détaillée.
- Références portant sur la réalisation de prestations similaires à celles faisant l'objet de la présente consultation
- Présentation de l'équipe avec ses compétences d'une forte expérience, de savoir-faire connu et reconnu en matière d'accompagnement dans l'élaboration de stratégie de communication, de charte graphique et de plan de communication notamment pour le compte de collectivités territoriales et/ou d'établissements publics, agissant dans les domaines du développement local, du tourisme, de la culture, du patrimoine naturel, ...
- Les moyens humains et techniques proposés devront être présentés explicitement.
- Un devis détaillé devant faire apparaître le numéro de devis, les coordonnées du prestataire, le numéro de Siret, le prix. Chaque poste de dépense devra clairement apparaître sur le devis (y compris les frais liés aux déplacements).

11. Conditions de délai :

Date limite des offres : le vendredi 10 octobre 2025

Livraison des livrables :

Lot 1 : 10 semaines

Lot 2 : 5 semaines

Lot 3 : 8 semaines

Durée de validité des offres initiales : 60 jours à compter de la date limite de remise des offres. Le cas échéant, durée de validité des offres après négociations : 30 jours à compter de la date de remise des nouvelles offres.

La prestation est conclue de la date de signature du contrat jusqu'à la réalisation complète

Marchés complémentaires susceptibles d'être passés ultérieurement : Des marchés complémentaires pourront être passés ultérieurement, sans publicité et sans mise en concurrence pour la réalisation de prestations complémentaires identiques à celles du présent marché.

12. Mode de paiement :

Le candidat retenu sera chargé d'exécuter les prestations conformément au bon de commande établi.

Avances

Aucune avance ne sera versée.

Modalités de règlement

Les acomptes et le solde du marché seront versés au titulaire en fonction de l'état d'avancement des prestations par mandat administratif. Le prestataire devra déposer sa facture sur la plateforme chorus pro.

13. Conditions de livraison

Emballage : le Pnrg sera attentif à un conditionnement en matériaux recyclables ou recyclés ainsi qu'à la réduction des déchets générés. Ainsi, les candidats pourront émettre des propositions sur des modes de conditionnement permettant de réduire les impacts sur l'environnement.

Transport : Le transport s'effectuera sous la responsabilité du titulaire, jusqu'au lieu de livraison. Le conditionnement, l'arrimage et le déchargement sont effectués sous sa responsabilité.

Mode de livraison : Chaque livraison sera accompagnée d'un bon de livraison.

Lieu de livraison : Sauf contre-indication, la livraison se fait au 31 rue François Arago, Cayenne

14. Responsabilité, devoir de conseil

Le prestataire est tenu à une obligation de résultats en ce qui concerne l'exécution de ses prestations.

Le titulaire est également tenu à un devoir d'information et de conseil notamment en ce qui concerne le contenu de la prestation.

15. Confidentialité et secret professionnel

Le prestataire s'astreint à une utilisation strictement confidentielle des documents et données auxquels il aura eu accès. Il s'engage à respecter une confidentialité absolue en ce qui concerne l'objet et le contenu de la soumission restreinte et à ne pas divulguer des éléments exposés dans le présent cahier des charges et dans tout autre document fourni par le PNRG.

Il s'engage à conserver secret et à ne pas divulguer les informations et documents de quelque nature que ce soit relatifs au fonctionnement du PNRG dont il aurait pu avoir connaissance au cours de l'exécution du présent marché.

16. Obligations du PNRG

Toute question relative au présent cahier des charges doit être posée avant le 07/10/2025.

Le parc s'engage à mettre à disposition du prestataire toutes les informations, données et documents en sa possession nécessaires à la bonne exécution de la prestation.

Il appartient au prestataire de demander au parc toute information, donnée ou document complémentaire qui lui paraît utile.

Il appartient également au prestataire d'informer sans délai le parc de toute difficulté à obtenir une information.

17. Juridiction compétente en cas de contentieux

Tribunal administratif de Cayenne.

Date limite et modalités de remise des offres

La date de la remise des offres est fixée au : **vendredi 10 octobre 2025**

Les offres doivent être transmises par mail à a.quartarollo@pnr-guyane.fr

A l'attention de :

SMPNRG

31 Rue François ARAGO

97300 CAYENNE