

Accord-cadre de conception
et livraison d'objets
promotionnels *via* une
boutique en ligne pour le
compte de l'université de
Tours

**Cahier des clauses techniques particulières
(CCTP)**

SOMMAIRE

1. OBJET DE LA PRESTATION.....	2
2. CONTEXTE DES PRESTATIONS.....	2
3. CONDITIONS DE RÉALISATION DES PRESTATIONS.....	3

Sélectionner le sommaire, appuyer sur la touche F9 (ou Fn+F9) pour mettre à jour la numérotation des pages.

1. OBJET DE L'ACCORD-CADRE

■ Objet de la prestation :

Le contrat porte sur les prestations suivantes : **Accord-cadre de conception et livraison d'objets promotionnels via une boutique en ligne pour le compte de l'université de Tours**

Le présent accord-cadre a pour objet la fourniture, le marquage, le conditionnement et la livraison d'objets promotionnels pour la communication de l'Université de Tours, via la mise à disposition d'une boutique en ligne.

Les différentes fournitures attendues, répartis dans les lots ci-dessous, sont toutes détaillées au sein du Bordereau des prix unitaires (BPU) joint au DCE.

Dans le cadre de sa communication externe et interne, l'université de Tours est amenée à distribuer des objets promotionnels à ses étudiants, personnels, chercheurs, partenaires et invités.

L'objectif est notamment le développement du sentiment d'appartenance des étudiants et du personnel de l'Université et le développement de la notoriété de l'Université sur le territoire local et national a minima. Ainsi, il est indispensable que la qualité de ces produits soit en adéquation avec l'image de l'établissement. Consciente de son rôle d'acteur responsable, l'Université de Tours souhaite, au travers de sa gamme d'objets promotionnels, véhiculer sa démarche éthique, durable et responsable. Le prestataire doit donc tenir compte de cette condition dans les produits qui seront proposés.

L'utilisation du présent accord-cadre est destiné à l'ensemble des services et composantes de l'Université de Tours (y compris les sites géographiques extérieurs à Tours (Fondettes, Chinon, Blois, etc.) en Indre-et-Loire (37) comme le Loir-et-Cher (41).

■ Structure et forme du contrat

La forme retenue pour l'exécution du contrat est un accord-cadre mono-attributaire à **bons de commande sans minimum et avec maximum** contractuel de 540 000 € HT sur 4 ans soit 270 000 € HT par période de 2 ans, en application des articles R2162-2, R2162-4 1° et R2162-13 à R2162-14 du Code de la commande publique.

La consultation n'est pas décomposée en lots pour les motifs suivants : exécution des prestations techniquement plus difficile.

2. CONTEXTE DES PRESTATIONS

■ Contexte :

L'Université de Tours souhaite communiquer et véhiculer son identité au travers d'une gamme d'objets promotionnels (textiles et hors textiles) auprès du public suivant :

- étudiants
- personnels (administratifs et enseignants / enseignants-chercheurs)
- scientifiques (colloques Recherche)
- institutionnels (VIP, partenaires, journalistes)

L'Université souhaite pour cela mettre en place une boutique en ligne permettant la commande d'objets promotionnels (textile, papeterie, accessoires, etc.). La plateforme devra répondre aux besoins suivants via des accès dédiés :

- **Commandes individuelles** : ouvertes aux étudiants, personnels et extérieurs sur leurs deniers propres.
- **Commandes internes** : réservées aux services et composantes de l'université exécutées financièrement par l'établissement.

Les commandes individuelles devront être réglées directement en ligne par la personne passant la commande, tandis que les commandes internes devront être prises en charge via un système de gestion de bons de commande pour les budgets universitaires.

L'exécution financière du présent accord-cadre ne concerne que les commandes dites internes. Les commandes individuelles ne s'imputent pas sur les montants du marché.

La boutique proposera une expérience utilisateur fluide et intuitive, tout en garantissant une gestion efficace des stocks et des paiements.

3. CONDITIONS DE RÉALISATION DES PRESTATIONS

3.1 BOUTIQUE EN LIGNE

3.1.1 Publics Cibles et Rôles Utilisateurs

La boutique devra être accessible à plusieurs types d'utilisateurs, chacun ayant des droits spécifiques selon son rôle.

Les étudiants, les personnels et les personnes extérieures devront pouvoir commander des produits individuellement en s'inscrivant sur la plateforme. Les personnels universitaires devront en plus pouvoir passer des commandes pour le compte de leur service ou composante.

Les administrateurs du site devront disposer d'un accès spécifique leur permettant d'accéder au suivi de l'ensemble des commandes, des produits, des utilisateurs et des paiements.

L'authentification des étudiants et des personnels devra être possible via les identifiants universitaires grâce au système de CAS. Les extérieurs devront pouvoir créer un compte classique en renseignant leurs informations personnelles.

a. Utilisateurs externes

- **Étudiants** : peuvent commander des produits en paiement individuel.
- **Personnels** : accès aux commandes individuelles et internes.
- **Extérieurs** : accès aux commandes individuelles uniquement.

b. Utilisateurs internes

- **Services et composantes** : peuvent commander en paiement interne via des bons de commande.
- **Administrateurs** : gestion des stocks, des commandes, des utilisateurs et des paiements.

3.1.2. Fonctionnalités

a. Catalogue Produits

La boutique devra proposer une interface claire et intuitive permettant aux utilisateurs de parcourir les différents produits disponibles. Les articles devront être classés par catégories (textile, papeterie, accessoires, etc.) afin de faciliter la navigation.

Chaque fiche produit devra inclure une photo de bonne qualité (avec un poids inférieur à 500 Ko), une description détaillée, le prix selon qu'il s'agit d'un utilisateur externe ou d'une commande composante/service, la disponibilité en stock ainsi que d'éventuelles déclinaisons (taille, couleur, etc.). Un moteur de recherche et des filtres devront être intégrés pour permettre aux utilisateurs de trouver rapidement les produits souhaités.

Les administrateurs devront pouvoir rendre visible les produits, facilement via une interface dédiée.

L'ajout de produits se fera, conformément à l'article 6.4 du CCAP, par voie d'avenant.

En cours d'exécution de l'accord-cadre, l'Université de Tours aura la possibilité de promouvoir des produits valorisant ses actions, commandables par cette boutique en ligne, mais qui ne seront pas logotés et seront externes aux produits du prestataire. A titre d'exemple, on peut citer des ouvrages des Presses Universitaires François Rabelais. La mise en œuvre de cette faculté nécessitera un accord entre les parties conformément aux dispositions de 6.4 du CCAP relatives à la clause de réexamen.

b. Gestion des commandes

Les utilisateurs devront pouvoir ajouter des produits à leur panier et modifier leur sélection avant validation. La commande devra être confirmée par un récapitulatif détaillant les articles, le montant total, le mode de livraison et l'adresse de facturation.

c. Commandes individuelles

Les commandes individuelles devront être réglées immédiatement via un système de paiement sécurisé par CB a minima. Une fois le paiement effectué, l'utilisateur devra recevoir une confirmation de commande par courriel et pourra suivre l'évolution de sa commande via son espace personnel.

d. Commandes internes

Les services et composantes de l'université devront pouvoir passer des commandes internes en générant un devis en ligne. Ces commandes ne devront pas nécessiter de paiement immédiat mais devront être validées par un responsable avant expédition afin de générer un bon de commande. Ces bons de commandes et factures seront déposés à l'issue de l'expédition par le prestataire dans l'outil Chorus pour en obtenir le règlement. Une interface spécifique devra permettre aux administrateurs de suivre ces commandes.

2.3. Gestion des Comptes Utilisateurs

Chaque utilisateur devra disposer d'un compte personnel lui permettant de passer des commandes et de consulter son historique d'achats.

Les étudiants et les personnels universitaires devront pouvoir se connecter via les identifiants fournis par l'université, (CAS) tandis que les extérieurs pourront créer un compte en renseignant leurs coordonnées.

Les administrateurs devront pouvoir gérer les comptes des utilisateurs, modifier leurs droits si nécessaire et désactiver certains comptes en cas d'abus ou de problème.

Les rôles étudiant, personnel et extérieur auront un profil utilisateur.

Les personnes habilitées à valider les bons de commandes des composants et services (= rôle directeur) auront des droits complémentaires afin d'autoriser l'expédition des commandes concernées.

Les services communication et financier auront un profil administrateur avec accès de validation des logos, récapitulatif des commandes et aux informations statistiques et financières.

2.4. Paiement et Facturation

Pour les commandes externes, la boutique devra proposer plusieurs modes de paiement sécurisés, dont a minima le paiement par carte bancaire et/ou par virement. Les transactions devront être

sécurisées et conformes aux normes en vigueur. Une facture devra être générée automatiquement après chaque achat et mise à disposition de l'utilisateur dans son espace personnel.

Pour les commandes internes, un système de facturation spécifique devra permettre de suivre les demandes effectuées et de générer des factures téléchargeables après envoi pour un suivi administratif efficace.

Les paiements seront encaissés par le prestataire.

2.5. Gestion des Stocks

Le stock des produits devra être mis à jour en temps réel après chaque commande afin d'éviter toute vente d'articles en rupture de stock.

Une alerte devra être envoyée aux administrateurs lorsque le stock d'un produit atteint un seuil critique ou qu'un réapprovisionnement rapide est rendu nécessaire. L'impression à la demande sera favorisée afin d'éviter tout surstock. Les administrateurs devront pouvoir consulter l'historique des entrées et sorties de stock.

2.6. Livraison et Retrait

Les utilisateurs devront avoir le choix entre plusieurs modes de livraison, notamment la livraison à domicile et le retrait sur site universitaire parmi la liste point disponibles sur les campus.

La livraison des commandes individuelles étudiants et personnels en point de retrait sur les campus sera organisée une fois tous les 15 jours ou couplée à une commande composante/service de telle sorte que les frais de livraison n'impactent pas ces commandes.

Un système de suivi devra être mis en place pour permettre aux utilisateurs de suivre l'acheminement de leur commande et d'être informés en cas de retard.

Une notification par courriel devra être envoyée à l'utilisateur lorsque sa commande est prête à être récupérée.

2.7. Interface Administrateur

Tableau de Bord

L'administrateur devra disposer d'un tableau de bord centralisant les principales informations, telles que le nombre de commandes en attente, l'état des stocks et les performances des ventes.

Il devra pouvoir accéder rapidement aux commandes récentes, aux alertes de stock et aux rapports financiers ainsi qu'aux statistiques des ventes.

Suivi et gestion des commandes

L'administrateur devra pouvoir consulter l'ensemble des commandes passées sur la boutique et des utilisateurs. Il devra être en mesure de modifier ou d'annuler une commande avant son expédition en cas de non-respect de la charte graphique ou déontologique.

3.1.3. Contraintes Techniques

Le site devra être responsive et adapté à l'usage sur ordinateur comme sur mobile et tablette.

La sécurisation des données et conformité au RGPD devront être respectés.

La connexion devra être possible avec le CAS.

Le site devra être hébergé chez le prestataire.

3.1.4. Évolutivité et Maintenance

La boutique devra être sécurisée pour garantir la protection des données personnelles et des transactions. Elle devra également être évolutive afin de permettre l'ajout de nouvelles fonctionnalités à l'avenir.

Une solution de maintenance devra être mise en place pour assurer la mise à jour régulière de la plateforme et la correction rapide des éventuels bugs/dysfonctionnements.

Le prestataire devra gérer par ses propres moyens l'hébergement du site internet en souscrivant un abonnement auprès d'un hébergeur. Le code source, le contenu et l'architecture du site internet resteront quant à eux la propriété de l'université qui pourra continuer à utiliser ce site à l'issue du marché.

3.2 FOURNITURE ET CONCEPTION DES OBJETS PROMOTIONNELS

La réalisation des objets promotionnels est précisée ci-après (type de support et type de marquage). L'ensemble des prestations s'entendent **frais de sérigraphie et frais de livraison selon le montant de la commande et le mode d'envoi validés.**

Le logo :

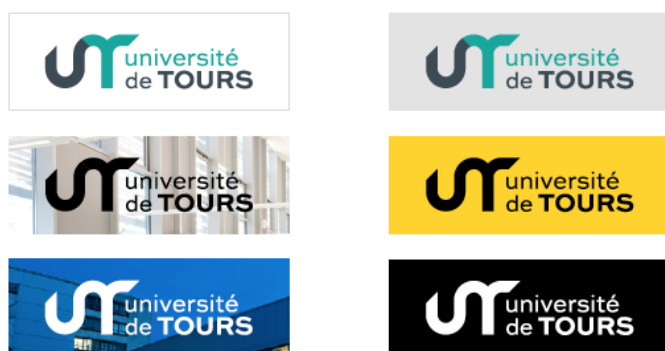
Il existe plusieurs déclinaisons du logo de l'Université de Tours :

- horizontale
- verticale
- isotype seul
- quadri
- noir et blanc
- blanc

Il s'applique de préférence sur fond blanc. À défaut, les recommandations ci-dessous doivent être respectées :

- En couleur sur fond blanc ou noir (15%)
- En noir sur fond clair
- En blanc sur fond foncé

Exemples :



Attention :

- Le logo ne peut pas être déformé.
- La typographie ne peut pas être modifiée.
- La couleur ne peut pas être modifiée.
- Le logo doit rester parfaitement lisible.

Double logotage

De manière occasionnelle, il pourrait être exigé un marquage à double logos : le logo de l'Université et celui de la composante ou du laboratoire ou autre dans le cadre de commandes individuelles. Ce double logo fera l'objet d'un prix supplémentaire tel que défini au sein du BPU.

Le logo de la composante ou du laboratoire ne pourra cependant **jamais être utilisé seul dans le cadre du présent marché.**

Afin d'intégrer le logo complémentaire, le prestataire devra prévoir un bouton d'upload du logo afin de l'intégrer uniquement sur l'espace prévu à cet effet et validé au lancement du marché avec la Direction de la Communication.

Ce double logotage serait systématiquement soumis à validation de la Direction de la communication : : objetspromo@univ-tours.fr

L'isotype :

Il s'agit d'un pictogramme qui permet une représentation rapide de l'université.

Comme le logo, il se décline suivant les fonds :

- En couleur sur fond blanc ou noir (20%)
- En noir sur fond clair
- En blanc sur fond foncé

Exemples :



Les différentes déclinaisons sont indiquées dans le Bordereau des Prix Unitaires.

Concernant le process de validation, le prestataire fournira à l'adresse suivante, un BAT à la Direction de la communication de l'Université qui donnera son Bon pour accord pour validation : objetspromo@univ-tours.fr ou via un accès sur le site internet.

En outre, les impressions doivent être de bonnes factures afin d'éviter que celle-ci se détériorent rapidement.

■ Modalités complémentaires :

Consciente de sa qualité d'acteur responsable, l'Université de Tours souhaite, au travers de sa gamme d'objets promotionnels, véhiculer une démarche éthique durable et responsable. Le prestataire doit donc tenir compte de cette condition dans les produits qu'il proposera.

A ce titre, le prestataire s'engage à respecter la réglementation relative à l'interdiction du plastique à usage unique et notamment les textes réglementaires suivants :

- La directive (UE) 2019/904 du parlement européen et du conseil du 5 juin 2019 relative à la réduction de l'incidence de certains produits en plastique sur l'environnement ;
- La loi n° 2018-938 du 30 octobre 2018 pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous ;
- Le décret n° 2019-1451 du 24 décembre 2019 relatif à l'interdiction de certains produits en plastique à usage unique.

■ Confidentialité :

Les informations transmises dans le cadre du présent accord-cadre sont strictement couvertes par le secret professionnel (article 226-13 du Code Pénal) et sont soumises au Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016, relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données).

En conséquence, le prestataire s'engage à respecter de façon absolue cette obligation lors de l'exécution de sa mission et à la faire respecter par son personnel et ses sous-traitants éventuels. L'obligation de confidentialité s'impose au prestataire et s'étend à tous les renseignements de quelque nature que ce soit dont il aurait eu connaissance durant le présent marché. Il s'engage à faire respecter ces dispositions par leurs personnels et par leurs sous-traitants éventuels.

Le prestataire s'engage notamment à :

- Ne pas utiliser les informations, documents et fichiers informatiques communiqués par l'Université à des fins autres que celles spécifiées au présent marché ;
- Ne pas communiquer les documents, informations ou fichiers transmis par l'Université à d'autres personnes morales ou non, privées ou publiques, que celles qui ont qualité pour en connaître, à savoir la personne publique, ainsi que le personnel chargé par le prestataire d'exécuter les prestations ;
- Prendre toutes les mesures permettant d'éviter toute utilisation détournée ou frauduleuse des fichiers informatiques qui seraient utilisés dans le cadre du présent marché et notamment les données nominatives.

En outre, le prestataire s'engage à reconstituer les documents et fichiers qui lui sont remis, qui viendraient à être perdus ou auraient été rendus inutilisables par sa faute, sous réserve que l'Université lui fournisse les données nécessaires à leur reconstitution.

L'Université de Tours se réserve le droit de procéder à toute vérification qui lui paraîtrait utile pour s'assurer du respect de ces obligations, tant par le prestataire que par les sous-traitants éventuels.