

**ACCORD-CADRE RELATIF A DES PRESTATIONS  
GRAPHIQUES (CREATION GRAPHIQUE ET  
EXECUTION GRAPHIQUE) POUR LA  
COMMUNICATION PUBLICITAIRE, LA  
COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE ET LES  
DOCUMENTS DE MEDIATION ET D'INFORMATION  
DU PUBLIC DU MUSEE DU QUAI BRANLY –  
JACQUES CHIRAC**

**ACCORD-CADRE DE PRESTATIONS INTELLECTUELLES**

**CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES  
(CCTP) N°00391**

## SOMMAIRE

<b>1. PRESENTATION DE L'ACCORD-CADRE .....</b>	<b>3</b>
1.1 <i>Objet de l'accord-cadre</i>	3
1.2 <i>Les étapes de l'évolution de l'identité visuelle du musée du quai Branly – Jacques Chirac</i>	3
1.3 <i>L'insertion de l'identité visuelle dans la communication du musée du quai Branly – Jacques Chirac</i>	4
<b>2. DESCRIPTION DES PRESTATIONS .....</b>	<b>5</b>
2.1 <i>Consolidation de l'identité visuelle – Partie 1 du BPU</i>	5
2.2 <i>Création graphique – Partie 2 du BPU</i>	5
2.3 <i>Exécution graphique - Partie 3 du BPU</i>	6
2.3.1 <i>Exécution graphique à partir d'un visuel-concept</i>	7
2.3.2 <i>Exécution graphique à partir de gabarits (ligne 3.11 à 3.36 du BPU)</i>	8
2.4 <i>Conception de gabarits pour l'interne – Partie 4 du BPU</i>	8
2.5 <i>Prestations annexes prévues – Partie 5 du BPU</i>	8

## 1. PRESENTATION DE L'ACCORD-CADRE

### 1.1 Objet de l'accord-cadre

Le présent accord-cadre a pour objet la réalisation de prestations graphiques (création graphique et exécution graphique) pour la communication publicitaire, la communication institutionnelle et les documents de médiation, d'information du public et autres supports du musée du quai Branly – Jacques Chirac dans le cadre de la charte graphique du musée.

**Il est à noter que cet accord-cadre ne comprend pas des prestations relatives à la refonte du logo principal du musée.**

Le présent document a pour but de définir les prescriptions techniques incombant à tous les lots définis ci-dessous. Les prescriptions administratives sont contenues dans le cahier des clauses administratives particulières (CCAP).

### 1.2 Les étapes de l'évolution de l'identité visuelle du musée du quai Branly – Jacques Chirac

Pour l'ouverture du musée en 2006, une première agence graphique conçoit une charte graphique incluant un logo et posant les bases de l'identité du musée. La statuette Chupicuaro, première acquisition du musée (en 1998), est proposée comme emblème du musée, accompagnée par un astérisque, aux contours bruts et irréguliers. La structure en étoile de ce signe typographique, en plus d'évoquer une silhouette humaine, symbolise la dimension artistique (les cinq doigts de la main) et géographique de la collection permanente du musée (les cinq continents) ainsi que les cinq missions du musée (collections, expositions, manifestations, recherche et enseignement). La typographie Parisine a été choisie comme typographie d'accompagnement du logo. Cette agence est chargée d'appliquer la charte graphique et de produire les supports visuels du musée.

De 2007 à 2018, une nouvelle agence graphique prend le relais sur la production de l'ensemble des supports visuels du musée. Si les symboles définis par la première agence sont conservés, leur mise en application évolue pour s'adapter à l'évolution du musée. L'astérisque est repris comme un motif de la création ; des gabarits de documents sont définis.

En 2016, à l'occasion du 10ème anniversaire du musée, le logo évolue, faisant apparaître le nouveau nom du musée étendu : musée du quai Branly – Jacques Chirac. La signature « Là où dialoguent les cultures » se fait discrète et subsiste sur quelques documents d'édition. La charte graphique est actualisée.

De 2019 à 2020, les créations et exécutions graphiques sont confiées à un collectif de graphistes indépendants, que l'on charge de concevoir une nouvelle charte graphique. L'identité graphique évolue, s'organisant autour de l'astérisque, personnifiant le musée. Cette charte graphique est toujours en vigueur.

En 2020, une nouvelle agence graphique est chargée des prestations de créations graphiques et d'exécution graphique sur l'ensemble des productions du musée, dans le respect de la charte graphique en vigueur, et œuvre à la mise en cohérence de l'ensemble des supports d'information, de médiation et de communication du musée.

En 2023, par souci de lisibilité et d'accessibilité, un assouplissement de l'utilisation du logo est instauré. Jusqu'à lors pour les visuels d'affiches (expositions, spectacles, ...) – le logo s'utilise exclusivement dans une version verticale et est placé sur le bord supérieur gauche du support. Il est décidé dorénavant que le logo s'utiliserait dans une version horizontale pour les visuels d'affiches (expositions, spectacles, ...).

### 1.3 L'Insertion de l'identité visuelle dans la communication du musée du quai Branly – Jacques Chirac

L'identité visuelle du musée du quai Branly – Jacques Chirac est un des outils de la stratégie de communication de l'institution. Elle contribue à façonner son image et à développer sa notoriété grâce à des repères visuels qui facilitent la reconnaissance ; elle contribue à promouvoir, dans un objectif de fréquentation, chacune de ses offres culturelles et événementielles auprès du grand public et des relais d'opinion. Cette identité visuelle s'est construite au fil du temps à travers les supports de communication, de médiation et d'information, et s'appuie notamment sur quelques attributs pérennes constitutifs de la singularité du musée :

- Le patrimoine culturel du musée que sont les collections permanentes des quatre continents extra-européens, attachées à une expérience esthétique autant qu'à un savoir scientifique ;
- Le positionnement du musée, résumé dans la signature du « dialogue des cultures » mis en œuvre tant dans la programmation des expositions et des spectacles que dans la mission de recherche, avec la prise en compte forte de la voix des communautés et des parties prenantes culturelles dans une logique d'horizontalité ;
- L'architecture, patrimoine architectural du musée, chef-d'œuvre de Jean Nouvel fortement repéré par le grand public ;
- Le jardin du musée, de plus en plus intégré à l'expérience visiteur comme havre de verdure au cœur de la métropole, et symbole de l'engagement environnemental de l'institution ;
- Le positionnement géographique central du musée sur les quais de Seine et sa proximité immédiate de la Tour Eiffel, point de repère visuel ;
- La très grande diversité de l'offre culturelle - composée de patrimoine, de spectacles vivants, d'expositions, d'événements autour du savoir et des débats du temps présent - qui fait du musée une institution vivante, active, au cœur des enjeux de société et ancrée dans son temps.

Le titulaire devra réaliser des prestations graphiques dans le cadre de la charte graphique et des évolutions souhaitées par le musée, dans un principe de continuité pour capitaliser sur l'identité visuelle bâtie au fil du temps. Il devra donc produire des supports de communication grand public, des supports à vocation publicitaire, des supports d'information grand public, des supports d'information institutionnelle, des supports de médiation. Il devra intégrer une double exigence d'attractivité et de lisibilité.

## 2. DESCRIPTION DES PRESTATIONS

Les prestations et les livrables attendus dans le cadre du présent accord-cadre couvrent les cinq missions décrites ci-après :

### 2.1 Enrichissement et évolution de la charte graphique– Partie 1 du BPU

La charte graphique actuelle est le résultat d'un travail de recherche sur le repositionnement de la communication visuelle du musée. Ce document pose un certain nombre de règles relatives à la structure des différents supports visuels de communication, d'information et de médiation – des gabarits – et à la construction des principaux marqueurs de l'identité du musée – des principes graphiques – applicables selon les catégories des supports. Cette charte graphique constitue un socle de référence, un ensemble ordonné de repères et de prescriptions techniques – sans pour autant former un cadre rigide, fermé et définitif.

Le titulaire pourra être amené à enrichir et faire évoluer la charte graphique en fonction des besoins du musée.

En fonction des évolutions du musée, des missions ponctuelles pourront être réalisées :

- la création d'un logo (autre que le logo principal du musée) : un logo qui permet d'identifier une composante de l'offre culturelle du musée ou un événement, par exemple : l'Atelier Martine Aublet, le parcours enfant, quai Branly Nomade, ... ;
- la création d'un principe d'identité visuelle pour une offre, un événement, etc.

La réalisation de ces missions s'accompagnera de la production d'un document technique produit par le titulaire, définissant les règles d'utilisation des nouveaux principes graphiques.

Il pourra être également demandé au titulaire la production d'un document technique pour évolution et enrichissement de la charte graphique pour un principe d'identité visuelle déjà établi.

### 2.2 Création graphique – Partie 2 du BPU

Les prestations de création graphique recouvrent les prestations qui exigent un travail d'imagination à partir d'éléments visuels et textuels fournis par le musée, pour produire des livrables tels que l'affiche d'une nouvelle exposition ou d'un spectacle, une campagne de communication événementielle, une campagne de communication institutionnelle, un visuel pour un événement, un carton d'invitation spécifique, une carte de vœux... Il s'agit de créer un concept, une idée-force, un message visuel puissant et inédit, ainsi que son environnement graphique à partir duquel différentes déclinaisons pourront être réalisées en mode d'exécution.

Ces prestations recouvrent également les nouveaux documents d'édition ne disposant pas de gabarit. Dans ce cas, le titulaire établira « un principe de série », c'est à dire qu'il concevra un gabarit à partir des éléments fournis par le musée et qui pourra, le cas échéant, être décliné ultérieurement en supports périodiques en mode d'exécution graphique. Dans ce cas le musée pourra demander une prestation d'enrichissement de la charte graphique relevant du 2.1.

Ces créations doivent être conformes à la charte graphique et s'inscrire dans l'identité graphique du musée.

Pour chaque création, un brief sera envoyé par mail par la Direction de la communication au titulaire. Ce brief précisera les enjeux et objectifs de communication, la cible, l'univers et la tonalité attendus, le retroplanning et les livrables à fournir ainsi que le nombre de pistes attendues.

Concernant les affiches, le titulaire devra pour chaque visuel-concept fournir un argumentaire et devra faire une présentation orale à la direction du musée au cours desquelles des maquettes de mise en situation seront présentées. Cf exemple en annexe du présent CCTP.

La création graphique comprend notamment les supports suivants :

- Affiche d'exposition (8 expositions par an)
- Affiche pour une campagne institutionnelle (1 par an)
- Affiche de saison spectacle (1 par an)
- Affiche des temps fort spectacle (3 à 5 par an)
- Affiche pour des événements type grand week-end (1 par an)
- Carte de vœux (1 par an)
- Carton d'invitation pour des événements de relations publiques spécifiques (visite mécènes, brunch VIP, etc) (3 par an)

Cette estimation est réalisée d'après les besoins du musée tels qu'ils peuvent être appréciés à la date de consultation. Elle est donnée à titre indicatif et non contractuelle et ne saurait engager le musée d'aucune manière dans l'exécution de l'accord cadre.

Certains supports comprendront à la fois une mission de création graphique et une mission d'exécution graphique. Par exemple, une affiche d'exposition relève intégralement de la création graphique. Une nouvelle brochure peut en revanche comprendre une partie création (couverture, ouvertures et principe graphique pour les pages intérieures) et une partie exécution consistant à décliner toutes les pages relevant du même principe graphique. Cette répartition, sera laissée à l'appréciation du musée.

## 2.3 Exécution graphique - Partie 3 du BPU

Les prestations d'exécutions graphiques recouvrent l'ensemble des prestations entrant dans un cadre donné, partant soit d'une création existante, soit d'un principe graphique précédemment validé, et ne nécessitant pas une invention ou un important travail d'imagination. Elles concernent les supports conçus à partir d'un visuel-concept (par exemple à partir du visuel-concept d'une exposition), d'un gabarit (par exemple d'un dépliant), d'un modèle ou d'un principe de série (par exemple le rapport d'activité). Il peut donc s'agir notamment de déclinaisons, de mises au format, de mises à jour de documents ou d'exécutions textuelles et graphiques.

Elles nécessitent, à des degrés divers, un travail de composition et une exigence de composition et d'esthétique graphique, par exemple lorsqu'il s'agit de poursuivre une série telle qu'une brochure de saison, au gabarit pérenne, mais qui chaque année accueille un principe visuel nouveau (couleurs, icono...).

L'exécution graphique comprend notamment :

- Des déclinaisons publicitaires (affichage, insertions presse et digitales)
- Des cartons d'invitation aux vernissages
- Des e-invitations
- Des communiqués de presse
- Des dossiers de presse
- Des lettres de communication interne
- Billetterie (billets d'entrée, invitations, pass VIP et pass adhérents)
- Des flyers divers
- Des dépliants / livrets / programme (dépliants de visite, des programmes de cycles de conférences, cycles de cinéma, saison spectacles, ..., ainsi que des guides d'accueil des publics incluant des plans ou modélisation des espaces)
- Des brochures ou documents d'édition divers (brochure de saison, rapport d'activité, etc.)

Pour chaque mission d'exécution graphique, le titulaire sera saisi par le musée via une demande détaillée par mail. Dans le cas particulier des déclinaisons publicitaires, le titulaire consultera quotidiennement l'outil de pilotage de suivi de projets simultanés complété par l'agence médias (en charge des achats d'espaces publicitaires pour le compte du musée). Cet outil fait état en temps réel des déclinaisons nécessaires à produire et livrer aux supports.

### 2.3.1 Exécution graphique à partir d'un visuel-concept

A partir du moment où un visuel-concept aura déjà été créé sur un thème ou un événement, tout autre support découlant de ce visuel-concept sera considéré comme une déclinaison quel que soit son format.

- **Le pack numérique** – ligne 3.9 du BPU : pour chaque visuel concept est produit une dizaine de déclinaisons digitales pour le site internet et les réseaux sociaux du musée.
- **Les déclinaisons publicitaires** – lignes 3.1 à 3.8 du BPU. Une partie de l'offre culturelle du musée bénéficie de visibilité via un plan média publicitaire. C'est le cas en 2023 de la plupart des expositions, des spectacles, de l'Université populaire, du Week-end l'Ethnologie va vous surprendre, de Jardin d'été, de l'offre Famille, de l'adhésion et de la semaine de l'accessibilité. Ces plans médias exigent la production de mises au format des visuels-concept ou des affiches pour les supports publicitaires sélectionnés dans le plan média (affichage, insertions presses et digitales). Cette prestation consiste à adapter – « décliner » - le visuel-concept dans un format différent pour un affichage, une insertion publicitaire dans la presse ou un format publicitaire digital. En volume cela représente environ 300 déclinaisons par an. Cette estimation est réalisée d'après les besoins du musée tels qu'ils peuvent être appréciés à la date de consultation. Elle est donnée à titre indicatif et non contractuelle et ne saurait engager le musée d'aucune manière dans l'exécution de l'accord cadre.
- **GIF** – ligne 3.10 du BPU. Pour des besoins de visibilité et d'efficacité sur les réseaux sociaux, une déclinaison animée du visuel concept pourra être réalisée à la demande du musée.

### 2.3.2 Exécution graphique à partir de gabarits (ligne 3.11 à 3.36 du BPU)

La Direction de la communication centralise l'ensemble des prestations graphiques produites par le musée. Pour répondre au volume de production de supports des gabarits et des modèles recensés dans la charte graphique ont été créés. D'autres documents ont été créés au fur et à mesure du précédent accord-cadre, dont les gabarits n'ont pas toujours été inclus dans la charte. Une cartographie des supports existant en annexe du présent accord-cadre liste l'ensemble des gabarits.

Le musée transmettra au titulaire la charte graphique ainsi que l'ensemble des fichiers sources et documents nécessaires à la réalisation des prestations.

La prestation dans ce cas consistera à décliner des gabarits existants, sur une base périodique (exemples : brochure de saison, rapport annuel d'activité, catalogue des éditions, lettres de communication interne...) ou au rythme de la programmation (exemples : dépliants de visite, cartons d'invitation aux vernissages, e-invitations aux vernissages ou spectacles, dossiers et communiqués de presse en lien avec l'offre culturelle, dépliants « temps forts » spectacles...).

Etant entendu que certains supports combinent des prestations d'exécution à partir d'un visuel-concept et des prestations de mise en œuvre de gabarits.

## 2.4 Conception de gabarits pour l'interne – Partie 4 du BPU

Pour certains documents, le titulaire créera et livrera au musée des gabarits. Ces gabarits pourront être utilisés en interne par le musée dans le respect de la charte graphique. Les gabarits devront être conçus dans un souci de simplicité d'utilisation. Selon la demande du musée, ils pourront être conçus sur Indesign ou sur des outils de mises en page web type Canva.

## 2.5 Prestations annexes prévues – Partie 5 du BPU

- Exécution graphique évaluée en heures (ligne 5.6 du BPU) : dans le cas de supports nécessitant des prestations graphiques marginales, la prestation sera évaluée en heures de travail passées. Selon les documents, le titulaire peut être amené à remplacer des images, des couleurs ou blocs de textes. Il s'agit par exemple de supports dont les contenus sont pérennes et nécessitent des ponctuelles mises à jour, comme certains outils de médiation (plan d'orientation, guide jardin, guide des collections permanentes...).

- Retouche d'image (ligne 5.7 du BPU) : il pourra être demandé des travaux de retouche d'image. L'évaluation se fera à l'heure.

- Préparation, impression et livraison des cromalins (lignes 5.1 à 5.3 du BPU) : dans le cas d'impression de documents, un cromalin pourra être réalisé afin de garantir la qualité de l'épreuve et d'assurer la précision des couleurs. Le cromalin, s'il est jugé satisfaisant par le titulaire, sera livré soit au musée soit directement chez l'imprimeur selon la demande de la direction de la communication.

- Calage machine chez l'imprimeur (lignes 5.4 et 5.5 du BPU) : le titulaire s'engage à assurer le suivi de fabrication chez l'imprimeur pour les documents complexes et/ou d'importance majeure. Les prix indiqués au BPU comprennent l'ensemble des frais afférents à la prestation (déplacement compris).