

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES (CCTP)

OBJET DU MARCHE

Conseil, conception/création et réalisation de prestations graphiques

Pouvoir adjudicateur : Agence de l'eau Loire-Bretagne, coordonnateur du groupement de commandes constitué des 6 agences de l'eau métropolitaines.

Services responsables de la passation du marché, pour les agences de l'eau signataires du groupement

Aspects techniques : la délégation à l'information et à la communication de l'agence de l'eau Loire-Bretagne

Aspects administratifs : L'équipe achats de l'agence de l'eau Loire-Bretagne

A. OBJET, OBJECTIFS ET ENJEUX DU MARCHE

Le présent marché a pour objet :

- le conseil,
- la conception,
- et la réalisation graphique de supports d'information et de communication destinés à être mis en ligne et/ou imprimés.

Les agences de l'eau recherchent toutes **une plus grande visibilité de leur établissement respectif sur leur territoire, une plus grande lisibilité de leurs actions propres et conjointes**. Les supports d'information et de communication, qu'elles réalisent et diffusent, participent à l'atteinte de ces objectifs. Ces supports accompagnent les actions de communication destinées à « vendre » le programme d'action (programme d'intervention) et à inciter les acteurs publics et économiques à considérer la ressource en eau et les milieux aquatiques comme un atout pour le développement économique de leur territoire.

La qualité graphique et pédagogique des supports d'information, leur capacité à interpeler et à intéresser est un enjeu fort pour les agences de l'eau. Elles souhaitent sensibiliser les acteurs de l'eau aux projets de territoire et aux résultats visibles sur la reconquête du bon état des eaux.

B. CONTEXTE DU MARCHE

Les établissements publics du Ministère de la Transition écologique (les 6 agences de l'eau métropolitaines) mettant en œuvre la politique de l'eau au niveau national, se sont engagés dans un processus visant à mutualiser certains de leurs moyens (modernisation de l'action publique).

Le groupement de commandes est constitué des agences de l'eau :

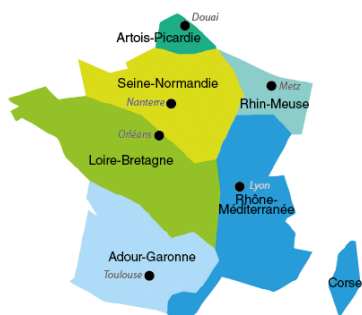
- agence de l'eau Adour-Garonne ;
- agence de l'eau Artois-Picardie ;
- agence de l'eau Loire-Bretagne ;
- agence de l'eau Rhin-Meuse ;
- agence de l'eau Rhône Méditerranée Corse ;
- agence de l'eau Seine-Normandie.

A ce titre, les membres du groupement de commandes conviennent de passer un marché mutualisé de « Conseil, conception/création et réalisation graphique de prestations graphiques ». La sortie du groupement par l'un des membres du groupement est autorisée.

L'agence de l'eau Loire-Bretagne est coordonnatrice du groupement de commandes constitué des 6 agences de l'eau

Les agences de l'eau sont toutes maîtresses de leur propre communication et commandent une ou des prestations les unes indépendamment des autres.

Sur les projets de portée nationale, une agence de l'eau pilote et porte financièrement le projet pour les autres.



1. Présentation des agences de l'eau

Il y a 6 agences de l'eau en France métropolitaine qui ont une mission commune pour l'eau, la biodiversité, le littoral. **Toutes ont la même ambition : le bon état des eaux.**

Créées par la loi sur l'eau de 1964, les agences de l'eau sont des établissements publics de l'État. Elles assurent une mission d'intérêt général visant à gérer et à préserver la ressource en eau et les milieux aquatiques.

Placées sous la tutelle du Ministère de la transition écologique, les agences de l'eau perçoivent des redevances en provenance de tous les usagers de l'eau selon le principe du « pollueur-payeur » et « préleveur-payeur ». Chaque euro

prélevé est réinvesti sous forme d'aides aux collectivités, acteurs économiques et agricoles pour financer des actions favorisant la reconquête du bon état de l'eau.

Les 4 grandes priorités des agences de l'eau avec comme enjeu transverse l'adaptation au changement climatique :

- gérer et partager les ressources en eau ;
- restaurer les milieux aquatiques, leur fonctionnement naturel et la biodiversité ;
- lutter contre les pollutions diffuses ;
- agir pour préserver et restaurer la qualité et les habitats naturels des eaux côtières.

2. Différents univers graphiques, contextes communicationnels et organisations

Les agences de l'eau définissent chacune leurs actions dans un programme d'intervention pluriannuel. Chaque agence de l'eau positionne sa communication autour de l'image d'un établissement :

- expert et référent dans le monde de l'eau,
- incitatif par son fonctionnement financier (levier de la transition écologique).

La communication d'une agence de l'eau porte sur des sujets socio-économiques :

- gestion durable des services d'eau et d'assainissement,
- l'eau source d'emplois,
- innovation.

Important : chaque agence de l'eau a son propre univers graphique. Les titulaires s'engagent à respecter l'univers graphique de chaque agence de l'eau. Dans le cadre de la mutualisation de la communication nationale des agences, un autre univers graphique est lui aussi à prendre en compte.

En tout état de cause, la charte graphique de l'État s'applique aux opérateurs de l'État que sont les agences de l'eau.

La ligne graphique établie doit aussi être en résonance avec l'identité visuelle globale de l'agence de l'eau qui porte l'action de communication. Dans le cas spécifique d'une nouvelle ligne graphique dédiée à une action de communication des agences de l'eau, cette nouvelle ligne graphique doit être en résonance avec l'identité visuelle « les agences de l'eau ».

a) Contexte Adour-Garonne (AEAG)

La stratégie de communication de l'agence de l'eau Adour-Garonne est pilotée par la Direction de la Communication et des Instances (DCI). Dans un contexte de changement climatique où le bassin Adour-Garonne sera le plus impacté, cette stratégie s'appuie sur des plans d'action visant à valoriser sa politique de l'eau, son Plan d'Adaptation au Changement Climatique (PACC) et son programme d'intervention. Sa mise en œuvre est assurée en interne ou confiée à des prestataires spécialisés.

Pour sensibiliser et informer les acteurs économiques, institutionnels, les associations et les citoyens, l'Agence déploie une large gamme d'actions et d'outils. Elle organise des colloques et événements sur l'ensemble de son territoire, noue des partenariats stratégiques qui donnent lieu à des actions de communication communes et développe des supports pédagogiques adaptés à tous les publics, des plus jeunes aux adultes.

L'agence de l'eau produit également de nombreux contenus et médias : guides pratiques, animations digitales, vidéos, expositions... Elle communique activement via ses deux newsletters (interne et externe) et assure une forte présence sur les réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube).

Depuis 2020, l'agence de l'eau Adour-Garonne a renforcé son identité avec la création de la marque « Eau grand Sud-Ouest », un nouveau logo et une plateforme de marque unifiée. Cette nouvelle charte graphique est désormais déclinée sur l'ensemble de ses supports. Son site internet, eau-grandsudouest.fr, centralise l'ensemble de ses prises de parole et outils de communication, offrant un accès simplifié à l'information.

b) Contexte Artois-Picardie (AEAP)

L'agence de l'eau a lancé une nouvelle étude de sa stratégie de communication triennale pour la période 2025-2027, actuellement en cours. Son fil rouge reste la préservation de la ressource en eau dans un contexte du changement climatique et son objectif est d'accompagner les différents projets de l'agence et notamment les plus

structurants pour son image, à savoir :

- le 12^e programme d'intervention 2025-2030 (une révision du programme à mi-parcours est prévue en 2027) ;
- l'élaboration du prochain Sdage 2028-2033 qui intègre une consultation du public qui doit mobiliser les citoyens et les personnes publiques consultées pour avoir une certaine représentativité et acquérir une légitimité ;
- la mise en œuvre de son plan d'adaptation au changement climatique (PACC) 2023-2030 ;
- la déclinaison des grands plans gouvernementaux en matière de gestion de l'eau et de la biodiversité (plan eau, fonds vert, plan d'urgence inondation...) ;
- la recherche d'exemplarité en tant qu'établissement de l'État - démarche de responsabilité sociétale et environnementale (RSE) et service public écoresponsable (SPE) - en accord avec le plan de transformation écologique de l'État.

Une identité graphique spécifique a été réalisée pour le lancement du 12^e programme d'intervention et est déclinée sur ses supports de communication. Elle est accompagnée d'un slogan : « ensemble préservons l'eau pour l'avenir durable de nos territoires ».

Une seconde identité graphique a également été créée pour la partie planification Sdage 2028-2033 accompagnée du slogan "tous solidaires pour la santé de nos milieux naturels".

Le pôle communication définit les éditions « print » ou « web » à réaliser en fonction des besoins liés au plan de communication. Il rédige, soit intégralement ou en partie avec l'aide des services associés, le contenu éditorial des productions et en sous-traite la conception graphique.

L'outil central de sa communication s'organise de plus en plus autour de la communication digitale avec deux sites internet, l'un plus institutionnel (www.eau-artois-picardie.fr) et l'autre plutôt grand public (www.agissons pour l'eau.fr) ainsi que ses réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn et YouTube). La communication événementielle reste très présente ainsi que la conception de plaquettes d'information (« print » et « digital ») et d'outils plutôt visuels et animés de type motion design. Côté "périodiques", l'agence de l'eau a lancé sa newsletter en 2023, celle-ci étant complètement conçue en interne.

c) Contexte Loire-Bretagne (AELB)

L'agence de l'eau Loire-Bretagne s'appuie sur une communication essentiellement numérique via :

- 6 sites internet (usine à sites dont le site institutionnel est <http://agence.eau-loire-bretagne.fr> ; un site dédié aux aides et aux redevances <http://aides-redevances.eau-loire-bretagne.fr> ; un site dédié à la planification <http://sdage-sage.eau-loire-bretagne.fr> ; un site dédié aux données et aux documents <http://donnees-documents.eau-loire-bretagne.fr> ; un extranet dédié aux membres des instances de bassin <http://extranet-instance.eau-loire-bretagne.fr> ; un intranet dédié aux agents <http://oasis.eau-loire-bretagne.fr>...)
- les réseaux sociaux (Facebook & instagram + LinkedIn)
- les plateformes de publication (YouTube + Calaméo)
- une lettre électronique et mailings (Brevo)

L'agence de l'eau Loire-Bretagne planifie sa communication à travers un plan de communication de 3 ans (2025-2027) qui se décline en plans d'actions annuels et quand il le faut en plans d'actions thématiques.

L'action de l'agence de l'eau répond aux objectifs du schéma directeur d'aménagement et de gestion des eaux (Sdage) du bassin Loire-Bretagne. Ce Sdage fait l'objet de documents de communication qui disposent d'une identité graphique spécifique informelle.

Pour répondre aux objectifs du Sdage, un programme d'intervention dispose également d'une identité graphique informelle.

L'usine à sites (sites internet, intranet, extranet instances et extranet) bénéficie d'une identité graphique formelle. Chaque espace possède sa charte graphique.

L'agence de l'eau Loire-Bretagne dispose de moyens graphiques en interne. La Délégation à l'information et à la communication dispose d'Adobe Creative Cloud qui lui permet de réaliser des mises en page à destination de publics externe et internes. Toutefois, la délégation à l'information et à la communication a besoin de pouvoir déléguer des travaux graphiques selon la charge de travail des collaborateurs.

Le titulaire aura à intégrer :

- la charte de l'Etat qui s'applique aux opérateurs et entités servicielles de l'État.
- les ambiances graphiques existantes fournies au besoin au titulaire selon les prestations à réaliser.

d) Contexte Rhin-Meuse (AERM)

La stratégie de communication interne et externe de l'agence de l'eau Rhin-Meuse est pilotée par la Délégation à la communication rattachée à la Direction générale. Sa mise en œuvre est assurée en régie ou en faisant appel à des prestataires extérieurs (par grandes opérations).

La communication de l'agence de l'eau Rhin-Meuse se déploie autour d'une programmation pluri-annuelle qui permet de valoriser sa politique d'intervention et d'asseoir sa notoriété avec notamment la réalisation de campagne de communication dans un cadre partenarial au niveau du bassin, de documents d'informations (plaquettes sur le programme d'interventions, guide techniques...), l'organisation de colloques, la participation à des événements ou journées techniques et des relations presse.

L'agence de l'eau Rhin-Meuse dispose d'un site Internet, de réseaux sociaux (linkedin, Facebook, Instagram, X). L'agence de l'eau Rhin-Meuse édite trimestriellement un magazine Rhin-Meuse infos destiné à l'ensemble de ses partenaires.

e) Contexte Rhône Méditerranée Corse (AERMC)

La communication de l'agence de l'eau Rhône Méditerranée Corse se déploie autour d'un plan d'actions qui permet de valoriser sa politique d'intervention, son expertise sur les enjeux de l'eau, et d'asseoir sa notoriété. La stratégie de communication s'articule principalement autour de la diffusion de son magazine et d'une newsletter, d'animation de ses réseaux sociaux, de l'organisation d'événements et de relations presse. Parmi les supports de communication produits, l'agence de l'eau lance régulièrement des films d'animations pour sensibiliser aux enjeux de l'eau.

Cette agence a mis en place une communication numérique via les réseaux sociaux. Elle a créé en 2013 un site internet d'actualité sur l'eau « Sauvonsleau.fr » et ouvert un compte X (twitter) du même nom (6 300 abonnés). Elle a également ouvert un compte LinkedIn (15 000 abonnés) ainsi qu'un compte Instagram. Elle fait également vivre son site internet institutionnel www.eaurmc.fr. Un slogan et une charte graphique « Sauvons l'eau » sont actuellement déclinés sur ses supports de communication.

L'action de l'agence de l'eau répond aux objectifs des deux schémas d'aménagement et de gestion des eaux (Sdage) des bassins Rhône-Méditerranée et de Corse. Ces Sdage font l'objet de documents de communication qui disposent d'une charte graphique spécifique.

Les chartes graphiques liées à la communication institutionnelle de l'agence, au programme « sauvons l'eau », aux documents du Sdage et aux collections « Eau et connaissance » seront fournies au titulaire lors de la réunion de démarrage de la prestation.

L'agence de l'eau ne dispose pas de graphiste en interne et est ainsi accompagnée depuis 2011 par des agences de graphisme. La Délégation à la communication dispose toutefois des logiciels Photoshop et In Design qui lui permettent de réaliser quelques mises en page à destination de l'interne notamment.

f) Contexte Seine-Normandie (AESN)

La stratégie de communication externe de l'agence de l'eau Seine-Normandie est pilotée par le service communication rattaché à la direction générale. Cela constitue de cadre de référence, une programmation des actions de communication et le budget annuel.

Sa mise en œuvre est assurée en régie ou en faisant appel à des prestataires extérieurs. Les travaux graphiques sont majoritairement sous-traités. L'agence de l'eau ne dispose pas de graphiste en interne.

La refonte de la charte graphique de l'État a amenée l'agence de l'eau Seine-Normandie à refondre complètement sa propre charte graphique courant 2020. Cette charte graphique sera fournie au titulaire lors du démarrage de la prestation.

La communication de l'agence de l'eau Seine-Normandie se déploie autour d'une programmation annuelle qui permet de valoriser sa politique d'intervention (programme) et de mobiliser les acteurs et partenaires à agir. Cette mobilisation repose notamment sur la réalisation de campagne de communication (#ilsontfaitpourquoiaspasvous), de documents d'informations (plaquette, motion design sur le programme d'interventions, guide techniques urbanisme...), l'organisation des forums des acteurs de l'eau, de colloques, la participation à des événements ou journées techniques et des relations presse.

L'agence de l'eau dispose d'un site internet, de de réseaux sociaux (linkedin, instagram et facebook).
Le magazine de l'agence de l'eau Seine-Normandie « confluence », n'entre pas dans le cadre du présent marché.

g) Contexte : les agences de l'eau

Les dernières années ont mis en évidence la nécessité pour les agences de l'eau de valoriser leur image, d'explicitier leur gouvernance particulière, le sens, l'effet levier et les résultats de leurs actions. Il s'agit pour elles de gagner en notoriété nationale au-delà du cercle des initiés qui œuvrent dans leurs instances ou qui gravitent dans le premier cercle de leurs partenaires.

Les derniers résultats du baromètre de l'opinion publique IFOP 2023 (réalisé à la demande des agences de l'eau) montrent que les Français souhaitent être informés par deux sujets qui les préoccupent :

- La qualité de l'eau des rivières (35 % citent les quantités de polluants dans les rivières, comme les pesticides, nitrates, résidus de médicaments...) ;
- La provenance de leur eau potable (32 %).

Si les agences de l'eau ont une image moins grand public que d'autres établissements publics nationaux, cela s'explique en partie par le ciblage de leurs actions en priorité vers les maîtres d'ouvrage (bénéficiaires d'aides) sans exclure pour autant le grand public notamment à travers les actions de sensibilisation portées par des structures associatives.

Pour autant les agences de l'eau constituent une véritable « success story » qui véhicule une image positive. Elles sont positionnées sur un champ porteur de valeur et d'intérêts croissants pour le grand public (avec les campagnes médiatiques sur l'émergence de micropolluants, l'érosion de la biodiversité, la raréfaction de la ressource en eau dans un contexte de changement climatique...) qui sont des prérequis pour une communication nationale plus offensive et plus large dans ses cibles :

- image d'importance (l'institution est positionnée comme particulièrement significative dans son domaine et dans son environnement),
- image d'efficience (capacité à faire valoir les performances et l'utilité de l'institution),
- image d'excellence : les « établissements de référence » en matière d'expertise et de politique de l'eau,
- image de confiance (crédibilité, fiabilité, rigueur, équité, planification et prospective...),
- une culture (c'est-à-dire un niveau profond de croyances et de perceptions partagées par ses membres) et une posture originale en termes d'élaboration de politique publique avec les instances de bassin,

...soit autant de facteurs favorables pour inverser la tendance et pouvoir positionner les 6 établissements publics différemment sur la base d'une communication institutionnelle décidée et assumée.

La mutualisation au niveau de la communication nationale s'inscrit dans une démarche à long terme et vise :

- à pérenniser des actions communes ou à les réorienter selon la stratégie d'action envisagée (ex : baromètre de l'opinion publique, application « qualité rivière », campagne de communication digitale grand public sous la bannière En Immersion...),

- à élaborer des produits de communication communs nouveaux (fiches repères, infographies bilans, rapport d'activité inter-agences...),
- à organiser des évènementiels nationaux (type colloque, participation à des salons) pour profiter de la dynamique inter-agences et mutualiser les expériences développées dans chacun des bassins.

<http://www.lesagencesdeleau.fr/>

<https://www.facebook.com/EnImmersion.Eau/>

https://www.instagram.com/en_immersion_eau/

<https://www.youtube.com/channel/UCvhlqDe1n1eOVTkF-j-s6Tg>

<https://x.com/EnImmersion>

C. PLANNING PREVISIONNEL DU BESOIN

Selon l'agence de l'eau, chaque prestation fait l'objet :

- d'une « approche budgétaire », préétablie par l'agence de l'eau ou établie par le titulaire sur la base des prix du bordereau des prix unitaires (BPU). Suite au calage de la prestation, cette approche budgétaire est validée par l'émission d'un bon de commande, au fur et à mesure des besoins et projets définis par chaque agence de l'eau.

Ou

- d'un devis basé uniquement sur le bordereau des prix unitaires, transmis par le titulaire. L'acceptation du devis est validée par l'émission d'un bon de commande, au fur et à mesure des besoins définis par chaque agence de l'eau ;

Sur les projets de portée nationale, une agence de l'eau pilote et porte financièrement le projet pour les autres. Les agences de l'eau se répartissent les projets de portée nationale au sein du groupe communication des agences de l'eau. Ce dernier se réunit environ 4 fois par ans. Un projet national par an en moyenne a sollicité le précédent accord cadre.

D. ORGANISATION

1. Les intervenants

a) L'interlocuteur

Le titulaire a communiqué dans son offre le nom de son interlocuteur attitré et celui de son remplaçant en cas d'absence (congé, maladie, etc.) qu'il désigne pour l'exécution du marché (courriels nominatifs, lignes téléphoniques directes si possible). Pour tout changement en cours d'exécution, un titulaire doit en informer l'agence coordonnatrice (coordonnateur Loire-Bretagne) au plus tôt. Le remplaçant doit avoir les mêmes compétences et avoir toutes les connaissances nécessaires sur le marché.

L'agence de l'eau coordonnatrice du groupement communiquera l'ensemble des informations aux agences de l'eau.

Les missions de l'interlocuteur sont :

- d'établir les devis ou approches budgétaires au regard d'un « brief » du projet ;
- de garantir le respect des conditions techniques, notamment la tenue des échéances d'exécution graphique déterminées lors des bons de commande ;
- d'assurer le suivi administratif et financier du projet avec l'agence de l'eau commanditaire ;

- de produire la facturation via la plateforme Chorus conforme aux éléments du devis ou de l'approche budgétaire ; d'assurer le suivi global du marché (avec le coordonnateur du groupement).
- d'assurer un suivi précis des facturations dans un tableau de bord faisant apparaître le n°projet (et projets liés) ; les lignes, quantités et montants TTC consommées dans le BPU pour chaque projet, précisant l'agence de l'eau commanditaire. Pour ce faire, un tableau de bord en ligne, unifié et indépendant est mis à disposition de chaque titulaire par le coordinateur du groupement afin de ne pas rompre le secret des affaires. L'objectif de ce tableau de bord est de pouvoir suivre les mini et maxi du marché, tout en permettant d'améliorer le futur accord cadre. Ce suivi obligatoire n'est pas indemnisé.

L'interlocuteur de l'entreprise titulaire prend connaissance des observations formulées tout au long du projet par le représentant du pouvoir adjudicateur et prend toute mesure utile pour garantir la qualité globale de la prestation au regard des conditions du marché. Les éventuelles difficultés que rencontrerait un titulaire doivent faire l'objet d'un signalement par écrit au représentant du coordonnateur du groupement d'achat (agence de l'eau Loire-Bretagne).

b) Le service en charge du suivi global du présent marché :

- **la délégation à l'information et à la communication à l'agence de l'eau Loire-Bretagne.** Le nom et les coordonnées du référent du marché seront communiqués au titulaire lors de la réunion de démarrage.

c) Les services en charge du suivi quotidien du présent marché :

- à l'agence de l'eau **Artois-Picardie** : **le service communication.** Le nom et les coordonnées du référent du marché seront communiqués au titulaire lors de la réunion de démarrage.
- à l'agence de l'eau **Adour-Garonne** : **le département communication et instances.** Le nom et les coordonnées du référent du marché seront communiqués au titulaire lors de la réunion de démarrage.
- à l'agence de l'eau **Loire-Bretagne** : **la délégation à l'information et à la communication.**
- à l'agence de l'eau **Rhin-Meuse** : **la délégation à la communication.** Le nom et les coordonnées du référent du marché seront communiqués au titulaire lors de la réunion de démarrage.
- à l'agence de l'eau **Rhône Méditerranée Corse** : **la délégation à la communication.** Le nom et les coordonnées du référent du marché seront communiqués au titulaire lors de la réunion de démarrage.
- à l'agence de l'eau **Seine-Normandie** : **le service communication.** Le nom et les coordonnées du référent du marché seront communiqués au titulaire lors de la réunion de démarrage.

2. La plateforme d'échange de chaque titulaire

Les agences de l'eau ont besoin d'une plateforme d'échange avec chaque titulaire de sorte, notamment, à limiter l'impact écologique des prestations, à éviter les transferts des multiples versions. Un simple drive ne suffit pas à répondre à ce besoin. La plateforme obligatoire doit idéalement permettre à chaque chargé de projet d'une des agences de l'eau de :

- Disposer d'un compte de connexion en ligne sécurisé (5 comptes par agence de l'eau) ;
- Consulter ses dossiers par projet et suivre leur avancement / planification ;
- Déposer des éléments sources nécessaires à la réalisation des prestations ;
- Échanger, corriger, modifier, amender, valider les versions livrées en bénéficiant d'une traçabilité.

E. DESCRIPTION DES BESOINS

1. Description générale des prestations

Pour leur communication interne ou externe, les agences de l'eau réalisent toutes :

- des feuillets et/ou dépliant d'information,

- des programmes de colloque,
- des documents,
- des guides et fiches techniques,
- des études,
- des flyers
- un rapport d'activité annuel...

et/ou ont besoin :

- d'illustrations,
- de pictos
- de bannières web,
- de graphes,
- de logigrammes,
- d'infographies
- d'animations motion design...

La mise en ligne des documents est quasi-systématique sur leur(s) site(s) internet respectif(s), plateforme(s) de publication et via les réseaux sociaux. Toutes les agences de l'eau limitent la « diffusion papier » mais il faut qu'elles puissent confier l'impression de documents à un imprimeur offset et/ou numérique. Souhaitant toutes respecter l'environnement et publier des documents accessibles, les agences de l'eau ont notamment besoin de prendre en compte l'économie d'encre dès la conception, l'utilisation de police économes et accessibles, d'assurer des niveaux de contrastes suffisants pour l'accessibilités...Elles sont toutes à la recherche d'un équilibre entre qualité graphiques, respect de l'accessibilité et limitation de l'impact environnemental.

Cette prestation d'impression ne fait pas partie du présent marché et sera à la charge de chaque agence de l'eau. Il peut toutefois être demandé au titulaire de prendre en charge le suivi de fabrication auprès de l'imprimeur désigné par une agence de l'eau.

Certaines publications sont des incontournables. Par exemple, chaque agence de l'eau réalise un rapport d'activité annuel sur la base d'une grande trame et d'une ligne graphique commune aux 6 établissements. Des publications peuvent être actualisées chaque année comme la note d'information aux maires et aux présidents d'EPCI de leur territoire sur le prix de l'eau...

Certaines agences de l'eau actualisent aussi des dépliants sur les aides et redevances, des calendriers..., ce qui donne lieu à une mise à jour de textes et d'illustrations le cas échéant.

Dans ce contexte, le titulaire assure la conception et/ou la réalisation graphique des documents selon un calendrier de réalisation fixé au préalable sur chaque bon de commande.

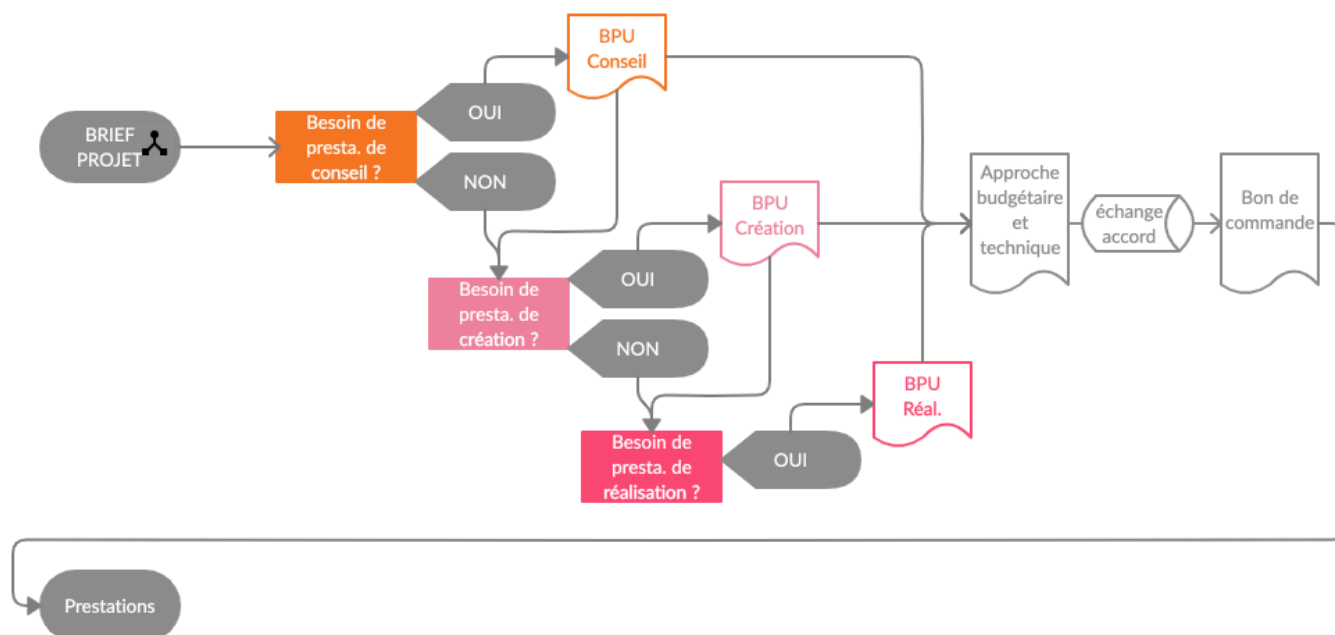
Les bons de commande peuvent intégrer des prestations :

- de conseil
- et/ou de création
- et/ou de réalisation.

Ces 3 prestations sont décrites ci-après aux points 2, 3 et 4.

Evolutions et Corrections d'auteur : au-delà de 4 jeux complets de corrections, sous réserve que les corrections complémentaires ne soient pas le fait d'une négligence de la part du titulaire, l'agence de l'eau émet un bon de commande complémentaire par application du bordereau des prix unitaires (BPU) et les corrections d'auteur sont donc facturées en supplément par le titulaire. Les coquilles ne sont pas considérées comme des corrections d'auteur et doivent être traitées autant que nécessaires.

Calage préalable d'un projet :



Nota : si un « brief » transmis ne déclenche finalement pas un bon de commande, le titulaire est en droit de percevoir une indemnité forfaitaire de 75 euros TTC (62,5 euros ht).

Brief

Avant de concevoir un support de communication, la rédaction d'un brief est indispensable (un brief type est communiqué dans le DCE). Cette étape est très importante, aussi bien pour le commanditaire (agence de l'eau) que pour le titulaire. Un bon brief est synonyme de gain de temps pour tous et la garantie d'un résultat efficace !

Un brief doit donner et/ou fournir les instructions et les directives du commanditaire. C'est pourquoi, rédiger un brief est un travail de réflexion que l'agence de l'eau doit réaliser avant même de contacter le titulaire. Les agences de l'eau peuvent d'ailleurs s'appuyer sur le brief type qui leur est fourni pour le présent marché. Ce dernier permet de préparer la ou les futures prestations d'un projet en décrivant : style, cibles, problématique, objectifs, message, promesse, la nécessité de prendre en compte et traiter l'accessibilité...

Et, plus le titulaire a d'éléments précisés dans le brief, plus il est en capacité de proposer un conseil, une création, une réalisation efficace et pertinente.

L'agence de l'eau précise donc clairement dans le brief le traitement et l'esprit graphique souhaité (illustrations uniquement photographiques, uniquement graphiques ou un mix des deux...). Dans le cas d'une mise en page, elle indique au prestataire les parties (exergue, titre ou paragraphe) du texte fourni à mettre en valeur (pour des dépliants, plaquettes, flyers...) ou pour les documents plus importants (étude, rapport, guide...) la structuration du texte à respecter (sommaire) et l'importance à donner à chaque encadré ou exergue.

A partir des indications portées par le brief, le titulaire propose 2 à 3 pistes créatives (rough). Soit l'une d'elles est approuvée par l'agence de l'eau (avec le cas échéant des aménagements à la marge), soit aucune d'elles ne convient à l'agence de l'eau. Dans ce dernier cas, le prestataire doit élaborer une nouvelle proposition créative (rough) intégrant les remarques émises.

Le titulaire propose alors une nouvelle piste créative. Soit celle-ci :

- est approuvée par écrit par l'agence de l'eau (avec le cas échéant des aménagements à la marge) ; le titulaire réalise alors la mise en page et/ou les visuels.

- ne convient pas de nouveau au commanditaire. Dans ce dernier cas, l'agence de l'eau étudie la nécessité de prendre une décision d'ajournement, de réfaction ou de rejet.

Notion de projet

Dans le présent marché, un projet peut être de plus ou moins grande ampleur.

Un projet peut, par exemple, ne concerner que la création et la réalisation d'une illustration. Une agence de l'eau a besoin de cette illustration, ni plus ni moins; l'illustration constitue le projet décrit dans un brief et engagé financièrement par un bon de commande.

A contrario, un projet peut porter sur toutes les prestations graphiques d'une action de communication globale et intéresser, par exemple, la création d'une ligne graphique particulière, toutes les déclinaisons des supports et visuels afférents à cette action de communication. Dans ce cas, l'agence de l'eau décrit dans le brief toutes les prestations graphiques de l'action de communication et détaille le rétro-planning des prestations. Toutes les prestations graphiques de l'action de communication constituent alors le projet décrit dans le brief.

Pour autant, toutes les prestations peuvent ne pas être engagées budgétairement dans un seul et même bon de commande. En effet, un projet peut être pluriannuel et les bons de commandes seront établis au fur et à mesure de la demande de réalisation du projet.

Au moment de la rédaction du brief d'un projet d'ampleur, l'agence de l'eau doit prévoir et décrire l'ensemble des prestations qui s'y rapportent. Toutefois, certaines prestations, nécessaires et non prévisibles initialement, peuvent être rattachées au projet initial d'ampleur si et seulement si :

- leurs caractéristiques graphiques sont indéniablement liées à celles du projet en question
- et/ou les droits d'auteurs y sont liés.

Dans ce cas, l'agence de l'eau à l'initiative d'un tel projet raccroche les prestations complémentaires à celui-ci sans faire appel à un nouveau tour de rôle et en se rapprochant directement du titulaire identifié par le tour de rôle initial (au lancement du projet).

2. Les prestations exclues du présent marché

a) Revues et magazines

Les brochures dont la périodicité est inférieure à 11 mois, comme les revues et les magazines, ne font pas partie du présent marché. Pour information, trois agences (Rhin-Meuse, Rhône-Méditerranée et Corse, Seine-Normandie) font réaliser un magazine en s'appuyant sur d'autres prestataires.

b) Prestations graphiques de l'accord-cadre de production déléguée d'événements

Deux agences de l'eau (Adour-Garonne et Seine-Normandie) sont adhérentes à un autre accord-cadre de production déléguée d'événements piloté par la direction des achats de l'Etat. A ce titre, lorsqu'elles délèguent totalement la coordination d'un événement à l'un des titulaires de cet autre accord cadre, elles ont l'obligation de lui déléguer aussi le conseil, la conception et la réalisation des prestations graphiques liés à cet événement.

A noter : Toutefois, si une agence de l'eau, adhérente à l'accord cadre de production déléguée d'événements piloté par la direction des achats de l'Etat, garde la coordination d'un événement en régie, elle a bien la possibilité de déléguer le conseil, la conception et la réalisation des prestations graphiques de cet événement, dont la coordination est conservée en régie, à l'un des titulaires du présent marché.

c) Autres

Une agence de l'eau qui serait bénéficiaire d'un autre marché (remplissant les trois conditions suivantes) :

- o dont la notification est antérieure à celle du présent marché ;
- o faisant apparaître de petites prestations graphiques intégrées et périphériques ;
- o en cours d'exécution ;

... ne pourra passer commande pour les prestations identiques au titre de présent accord cadre, tant que cet autre marché n'a pas expiré.

Dans tous les autres cas, les titulaires du présent marché bénéficient, à tour de rôle et pendant la durée

d'exécution de celui-ci, de l'exclusivité des prestations qui s'y rapportent.

3. Description des prestations de conseil

Le « conseil » doit permettre à une agence de l'eau et/ou aux agences de l'eau d'être éclairée(s), accompagnée(s) en amont des étapes de création et pendant la réalisation d'un projet. **Cette étape de conseil n'est pour autant pas systématique.** Le conseil peut être composé au besoin et en fonction du projet.

L'intervention de différents types d'acteurs peuvent être nécessaire :

- d'un directeur artistique ou équivalent ;
- et/ou d'un chef de projet ;
- et/ou d'un infographe ;
- et/ou d'un illustrateur ;
- et/ou d'un motion designer ;
- et/ou d'un web designer ;
- et/ou cartographe ;
- et/ou d'un rédacteur de script d'animation
- et/ou d'un technicien son ;
- et/ou d'un spécialiste de l'accessibilité du numérique.

Le calage préalable basé sur le brief permet d'identifier conjointement les profils nécessaires.

Une agence de l'eau peut demander que l'accessibilité des prestations graphiques soit prise en compte dès le début d'un projet, dès la conception. Le spécialiste de l'accessibilité s'assure alors auprès des différents intervenants du projet que l'accessibilité des productions soit prise en compte des roughs aux livrables finaux.

Quelques exemples de prestations de conseil sont décrits ci-après (liste non exhaustive) :

a) Ligne graphique

Les agences de l'eau organisent toutes des actions de communication et des évènements (séminaire, colloque, journée technique, rencontres de l'eau...) qui peuvent nécessiter une nouvelle ligne graphique à décliner sur l'ensemble des supports de communication liés à l'action et/ou à l'évènement (programme, pochette, poster, flyer, kakemono, bandeau web...).

Une agence de l'eau peut, indépendamment des autres agences de l'eau, mettre en place une action de communication. Une agence de l'eau peut, par exemple, décider de mettre en place une nouvelle ligne graphique pour son nouveau programme d'intervention, sa révision ou pour tout autre projet de communication.

(1) Principe de déroulement des prestations

À la suite de la réception d'un brief et après une première réunion de cadrage préalable du projet, le titulaire transmet sur la plateforme 2 à 3 pistes créatives, préconisées par son directeur artistique (ou équivalent), le cas échéant tenant compte des préconisations de respect de l'accessibilité commandées aux titulaires, tenant compte des indications de l'agence de l'eau. Après l'accord écrit de l'agence de l'eau, il décline la proposition retenue sur l'ensemble des supports de communication.

(2) Livrables

Une simulation de la ligne graphique.

Une charte qui vient formaliser la ligne graphique sur les supports concernés

Le titulaire fournit sur sa plateforme d'échange, les fichiers PDF des documents déclinés (le cas échéant les preuve(s) du respect d'accessibilité) selon la nouvelle identité visuelle. Il fournit le cas échéant un cahier des normes et des règles d'usages de la nouvelle identité visuelle, sous une forme numérique.

Le titulaire fournit l'intégralité des fichiers source utilisés et le cas échéant les preuves du respect de l'accessibilité.

b) Evolution du logo d'une agence de l'eau

Le logo de l'agence de l'eau peut être amené à évoluer.

(1) Principe de déroulement de la prestation

Après une réunion de cadrage, le titulaire fournit sur la plateforme 2 à 3 pistes créatives en fonction des indications de l'agence de l'eau. Après l'accord de l'agence de l'eau, il décline la proposition retenue sur tous les formats de logos.

(2) Éléments fournis par l'agence de l'eau

- Des indications écrites sur les évolutions souhaitées,
- Les fichiers natifs des logos.

(3) Livrable

Après acceptation de l'agence de l'eau, le titulaire fournit sur la plateforme d'échange, les fichiers des différentes versions (couleur et en noir et blanc) dans les formats .ai, .eps, .png et jpeg. **Le titulaire fournit les fichiers sources.**

4. Description des prestations de conception / création graphique

Les agences de l'eau sont toutes à la recherche d'un équilibre entre qualité graphiques, respect de l'accessibilité et limitation de l'impact environnemental des publications.

- la création d'une maquette de mise en page
- la création d'un visuel (illustration, infographie statique, carte simplifiée, graphique, pictogramme, bannière web...)

Souhaitant toutes respecter l'environnement et publier des documents accessibles, les agences de l'eau ont notamment besoin de prendre en compte l'économie d'encre dès la conception, l'utilisation de police économes et accessibles, d'assurer des niveaux de contrastes suffisants pour l'accessibilités...

Lorsqu'un projet le nécessite, le bon de commande peut intégrer un ou plusieurs types de conception / création graphique, et un travail de respect de l'accessibilité.

a) **Création d'une maquette de mise en page d'un support**

Certains documents nécessitent la création d'une nouvelle maquette de mise en page. La maquette graphique établie doit aussi être en résonance avec l'univers graphique globale de l'agence de l'eau qui porte l'action de communication. Dans le cas spécifique d'une action de communication des agences de l'eau, cette nouvelle maquette doit être en résonance avec l'univers graphique des « agences de l'eau ».

Nota : Si une maquette de mise en page d'un volume intérieur (hors couverture) entre dans le cadre d'une ligne graphique déjà existante, il n'est alors pas nécessaire de passer par une étape de création. (Cf. réalisation).

(1) **Principe de déroulement des prestations**

Après une première réunion de cadrage du projet, le titulaire transmet sur la plateforme 3 pistes créatives (rubricage, granulométrie des titres, intertitres, encarts...accessibilité) en fonction des indications de l'agence de l'eau. Pour les documents longs, la piste retenue est alors stabilisée par le titulaire par l'intermédiaire des styles de paragraphes, de caractère, de bibliothèques de formes. Après l'accord écrit de l'agence de l'eau, il décline le cas échéant la proposition retenue sur le support de communication.

Le titulaire utilise ou transmet l'intégralité des fichiers natifs après acceptation de l'agence de l'eau.

b) **Création d'un visuel (ou achat dans une banque d'images)**

Un visuel entre dans la composition d'une ou plusieurs publications numériques et/ou papier.

(1) **Principe de déroulement des prestations**

Sur la base d'un brief de création par visuel (style, cibles, problématique, objectifs, message, promesse...accessibilité) et/ou d'éléments sources, l'agence de l'eau peut faire créer un ou des visuels pour son compte ou celui des agences de l'eau. Après réception du brief et un échange téléphonique avec l'agence de l'eau sous 1 jour ouvré maximum (Cf. chapitre F-4), le titulaire transmet sur la plateforme a minima 2 pistes créatives (pré-création). Après l'accord écrit de l'agence de l'eau, il finalise et affine (création) la proposition retenue sous 3 jours ouvrés maximum (Cf. chapitre F-4).

Pour un ensemble de visuels destinés à un même support, la durée de la phase de création est déterminée d'un commun accord et indiquée dans le bon de commande.

Types de visuels	Commentaires et précisions
Les photographies	<i>Le marché ne couvre pas les prestations de reportage photographique.</i> Il s'agit dans ce cas d'acheter au profit direct de l'agence de l'eau la cession de reproduction et de représentation d'une ou plusieurs photographies. L'agence de l'eau doit en effet pouvoir les utiliser en dehors et au-delà des éventuels supports réalisés par le titulaire.
Les graphes	L'agence de l'eau commanditaire dispose, la plupart du temps, des fichiers (tableurs) sources des graphes à réaliser, à harmoniser lorsqu'ils concernent un même support et/ou une même ligne graphique. Un travail de prise en compte de l'accessibilité peut être intégré à la prestation.
Les tableaux	L'agence de l'eau commanditaire dispose, la plupart du temps, des fichiers (tableurs) sources des tableaux à réaliser, à harmoniser lorsqu'ils concernent un même support et/ou une même ligne graphique.

Les premières de couverture	Une agence de l'eau peut avoir uniquement besoin de la création d'une première de couverture et d'une éventuelle quatrième qui respecte la charte graphique de l'État tant qu'elle est active. Un travail de prise en compte de l'accessibilité peut être intégré à la prestation.
Les cartes « techniques » (linéaires, ponctuelles, zonales, superposées)	<i>Le marché ne couvre pas les prestations de réalisation cartographique technique nécessitant de maîtriser les référentiels et couches cartographiques.</i> Ce type de visuel est la plupart du temps directement exploitable ou le cas échéant à retoucher/adapter.
Les cartes simplifiées et cartes de positionnement dans l'espace	A partir de couches cartographiques simples, le titulaire peut être amené à créer ou adapter une carte simplifiée ou une carte permettant le positionnement de territoires au sein du bassin hydrographique de l'agence de l'eau.
Les bannières	Les bannières web, les cover (visuel de couverture de réseaux sociaux), les posts des réseaux sociaux. Un travail de prise en compte de l'accessibilité peut être intégré à la prestation.
Les logigrammes	A partir d'un crayonné sommaire, le titulaire peut devoir créer ou adapter un logigramme (dont l'organigramme d'un établissement). L'agence de l'eau fournit, sur fichier un traitement de texte ou un tableur, les contenus textuels validés correctement orthographiés et accentués. Un travail de prise en compte de l'accessibilité peut être intégré à la prestation.
Les illustrations	Toute création d'illustration fait l'objet d'un brief préalable transmis au titulaire par l'agence de l'eau. Un travail de prise en compte de l'accessibilité peut être intégré à la prestation.
Les pictogrammes	Toute création de pictogramme ou ensemble de pictogrammes fait l'objet d'un brief préalable transmis au titulaire par l'agence de l'eau. Un travail de prise en compte de l'accessibilité peut être intégré à la prestation.
Les logos	Toute création de logo fait l'objet d'un brief préalable transmis au titulaire par l'agence de l'eau et nécessite des prestations de conseil. Un travail de prise en compte de l'accessibilité peut être intégré à la prestation.
Les infographies statiques et chiffres	Toute création d'infographie statique fait l'objet d'un brief préalable transmis au titulaire par l'agence de l'eau, nécessite des prestations de conseil. Un travail de prise en compte de l'accessibilité peut être intégré à la prestation.

(2) Livrables

Après acceptation de l'agence de l'eau, le titulaire transmet les fichiers déclinés de création pour les cas d'usage, sur la plateforme d'échange.

Le titulaire fournit l'intégralité des natifs utilisés, le cas échéant les preuves de respect de l'accessibilité.

5. Description générale des prestations de réalisation

La réalisation d'un support d'information peut nécessiter de disposer :

- Élément 1 : d'une ligne graphique (à créer par le titulaire, à mettre à jour par le titulaire ou existante) ;
- Élément 2 : d'une maquette de mise en page (à créer par le titulaire, à mettre à jour par le titulaire ou existante) ;
- Élément 3 : de textes les plus aboutis transmis par l'agence de l'eau ;
- Élément 4 : de visuels (à créer par le titulaire, à mettre à jour par le titulaire et/ou existants).

Les délais attendus sont précisés dans le bordereau des délais.

Pour chacun des éléments, plusieurs cas de figures :

a) Élément 1 : une ligne graphique

- La ligne graphique est à créer : l'intervention d'un directeur artistique ou équivalent est nécessaire. L'intervention d'un spécialiste de l'accessibilité peut être commandée.
- La ligne graphique est à mettre à jour : le titulaire adapte, fait évoluer à la marge ou opère un rafraîchissement d'une ligne graphique existante. L'intervention d'un spécialiste de l'accessibilité peut être commandée.
- Une ligne graphique est existante : le titulaire applique la ligne graphique à la maquette.

b) Élément 2 : une maquette de mise en page

- La maquette de mise en page est à créer : l'intervention d'un directeur artistique ou équivalent est nécessaire. L'intervention d'un spécialiste de l'accessibilité peut être commandée.
- La maquette de mise en page est à mettre à jour : le titulaire adapte, fait évoluer à la marge ou opère un rafraîchissement de la maquette existante. S'il ne possède pas les éléments natifs, l'agence de l'eau les lui transmet. L'intervention d'un spécialiste de l'accessibilité peut être commandée. Après la proposition d'au moins deux pistes d'évolution, 3 itérations maximum entre le titulaire et l'agence de l'eau, l'agence de l'eau fixe un choix d'évolution. Le titulaire adapte alors la maquette puis met en pages le document à partir de nouveaux textes et des visuels.
- La maquette de mise en page est existante : Le titulaire actualise les textes et/ou les illustrations. S'il ne possède pas les éléments natifs, l'agence de l'eau les lui transmet. L'avis d'un directeur artistique est nécessaire.

Quel que soit le cas, le titulaire transmet obligatoirement après validation par l'agence de l'eau (formalisée par un « bon à tirer signé » déposé ou signé sur la plateforme d'échange) :

- un fichier PDF adapté à la mise en ligne (définition web, sans trait de coupe ; beau rendu mais de la légèreté) par courriel ou par l'intermédiaire d'une plateforme d'échange pour la mise en ligne sur un site internet, un extranet et/ou un intranet ; si l'intervention d'un spécialiste de l'accessibilité est prévue, Le prestataire s'assure notamment de la clarté du cheminement de lecture de la transcription ; un test d'accessibilité est transmis à l'agence de l'eau.
- un fichier PDF formaté pour une impression interne (haute définition, sans trait de coupe) par courriel ou par l'intermédiaire d'une plateforme d'échange pour la reprographie en interne ;
- un fichier PDF formaté (haute définition normée, 300 dpi, CMJN, polices intégrales insérées) par courriel ou par l'intermédiaire d'une plateforme d'échange pour l'impression externe en imprimerie. Sur demande d'une agence de l'eau, le titulaire lui transmet des épreuves de type cromalin des documents courts, de la couverture et d'échantillons déterminés dans le volume intérieur pour les documents longs. Sauf s'il est prévu dans la commande, le titulaire n'assure pas le suivi de fabrication qui est réalisé par l'agence de l'eau.
- pour stockage/archivage/réactivité : tous les éléments natifs sous forme d'assemblage. Un dossier zippé (contenant le fichier de mise en page et sa version de conversion, le sous-dossier contenant les polices utilisées, le sous-dossier contenant l'ensemble des visuels liés) est transmis par l'intermédiaire d'une plateforme d'échange. Ce dossier doit permettre, sans difficulté, à une agence de l'eau en capacité d'intervenir à la marge, de « versionner » rapidement et/ou le cas échéant de reprendre à sa charge la mise en page d'une version ultérieure en interne.

c) Élément 3 : des textes aboutis

L'agence de l'eau fait parvenir des textes rédigés les plus aboutis au titulaire pour mise en pages. Les textes destinés à un même support peuvent être transmis par l'agence de l'eau en un lot unique (généralement le cas des documents courts) ou en plusieurs lots (cas général des documents longs). Dans le dernier cas, il appartient au titulaire de s'organiser pour faire avancer la mise en page au fur et à mesure de la transmission des lots.

Le format de transmission est le traitement de texte (.doc, .odt...). L'agence de l'eau transmet un ou des fichiers qui permettent au titulaire de comprendre la structuration globale et fine du document. Les niveaux de titres et la granulométrie de l'information y sont clairement identifiables. Cette préparation par l'agence de l'eau doit permettre au titulaire d'appliquer facilement les styles de paragraphes et de caractères prévus, le cas échéant, dans la maquette de mise en page.

d) Élément 4 : des visuels

Les visuels qui entrent dans la composition d'un support d'information sont de plusieurs types. Les documents des agences de l'eau peuvent intégrer un panachage de différents types de visuels.

Au moment de l'initialisation d'un projet, un visuel peut être :

- à créer ou à acheter par le titulaire ;
- à mettre à jour par le titulaire ;
- existant.

Dans le cadre de la composition d'un support d'information, il y a alors lieu de faire un état du nombre de visuels à créer, du nombre de visuels à mettre à jour et de ceux qui sont directement exploitables. Il revient à l'agence de l'eau de l'établir. Cet état permet de sérier les prestations pour établir le brief, de compléter le cas échéant l'approche budgétaire puis de passer commande.

Éléments transmis par l'agence de l'eau :

- pour la création ou l'achat d'un visuel : l'agence de l'eau transmet un « brief » de création ; les fichiers de traitement textes (.doc, .odt...) et/ou de données en tableur (.xls, .ods...) ; les fonds de cartes si nécessaires (png, jpeg ou PDF).
- pour la mise à jour / adaptation d'un visuel : l'agence de l'eau transmet un « brief » de mise à jour et les ressources métiers qui permettent la mise à jour. L'avis d'un directeur artistique ou équivalent est nécessaire ; l'intervention d'un spécialiste de l'accessibilité peut être prévue. Si le titulaire ne possède pas les éléments natifs, l'agence de l'eau les lui transmet. Après la proposition d'au moins deux pistes d'évolution, 4 itérations maximum entre le titulaire et l'agence de l'eau, l'agence de l'eau fixe un choix d'évolution. Sans les ressources métiers techniquement viables, un visuel doit alors être considéré à créer.
- Pour un visuel existant : l'agence de l'eau transmet au titulaire les ressources métiers et/ou les visuels (et les crédits associés), dans leurs meilleures définitions. Dès réception, il revient au titulaire de vérifier l'exploitabilité des visuels existants en fonction de la destination du support ou du visuel. Le titulaire signale à l'agence de l'eau les éventuels écarts d'exploitabilité d'un ou plusieurs visuels (y compris si le traitement de l'accessibilité est prévu). L'agence de l'eau peut alors étudier les possibilités/solutions pour chacun d'eux et communiquer au titulaire les décisions prises. Pour certains visuels existants, une commande de création ou d'adaptation complémentaire peut alors s'avérer nécessaire.

Les types de visuels (liste non exhaustive) :

- Les photographies ;
- Les illustrations ;
- Les graphes (majoritairement des histogrammes, courbes, secteurs, barres, aires, surfaces et anneaux ; plus rarement des nuages de points, bulles, radar...) ;
- Les tableaux ;
- Les premières de couverture ;
- Les cartes techniques (linéaires, ponctuelles, zonales, superposées) ;
- Les cartes simplifiées et cartes de positionnement dans l'espace ;
- Les bannières ;
- Les logigrammes ;

- Les pictogrammes ;
- Les logos ;
- Les infographies statiques et chiffres...

6. Particularités de certaines prestations

a) Réalisation de modèles (word...)

Uniquement dans le cas d'un gabarit de traitement de texte (.dot, .odt...) pour la mise en page en interne à l'agence de l'eau : seulement une ou plusieurs pages type accompagnées des normes à utiliser (typos, corps, interlignage, couleur, type de tableau, légende...). Après itération et acceptation par l'agence de l'eau, la réalisation est transmise par courriel ou par l'intermédiaire d'une plateforme d'échange.

b) Réalisation d'un diaporama

Une agence de l'eau communique aussi à l'aide de supports de type « Power Point » lors de présentations institutionnelles, d'opérations de communication ou de concertation. Ils peuvent nécessiter des productions élaborées, animées intégrant photographies, illustrations, schémas (hors vidéo) ou son (musique libre de droits).

L'agence de l'eau met également à disposition de ses agents des masques de power point chartés dans lesquels ils peuvent intégrer du contenu.

Principe de déroulement de la prestation

Le titulaire conçoit un modèle de slide qu'il propose à l'agence de l'eau pour validation. Après validation de l'agence de l'eau, il décline la proposition retenue et réalise le support Power Point conformément aux indications de l'agence de l'eau.

Le cas échéant, simultanément, le titulaire propose une sélection de musiques libre de droit. L'agence de l'eau accepte une des musiques. Le titulaire réalise et attribue l'achat de la licence au nom de l'agence de l'eau (ou le cas échéant au nom des « agences de l'eau »).

Éléments fournis par l'agence de l'eau

- Les éléments de charte graphique si nécessaire,
- Les fonds de cartes si nécessaire (PDF ou jpeg),
- Les textes Word et les images,
- Les photos en format numérique,
- Des indications écrites.

Livrable

Le titulaire fournit sur la plateforme d'échange, le support Power Point à l'agence de l'eau.

c) Réalisation de flip book

Cette prestation consiste à effectuer un développement technique d'un fichier PDF réalisé pour la version « imprimée » d'un document afin de permettre la visualisation dynamique du fichier PDF (à la manière d'un magazine à feuilleter) qui sera mis en ligne sur internet. L'agence de l'eau peut demander cette prestation pour certains documents importants par leur nombre de pages (afin de limiter les impressions) ou par leur niveau d'information (rapport d'activité par exemple).

Principe de déroulement de la prestation

A partir de la version PDF du document, le titulaire réalise un flip book qui permet un feuilletage page par page ou le passage d'une page à l'autre par l'intermédiaire d'outils de navigation. A la demande de l'agence de l'eau, précisée sur le bon de commande au démarrage de la prestation, le titulaire fait un développement technique plus approfondi sur le PDF tel que l'accès à toutes les pages grâce à un menu déroulant (sommaire interactif), un zoom sur une page, la possibilité d'imprimer le document ou de télécharger le fichier PDF.

Précisions

Les flip books à réaliser et à héberger ne concernent qu'une des agences de l'eau. La prestation n'est pas majeure mais il faut pouvoir la réaliser. Les autres agences sont, pour la plupart, abonnées (ou en passe de l'être) à Calaméo ou sur une plateforme équivalente.

Un flip book avec une navigation dite « élaborée » dispose d'un sommaire interactif, de zooms au sein des pages la possibilité d'imprimer le document ou de télécharger le fichier PDF. Il faut donc considérer qu'un flip book dit « simple » va plutôt correspondre à des documents courts et n'aura pas forcément de sommaire interactif détaillé, peu de zoom ou autres enrichissements possibles.

Le tarif doit intégrer l'hébergement du flip book pendant toute la durée du marché et permettre de « versionner » la publication en question (correction de coquilles).

Livrable

Le prestataire fournit sur la plateforme d'échange, un fichier numérique ou un lien d'intégration compatible avec une mise en ligne sur internet, les réseaux sociaux et lisible sur les supports suivants : ipad, iphone, PC, mac, et supports compatibles avec android.

d) Illustrations, cartes, schémas, pictogrammes

Cette prestation s'inscrit dans le cadre d'une mise en page de document nécessitant une illustration, une carte, un schéma ou un pictogramme. Ces objets graphiques doivent faire preuve de clarté et de pédagogie. Le niveau de complexité de leur réalisation peut varier selon la thématique à illustrer.

Principe de déroulement de la prestation

Le titulaire fournit sur la plateforme un ou plusieurs styles d'illustrations, de cartes, de schémas et de pictogrammes simples ou élaborés selon la demande de l'agence de l'eau, exprimée dès le démarrage de la prestation. Il propose un avant-projet ou un crayonné. Après accord de l'agence de l'eau sur cet avant-projet, il réalise les illustrations demandées selon le style choisi.

Eléments fournis par l'agence de l'eau pour l'exécution de la prestation

- Des croquis, schémas éventuellement dessinés à la main ou cartes de base, photos,
- Des indications écrites si nécessaire : titre, objectifs, messages à délivrer, format.

Livrable

Le titulaire fournit sur la plateforme d'échange, dans les formats demandés, le fichier numérique des illustrations finales en format Jpeg et/ou PDF. Le titulaire fournit le fichier source utilisé.

e) Appui à l'iconographie

L'iconographie en format numérique est transmise par l'agence de l'eau lors du démarrage de la réalisation de supports d'information.

Principe de déroulement de la prestation

Lors de la mise en page de supports d'information, le prestataire peut être amené à recadrer certaines images, à les retoucher pour améliorer leur qualité ou à « nettoyer » une photo d'éléments visuels indésirables.

Livrable

Le titulaire fournit sur la plateforme une plateforme d'échange, les fichiers Jpeg des photos retouchées.

f) Achats iconographiques

L'agence de l'eau peut avoir besoin de déléguer l'achat de photos/illustrations en banques d'images. Ces images

peuvent entrer ou pas dans une composition dont le titulaire a la charge.

Principe de déroulement de la prestation

Sur les indications de l'agence de l'eau, le titulaire fait la recherche iconographique, propose à l'agence de l'eau au moins deux solutions par besoin exprimé. Suite au choix opéré par l'agence de l'eau, le titulaire procède à l'achat de la licence d'utilisation. L'utilisation de cette licence doit être attribuée à l'agence de l'eau commanditaire ou aux agences de l'eau dans le cas d'un projet sous le timbre des agences. Cette licence doit être en adéquation avec la diffusion décrite du projet.

Après acquisition, le titulaire intègre ces achats dans la mise en page de supports d'information

Livrables

- Le justificatif d'attribution de la licence d'utilisation.
- Dans le cadre d'un projet dont l'objet unique est la délégation d'achat de photos/illustrations, les fichiers de maquettage et fichiers haute définition.

g) Infographie (statique ou animée)

L'infographie a pour objectif de rendre plus lisible et synthétique des données chiffrées, ou une information simple ou complexe. Elle doit éclairer une notion et donner du sens. Il peut s'agir, par exemple :

- de présenter un état des lieux, un fait,
- d'expliquer la politique d'intervention de l'agence de l'eau,
- de présenter une nouvelle activité, un appel à projets, un bilan.

L'infographie pourra revêtir différentes formes : **statique** (simple, élaborée ou complexe selon le niveau de densité des informations et des illustrations à réaliser) ou **animée** (simple, élaborée, complexe ou très complexe selon le niveau de complexité des informations à traiter et des illustrations à réaliser), pour des supports imprimés ou digitaux.

L'infographie animée doit être pédagogique et faire preuve de créativité. Elle comprend des illustrations, du texte, des chiffres et elle peut faire appel à des **techniques de motion design ou animation graphique** selon un niveau de complexité plus ou moins élevé. Ces infographies animées ont une durée variable (30 secondes à 4-5 minutes en moyenne) et sont diffusées le plus souvent sur internet, réseaux sociaux ou lors d'événements type colloque.

Une voix off est parfois nécessaire pour aider à une meilleure compréhension des messages. Une **musique de préférence libre de droits** est nécessaire dans tous les cas.

Éléments fournis par l'agence de l'eau

- Des indications écrites : le format, la cible, les objectifs, messages et les éléments (chiffres, données...) à traduire en infographie
- Si une voix off est nécessaire, l'agence de l'eau le stipulera dans les indications écrites et fournira un avant-projet de texte

Principe de déroulement de la prestation d'infographie statique

Selon la complexité de l'infographie, une réunion de cadrage peut être organisée avec le service communication de l'agence de l'eau. Cette réunion est le cas échéant intégrée au bon de commande. Le titulaire analyse le besoin de l'agence de l'eau en fonction des indications fournies et mobilise si nécessaire le directeur artistique en cas d'infographie complexe. L'infographie est réalisée dans le respect des chartes graphiques de l'agence de l'eau. Le titulaire fournit via la plateforme d'échange au moins 2 principes graphiques (crayonné) qui sont validés ou corrigés par l'agence de l'eau. 3 allers-retours maximum sont à prévoir entre le titulaire et l'agence de l'eau. Après validation, le titulaire réalise l'infographie statique.

Principe de déroulement de la prestation d'infographie animée

Selon la complexité de l'infographie, une réunion de cadrage peut être organisée avec le service communication de l'agence de l'eau. Le titulaire analyse le besoin de l'agence de l'eau en fonction des

indications fournies. Elle peut mobiliser le directeur artistique à cette étape si un nouvel univers graphique doit être créé. Le titulaire fournit via la plateforme d'échange au moins 2 principes graphiques (crayonné) adaptés au sujet à traiter qui sont validés ou corrigés par l'agence de l'eau. 3 allers-retours maximums sont à prévoir entre le titulaire et l'agence de l'eau.

Simultanément le titulaire propose une sélection de musiques libres de droits à l'agence de l'eau qui valide. Le titulaire réalise et attribue l'achat de la licence au nom de l'agence de l'eau (ou le cas échéant au nom des « agences de l'eau »).

Après validation du principe graphique et de la musique, le titulaire conçoit et soumet un **story-board** à l'agence de l'eau. 3 allers-retours maximum sont nécessaires pour valider le story-board. Après validation, le titulaire réalise l'infographie animée.

Si une voix off est envisagée, le titulaire propose une sélection de voix. L'agence de l'eau choisit une voix. Sur la base d'un texte définitif, préalablement validé par l'agence de l'eau, le titulaire fait enregistrer le texte par la voix sélectionnée. L'enregistrement réalisé est alors soumis à l'agence de l'eau. Cette dernière peut encore faire réaliser des coupes mineures sur l'enregistrement proposé. Après validation, l'enregistrement audio final sert de fil conducteur à l'infographie dynamique.

En cas d'évolution majeure du texte de la voix off après soumission de l'enregistrement : l'agence de l'eau ferait alors réenregistrer les textes complémentaires au titulaire moyennant une commande complémentaire après validation du devis complémentaire selon les conditions régissant les corrections d'auteur.

Livrable

Après acceptation par l'agence de l'eau, le titulaire fournit via la plateforme d'échange, l'infographie statique en PDF ou animée en vidéo, au format demandé.

Lorsque l'accessibilité fait partie des prestations du projet, le titulaire transmet obligatoirement et en même temps la transcription intégrale et chronologique des textes et de l'audio qui interviennent selon le type d'infographie. Il s'assure de la clarté du cheminement de lecture de la transcription. La transcription est transmise au format type word. Pour les infographies dynamiques, le fichier .srt (ou équivalent) est également obligatoirement transmis (le fichier doit permettre le sous-titrage dynamique sur les plateformes comme Vimeo, YouTube...). Aussi, une version de l'infographie dynamique avec le sous-titrage « en dur » peut être alors demandée par l'agence de l'eau sans supplément.

Le titulaire fournit l'ensemble des fichiers natifs utilisés.

F. Conditions d'exécution

1. Lieu d'exécution

Le titulaire exécute les prestations dans ses propres locaux.

2. Réunions

Après notification du marché, le pilote du groupement organise pour le compte des agences de l'eau une réunion de lancement avec toutes les parties prenantes. Cette réunion permettra la présentation du fonctionnement général du marché, aux titulaires et aux agences de l'eau de se présenter.

Puis chaque agence de l'eau peut organiser à sa charge une réunion de démarrage avec les titulaires afin de repositionner son univers graphique et ses attentes. Le coordonnateur du présent marché est invité et prend part, dans la mesure du possible, à toutes les réunions de ce type.

Ponctuellement, et en tant que de besoin, le titulaire et l'agence de l'eau s'entretiennent par téléphone pour le suivi des prestations, **sans surcoût financier**.

Au cours de chaque année d'exécution (en cas de reconduction) du marché, l'agence de l'eau peut organiser dans les locaux de son siège (si les conditions sanitaires le permettent, sinon en visioconférence), une réunion d'une demi-journée avec les titulaires afin de faire le bilan des actions réalisées et de prendre toute décision relative au bon déroulement des prestations. Le bordereau des prix prévoit la possibilité de commander ces déplacements. Le pilote du groupement est associé aux réunions-bilans. Le bordereau des prix intègre la possibilité de commander ces déplacements.

Ponctuellement, et en tant que de besoin, le titulaire et l'agence de l'eau pilote du groupement s'entretiennent par téléphone pour le suivi global **sans surcoût financier**.

Au cours de chaque année d'exécution (en cas de reconduction) du marché, l'agence de l'eau pilote du

groupement organise une réunion d'une demi-journée en présentiel ou à distance avec les titulaires afin de faire un bilan global et de prendre toute décision relative au bon déroulement des prestations.

3. Commandes

Les prestations font l'objet de bons de commande émis par l'agence de l'eau, au fur et à mesure de l'apparition des besoins.

Avant l'émission de chaque bon de commande, la personne en charge de l'exécution du marché à l'agence de l'eau prend contact avec le titulaire selon le tour de rôle (cf. CCAP), afin de s'accorder sur les spécifications de la commande. Le titulaire transmet l'approche budgétaire ou le devis correspondant établi sur la base des prix indiqués dans le bordereau des prix unitaires annexé à l'acte d'engagement. L'agence de l'eau établit ensuite le bon de commande correspondant aux prestations à réaliser.

Après notification du bon de commande, il appartient au titulaire d'effectuer la prestation afin d'en livrer le résultat dans les délais fixés dans le bordereau des délais ou dans le bon de commande, sous peine d'application des pénalités de retard prévues dans le CCAP.

4. Délais

Les délais imposés pour les prestations sont indiqués **dans le bordereau des délais**. Les délais s'entendent hors périodes nécessaires à l'agence de l'eau pour relire, corriger et valider tout élément d'un projet. Le titulaire en charge d'un projet a l'obligation de respecter les délais indiqués dans le bordereau. Point de départ du délai : J + 2 jours ouvrés après transmission d'un brief complet. Dans le brief d'un projet, l'agence de l'eau concernée a toutefois la possibilité de laisser plus de temps au titulaire et de rétro-planifier celui-ci. A contrario, à la lecture du brief, le titulaire a la possibilité de proposer un délai inférieur pour la réalisation du projet.

G. ARCHIVAGES ET RÉUTILISATIONS

Le titulaire archive de manière sécurisée les sources et les réalisations pendant toute la durée du marché.

L'archivage comprendra les contraintes suivantes :

- conservation de l'ensemble des fichiers numériques (pour réutilisation par l'agence de l'eau commanditaire) ;
- conservation des éléments natifs et des masters finaux au format .mov et .mp4.

Au fur et à mesure des prestations (projets), le titulaire transmet sur support numérique à l'agence de l'eau concernée, l'ensemble des éléments natifs et masters, développés pour l'agence de l'eau.

H. DIFFUSIONS

Toutes les créations et réalisations effectuées par le titulaire pour l'agence de l'eau ou les agences de l'eau ont vocation à être diffusées. En particulier, les illustrations, les schémas, cartes, pictos et infographies statiques doivent pouvoir être publiés sur tous nos supports papiers et numériques.

Exemple de diffusion (liste non-exhaustive) :

- sur les publications (dépliants, brochures, publications numériques) de l'agence ou les agences de l'eau
- sur les sites internet de l'agence de l'eau ou celui des agences de l'eau
- sur les « pages » des réseaux sociaux de l'agence de l'eau ou ceux des agences de l'eau
- sur grand écran lors d'événementiels.

I. CESSION DES DROITS DE REPRODUCTION ET DE REPRESENTATION

Les agences de l'eau sont des établissements publics de l'État **sans vocation commerciale** placé sous la tutelle du ministère en charge de la transition écologique. **Toutes les créations, réalisations sont diffusées gratuitement sur chacun des sites et espaces internet et le cas échéant en version papier.**

Conformément aux dispositions du code de la propriété intellectuelle, notamment ses articles I et III, le titulaire, qui garantit en détenir l'entière propriété, cède à titre exclusif à l'agence de l'eau commanditaire et / ou aux agences de l'eau et leurs partenaires acteurs de l'eau l'intégralité des droits de reproduction et de représentation par tout moyen - et notamment par impression sur papier, supports numériques, diaporama et site internet - pour le rédactionnel et les illustrations. L'agence de l'eau et / ou les agences de l'eau peut(vent) selon ses besoins réutiliser les documents pour d'autres opérations de communication différentes de la commande initiale.

Cette cession est conclue pour le monde entier et produira ses effets pendant toute la durée de la protection accordée à ce jour et dans l'avenir aux créateurs par les législations françaises et étrangères relatives au droit d'auteur ou au droit des dessins et modèles.

Pour toutes reproductions et toutes représentations, l'agence de l'eau et / ou les agences de l'eau s'engage(nt) à indiquer le crédit du titulaire (attribution) sous la forme suivante :

- Conception et réalisation : Prénom(s) Nom(s) (et/ou nom de la société du titulaire)
- Production : agence de l'eau et / ou agences de l'eau – Année

Nota : sur son territoire, une agence de l'eau à vocation à travailler avec tous les acteurs de l'eau dont font partie les acteurs de sensibilisation du public à l'environnement, l'écologie, la biodiversité, le climat (Communes, des métropoles, des départements, des régions, des usagers de l'eau, des représentants des agriculteurs, des industriels, des associations de défenses des consommateurs, de l'environnement...liste non exhaustive) ... Ces acteurs sont susceptibles d'utiliser à l'identique et en respectant les règles d'attribution tout ou partie d'éléments graphiques commandés par une agence de l'eau au titulaire sans perception d'une rémunération complémentaire par le titulaire au titre de la cession des droits de représentation et de reproduction.

1 - EXIGENCES

Les agences de l'eau fonctionnent avec un environnement informatique Windows, Pack Microsoft 365 dont Teams. Les documents fournis par le titulaire devront donc être compatibles avec cet environnement informatique. Certaines agences de l'eau fonctionnent avec Adobe Creative Cloud en environnement Windows ou MacOS. Un point de la réunion de lancement général détaillera les environnements de chaque agence de l'eau.

Les agences de l'eau sont des établissements publics de l'État placé sous la tutelle du Ministère de la Transition écologique. Elles se doivent de soutenir la mise en œuvre de démarches environnementales dans le cadre de l'exécution de ses marchés. À ce titre, afin de limiter l'émission de CO2 en lien avec les prestations du présent marché, il est expressément demandé aux titulaires de :

- Privilégier les réunions avec l'agence de l'eau en visioconférence;
- Privilégier les échanges, le partage des livrables depuis une plateforme d'échanges dédiée afin de limiter la transmission en pièces jointes par messagerie électronique ou par l'intermédiaire d'une plateforme d'échange de gros fichiers autant que faire se peut ;
- Privilégier les modes de transports doux lorsque c'est possible lors des déplacements dans le cadre de la mission.