

MARCHE PUBLIC DE FOURNITURES COURANTES ET SERVICES



**Chambres de Métiers
et de l'Artisanat**

Région Martinique

Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Région Martinique
2 rue du Temple - Morne TARTENSON
97200 Fort-de-France

OBJET DE LA CONSULTATION :

**FOURNITURES ET PRESTATIONS DE COMMUNICATION POUR LA
CHAMBRE DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT DE REGION MARTINIQUE**

**CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIÈRES
MARCHE N° CMAR2018/CMAR/08**

**Procédure Adaptée
Accord-cadre
Marché à bon de commande**

Articles 28 à 30 et 76 à 77 du Code des Marchés Publics



ARTICLE 1 – PREAMBULE

La Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Région Martinique (CMAR) est un établissement public administratif de l'Etat. Administré par des artisans, élus par leurs pairs au suffrage universel tous les cinq ans, elle représente les intérêts généraux des entreprises artisanales auprès des pouvoirs publics et accompagne le développement du secteur artisanal.

La CMAR assure, dans une relation de proximité, un ensemble de prestations essentielles à la structuration de l'artisanat et au développement des entreprises. Elle propose des accompagnements, associant conseil et formation, afin d'optimiser les chances de réussite des projets des entreprises et des jeunes dans l'artisanat.

Notamment chargée d'assurer la promotion du secteur des métiers et de l'artisanat du territoire, la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Région Martinique développe une communication adaptée auprès de ses divers publics et clients :

- chefs d'entreprises artisanales ;
- conjoint du Chef d'Entreprise artisanale ;
- salariés du secteur des métiers ;
- apprentis ;
- stagiaires de la Formation Professionnelle ;
- demandeurs d'emploi ;
- familles et jeunes en recherche d'orientation ;
- porteurs de projets ;
- grand public ;
- prescripteurs et les partenaires.

La Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Région Martinique compte **près de 114** agents.

Le **siège** est situé : 2 rue du Temple - Morne TARTENSON - 97200 Fort-de-France

Pour **plus de détails**, on consultera le **site internet de la CMAR de Région Martinique** : www.cma-martinique.com

ARTICLE 2 - OBJET DU MARCHE

Le présent marché a pour objet les fournitures et prestations de Communication pour la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Région Martinique dont les caractéristiques techniques sont définies pour chaque lot dans le présent CCTP.

Cet appel d'offres ouvert est composé de quatre lots :

- **Lot 1** : conseil et assistance à la communication, rédaction d'articles, pour les journaux de la CMAR ou pour d'autres besoins.
- **Lot 2**: conception graphique et exécution de tous les outils de Communication de la CMAR, y compris un Journal, le multimédia et la création de vidéos.
- **Lot 3** : création de vidéos.
- **Lot 4** : création d'une identité visuelle et charte graphique à partir de la charte nationale

ARTICLE 3 – FORME DU MARCHE

Le présent marché est passé conformément aux dispositions prévues aux articles 28 et 30 du Code des marchés publics. Cette consultation sera passée en application des articles 76 et 77 du Code des marchés publics relatif aux accords-cadres. Il s'agit d'un accord cadre multi-attributaire.

Le marché est conclu sans minimum et sans maximum ni en montant, ni en quantité.

ARTICLE 4 – CARACTERISTIQUES TECHNIQUES DE CHAQUE LOT

4.1 – LOT 1 – CONSEIL ET ASSISTANCE A LA COMMUNICATION ET REDACTION D'ARTICLES

4.1.1. - Conseil et Assistance à la communication

Caractéristiques principales :

La CMAR souhaite s'appuyer sur une agence de conseil en communication pour l'aider dans l'élaboration d'une stratégie globale de communication institutionnelle et/ou dans sa mise en œuvre opérationnelle traduite dans un plan d'action (plan de communication) en lien permanent avec le Président et la Secrétaire Générale de la CMA.

Cette démarche a pour **objectif global** la valorisation de la CMAR. Le réseau des CMA dispose d'une charte graphique commune qui pourra servir de base à la proposition.

Objectifs détaillés :

Conseil et assistance à la communication de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat en vue de :

- **augmenter la notoriété de la CMA : faire davantage connaître** toutes ses prestations (*en conseils, formations, formalités, accompagnements ...*) en direction des artisans et aussi des autres différents publics (*porteurs de projets, salariés, etc.*) ;
- **amplifier l'image de la CMA auprès de ses ressortissants artisans, de tous ses différents publics « clients » et aussi de ses partenaires,**
- **promouvoir l'action des Élus de le Chambre de Métiers et de l'Artisanat en faveur des 10 690 entreprises Artisanales de Martinique,**
- **positionner la CMA** comme l'interlocuteur privilégié des artisans. Faire de la CMA la « **Maison de tous les Artisans** », et contribuer à ce que les artisans utilisent davantage toutes les prestations que leur proposent la CMA, qu'ils aient, en quelque sorte, « **le réflexe CMA** » lorsqu'ils ont un projet, ou rencontrent une difficulté, etc. ;
- conseils pour **valoriser**, dans les médias notamment, **la démarche pro-active des élus** de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat.

Afin de faciliter le travail du titulaire du marché, la CMA mettra à sa disposition les documents nécessaires à la réalisation des prestations.

Le titulaire du marché pourra donc avoir les missions suivantes :

- conseil en communication et stratégie ;
- assistance technique nécessaire à la mise en place de la stratégie retenue.

Ces missions comprennent donc :

- des prestations intellectuelles ;
- des prestations de services.

4.1.2 - Rédaction d'articles

Le style rédactionnel devra traduire et respecter ce qui a été défini dans la stratégie de communication.

Caractéristiques principales

Le présent marché a pour but la **rédaction d'articles**, notamment le magazine semestriel, *Artisan Mag*, et le journal interne trimestriel, *La lettre du président*, de la CMA.

Le journal « Artisan Mag » est destiné à faire valoir et à faire connaître le rôle de la CMA notamment vis-à-vis des entreprises artisanales, des partenaires, des collectivités, du grand public, des jeunes,...

Il n'y a pas de droit d'auteur sur la rédaction. La CMA peut réutiliser les contenus des articles sur tous ses supports de communication.

Des rédactions d'articles ou autres rédactions pourront être demandées au prestataire retenu pour d'autres besoins ponctuels (article/interview élu, articles pour site internet, publipreportages, discours, écrits pour montage de dossier ...).

POUR INFORMATION - Caractéristiques possibles du journal :

- Format : classique
- Nombre de pages : **de 8 pages à 24 pages (variable selon les numéros)**
- Papier : recyclé ou PEFC
- Impression : quadrichromie recto verso
- Des suppléments (programme Formation ou autre) pourront être éventuellement encartés.
- Périodicité : **2 fois par an (un numéro par semestre)**
- Eventuellement un ou deux numéros supplémentaire par an.

Pendant toute la durée de la réalisation, le prestataire est en relation constante avec la Secrétaire Générale.

Le prestataire assure la rédaction finale des sujets et le secrétariat : relecture, transmission à la Secrétaire Générale, modifications éventuelles d'articles sur le fond et corrections sur la forme.

Dans tous les cas, la CMA se réserve le droit, à tout moment, de modifier le contenu d'un article ou de le supprimer si les circonstances l'exigent.

Le prestataire remettra également les fichiers natifs (Word) et PDF de l'ensemble du journal à la Secrétaire Générale, dont la CMA restera propriétaire sans paiement d'aucun droit.

Le prestataire assure le suivi de la totalité de la chaîne graphique du journal, du montage à l'impression. Il contrôlera en particulier les conditions d'impression ainsi que le respect des délais fixés (contrôle de la sortie traceur et présence au calage machine).

Ce journal pourra aussi adopter une forme numérique (e-journal).

La Lettre du président, quant à elle, est un journal interne numérique. Elle relate l'actualité de la CMA pour les salariés.

4.2- LOT 2 – CONCEPTION GRAPHIQUE et EXECUTION de TOUS LES OUTILS DE COMMUNICATION (y compris du Journal, du multimédia et de la création de vidéos)

Les créations graphiques devront traduire et respecter ce qui a été défini dans la stratégie de communication.

4.2.1 – Objet du lot

Le présent lot a pour objet la création et l'exécution de tous les outils de communication de la CMA : magazine, journal, PLV, du multimédia, et de la création de vidéos.

4.2.2 – Caractéristiques techniques et conditions d'exécution

Le prestataire devra sans cesse avoir en tête que la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Région Martinique est, sur certaines de ses prestations, sur un marché concurrentiel.

Ainsi, l'action de communication devra susciter l'envie de collaborer avec la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Région Martinique.

Le prestataire mettra en place une « collection » déclinable pour tous les produits ou services de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Martinique.

4.2.3 – Livraison des supports d'information

Le prestataire devra envoyer, pendant la durée de la prestation, tous les documents par mail à la Secrétaire Générale. Le prestataire de service s'engage, pendant la durée de la prestation, à fournir, sur support clé USB, en cas de demande ponctuelle de la Secrétaire Générale, les éléments suivants :

- les supports de communication au format numérique (format PDF, JPEG) ;
- , les fichiers sources (Indesign, QuarXpress, Photoshop, Illustrator, les assemblages, les PSD non aplatis, *photos utilisées, visuels, icones, graphismes, maquettes, textes*).

Le titulaire devra remplir dans le bordereau de prix indicatif un tableau de l'aperçu des besoins de la CMA en PAO de documents d'information :

- il s'agit d'un extrait de la demande que la CMA peut formuler au prestataire qui sera retenu ;
- les besoins peuvent en effet évoluer, fonction des actions mises en place par les Elus de la CMA ;
- le prix mentionné dans le tableau devra être unitaire.

4.3 LOT 3– CREATION DE VIDEOS

Il s'agit de la réalisation de vidéos lors des différents évènements organisés par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat, **hors manifestations** animées par le prestataire en communication événementielle retenu.

Afin de mettre en exergue la dynamique des élus de la CMA en faveur de l'artisanat, le prestataire sera amené à réaliser un ou des films vidéos.

Les formats : compatibles web (site internet, Facebook, chaîne YouTube à venir) et PAD pour TV. Le film est principalement destiné à être diffusé sur internet, ou sur écran interne de la CMA ou à l'occasion de Salons ou Forums.

Le prestataire pourra également proposer des vidéos en « images animées » (ex : motion design).

La livraison : fourniture du film sur clé USB et autre supports et aussi par lien Internet.

Le tournage pourra se faire chez des « clients » et/ou à la Chambre de Métiers et de l'Artisanat (interview et prise de vue d'illustration), ou en extérieur (salons, forums...).

4.4. LOT 4– Identité Visuelle et charte graphique (sauf logo)

Les supports de communication (plaquettes, catalogues, livrets, affiches, flyers, insertions publicitaires, PLV, publications Facebook,...) ont trois préoccupations :

- informer ;
- intéresser ;
- communiquer.

La charte graphique devra reprendre les éléments de la charte nationale mais intégrer une spécificité locale et

une cohérence sur tous les outils. L'objectif est de donner une suite logique à l'ensemble des documents pour que le lecteur s'y retrouve.

Le prestataire devra respecter la charte graphique permettant aux supports de communication d'être en adéquation avec le dynamisme et les projets au service de ses différents publics.

Le prestataire devra être force de proposition à l'élaboration du contenu des supports de communication.

Le prestataire tiendra compte de la charte graphique du logo existant des Chambres de Métiers et de l'Artisanat et de l'URMA.

Outre les textes et logos, des photos, des dessins ou des illustrations appropriées pourront venir agrémenter le tout.

Le prestataire devra systématiquement penser à apposer :

- le logo Certification VeriSelect sur toutes les publications qu'il sera amené à réaliser pour de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat pour ses activités de formation continue, la CMA étant certifiée pour ses activités de formation continue,
- La police de caractère souhaitée est : CALIBRI ou approchant.

Le prestataire présentera ses projets exclusivement à la Secrétaire Générale, seule personne habilitée à transmettre les Bons à Tirer (B.A.T.) pour validation signée par la Secrétaire Générale ou le Président.

Dans ce lot, le prestataire assurera :

- la création de la nouvelle maquette puis sa déclinaison ;
- la mise en page ;
- le traitement et retouche des images ;
- la livraison clé USB ou film ou fichier électronique Haute Définition chez l'Imprimeur et/ou à la Secrétaire Générale ;
- une prestation visant à fournir par fichier électronique le document web afin que la CMA puisse le mettre sur son site internet au mieux de sa présentation (*PDF...*).

Option : élaboration de graphiques et cartes à partir de données Excel. (exemple, pour illustrer les données statistiques...)

La CMA pourra apporter toutes les modifications qu'elle souhaite, sans remettre pour autant en cause les étapes déjà validées et sans que le prestataire puisse prétendre à une révision du prix.

ARTICLE 5 – DISPOSITIONS COMMUNES A TOUS LES LOTS

Le prestataire désignera un chef de projet pour chaque lot.

La CMA ayant engagé une démarche environnementale, il sera demandé au prestataire retenu de veiller à respecter les exigences environnementales ci-après :

- **Anticipation anti-gaspi papier** :
 - Intégrer les contraintes de la diffusion dès la conception du support de communication (volume, poids, type de support) ;
 - Adapter les caractéristiques techniques du document (robustesse...) afin d'éviter les pièges de la "sous-qualité" et de la "sur-performance", synonymes de gaspillage ;
 - Adaptation du contenu du document afin que ce dernier ne devienne pas obsolète prématurément du fait, par exemple, de la mention de données évoluant très rapidement ;
 - Evaluation et ciblage au plus juste des tirages nécessaires.
- **Optimisation de la mise en page**

- Éviter l’insertion de pages quasi vides entre les chapitres,
- Adapter la largeur de la marge selon le mode de reliure,
- Optimiser la taille des interlignes
 - Privilégier les formats standards afin de limiter les chutes de papier ;
 - Limiter, dans la mesure du possible, les aplats de couleur ;
 - Les choix de conception devront tenir compte de la durée de vie et des contextes d’utilisation prévisibles du document (grammage adapté, pelliculage, etc.)

- **Qualité écologique du papier**

Par ordre de préférence le papier répondra à :

- a) un écolabel officiel : ecolabel européen, cygne Blanc, ange bleu ;
- b) un papier contenant des fibres recyclées et issus de forêts gérées durablement (FSC, PEFC)
 - Qualité écologique des encres (Offset) et des produits associés (encres végétales, UV, etc.)
 - Utilisation de technologies permettant de limiter le recours aux substances chimiques (CTP, etc.)
 - Gestion des déchets dangereux de l’imprimerie
 - Label Imprim’vert ou équivalent, ISO 14001.

- **Déclaration ECOFOLIO**

De plus, le prestataire transmettra à la Secrétaire Générale les tonnages de papier imprimés pour le compte de la CMA, ainsi que les formats utilisés (bobine, A3, etc.) et le grammage, (nécessaire à la déclaration annuelle ECOFOLIO).

La CMA pourra fournir au prestataire l’imprimé ad’hoc à remplir.

CCTP accepté Le

Signature – Cachet de l’entreprise