



PRÉFET
DE LA RÉGION
PAYS DE LA LOIRE

Liberté
Égalité
Fraternité

Accord-cadre

Réalisation de prestations et supports
de communication au profit des services et
établissements publics de l'État en Pays de la Loire

Cahier des clauses techniques particulières (CCTP)

Référence : 2025_SGAR_PDL_COMM

Accord-cadre passé en vertu des articles R2124-2 1°, R2161-2 à R.2161-5 (marché à procédure formalisée, appel d'offre ouvert) ainsi que les articles R2162-1 à -14 (accords-cadres) du code de la commande publique.
Dans tout ce document, le code de la commande publique est désigné par l'abréviation CCP.

Acheteur : le préfet de Loire-Atlantique, préfet de la région Pays de la Loire

Ce document comporte 12 pages et 1 annexe (un exemple de charte graphique)



OBJET DE L'ACCORD-CADRE	3
CLAUSES COMMUNES	3
Obligations imposées aux titulaires.....	3
Pistes créatives.....	4
Délai d'exécution	4
Livrables 4	
Dispositions sociales et environnementales.....	4
Innovation.....	4
PRESTATIONS ATTENDUES PAR LOT	5
Lot n°1 – Conseil créatif et stratégique, création, conception de supports de communication	5
1.1.1. Elaboration d'une stratégie (avec ou sans pistes créatives)	5
1.1.2. Accompagnement d'une stratégie de crise	6
Création et conception de supports de communication.....	6
1.1.3. Identité visuelle	6
1.1.4. Pictothèque	6
1.1.5. Annonce de presse	6
1.1.6. Conception de supports de communication	6
Lot n°2 – Relations de presse/publiques et rédaction.....	7
1.1.7. Communiqué de presse (rédaction)	7
1.1.8. 8	
1.1.9. Dossier de presse	8
1.1.10. Dossier de presse sonore et vidéo	8
1.1.11. Fichier de presse et mailing	8
1.1.12. Interview	8
1.1.13. Compte-rendu spécifique d'opération	8
1.1.14. Media training	8
1.1.15. Feuillet	9
Lot 3 – Création, production et post-production audiovisuelle	9
1.1.16. Identité sonore	9
1.1.17. Spot radio	9
1.1.18. Podcast	10
1.1.19. Film publicitaire TV/cinéma/web/	10
1.1.20. Programme court (type web série/clip vidéo)	10
Lot 4 – Accompagnement de la stratégie digitale de communication.....	10
1.1.21. E-influence et community management	10
1.1.22. Prestations de communication participant à l'animation d'une campagne	11
Lot 5 – Objets promotionnels éco-responsables	11
1.1.23. Eco-responsable	11
1.1.24. Le produit	11
1.1.25. Le marquage	12

OBJET DE L'ACCORD-CADRE

Le présent cahier des clauses techniques particulières (CCTP) a pour objet la définition des spécifications techniques relatives à la réalisation de prestations et supports de communication pour les services et établissements publics de l'État en région des Pays de la Loire.

Le présent accord-cadre fait l'objet d'un allotissement technique de cinq (5) lots :

Numéro de lot	Périmètre par lot
Lot 1	Conseil créatif et stratégique, création et conception de supports de communication
Lot 2	Relations de presse/publique et rédaction
Lot 3	Création, production et post-production audiovisuel
Lot 4	Accompagnement de la stratégie digitale de communication
Lot 5	Objets promotionnels éco-responsables

Les lots s'exécutent par bons de commande.

Les lots 3 et 5 sont des lots réservés.

CLAUSES COMMUNES

Les commandes sont passées sur la base d'un brief sous la forme d'un document qui a pour objet de présenter les faits nécessaires à la formulation d'une ou plusieurs pistes créatives et au moins un visuel au regard des objectifs, des contraintes, du budget et de la stratégie du service bénéficiaire.

Obligations imposées aux titulaires

Le titulaire conseille le service bénéficiaire.

Lorsque les livrables ont vocation à être valorisés sur des sites web, le titulaire doit avoir les compétences et appliquer les étapes de conception conformes au référentiel général d'accessibilité des administrations (RGAA).

Le titulaire pourra se voir imposer la marque de l'Etat et/ou la charte graphique inhérente au service, par exemple la charte graphique de l'**ADEME**.

Si la prestation inclut l'intégration de photos, ces dernières doivent être en haute définition.

Pistes créatives

Avant de réaliser la prestation, le titulaire doit proposer à l'acheteur a minima deux pistes créatives et un visuel, qu'il s'agisse d'une prestation originale ou sur la base d'éléments fournis.

A l'issue de ces propositions initiales, le service pourra demander la présentation de deux nouvelles pistes créatives, avec un visuel.

Délai d'exécution

Les délais d'exécution des prestations sont indiqués dans chaque bon de commande au regard de l'article 5 du CCAP du présent accord-cadre.

Livrables

Sont attendus :

- un respect des indications données par les services ;
- une maîtrise parfaite de l'orthographe ;
- des qualités rédactionnelles.

Le titulaire devra échanger avec le service bénéficiaire afin de valider le format du livrable, ce dernier étant par ailleurs spécifique pour chaque lot.

L'achat de supports de diffusion se fera sur devis supplémentaire en fonction des cibles et de la récurrence du message souhaité par le service bénéficiaire.

L'achat de prestations ou produit hors BPU sera possible mais devra respecter les exigences du CCTP, notamment les dispositions sociales et environnementales.

Dans cet accord-cadre, toutes les prestations attendues s'entendent hors impression.

Dispositions sociales et environnementales

Le titulaire veille à la cohérence des messages et visuels qu'il produit avec les engagements écoresponsables de l'Etat ou de l'établissement public en matière de réduction de l'impact environnemental.

Ainsi, chaque fois que cela est possible, le titulaire s'engage à adopter une démarche d'éco-communication pérenne dans les choix graphiques et techniques (par exemple : limitation du recours aux aplats).

En matière d'impact sociétal, le titulaire veille notamment à la lutte contre les discriminations et les messages stéréotypés.

Innovation

Le pouvoir adjudicateur entend s'impliquer fortement dans une démarche de promotion de l'innovation (sont innovants les travaux, fournitures ou services nouveaux ou sensiblement améliorés). Le caractère innovant peut consister dans la mise en œuvre de nouveaux procédés de production ou de fabrication, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle

méthode organisationnelle dans les pratiques, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures de l'entreprise.

Dans ce cadre, le titulaire est incité à proposer et utiliser, dès lors qu'ils existent, des produits, équipements et procédés innovants.

PRESTATIONS ATTENDUES PAR LOT

Lot n°1 – Conseil créatif et stratégique, création, conception de supports de communication

Le titulaire a la charge de conseiller les services bénéficiaires dans l'élaboration de leur stratégie de communication en proposant si nécessaire des pistes créatives ou un accompagnement de crise. Le but de la prestation est d'élaborer une campagne de communication.

La mise en œuvre de cette prestation de conseil peut impliquer :

- l'élaboration d'une stratégie (avec ou sans piste créative) ;
- l'accompagnement d'une stratégie de crise.

A l'initiative des services bénéficiaires, une (ou plusieurs réunions en fonction des besoins) de cadrage en distanciel ou en présentiel se tiendra afin d'échanger sur :

- la problématique du service bénéficiaire ;
- le contexte de la demande et le type de cible ;
- le canal de diffusion envisagé ;
- l'objectif de la commande et les livrables attendus ;
- le budget ;
- le planning envisagé ;
- si déjà définis, les livrables attendus et les formats demandés.

Ce ou cette réunion fera l'objet d'un compte rendu rédigé par le titulaire.

1.1.1. Elaboration d'une stratégie (avec ou sans pistes créatives)

L'élaboration d'une stratégie de communication permet d'accompagner le titulaire dans la définition de ses objectifs de communication et d'identifier les publics concernés. Le titulaire pourra donc être amené à concevoir et proposer une stratégie de communication globale mais également à donner un conseil sur un sujet particulier ou dans un domaine d'expertise donné.

En cas d'élaboration d'une stratégie avec pistes créatives, seule la piste retenue par l'administration fera l'objet d'une production. Ces propositions créatives peuvent concerner :

- La recommandations de parti-pris créatifs (tonalité, style) ;
- Une phrase-clé (slogan/signature de campagne) ;
- Un territoire visuel (parti pris iconographique, univers visuel, roughs, planches de tendance-mood board, motion design).

1.1.2. Accompagnement d'une stratégie de crise

Cette prestation regroupe l'ensemble des actions pouvant réduire l'impact négatif d'un événement sur l'image de l'administration en lui permettant d'adapter une réponse rapide à une problématique touchant le territoire : sécheresse, inondations... L'intérêt est donc d'anticiper au mieux ces éléments négatifs pour permettre la mise en place d'une communication efficace. Le titulaire doit mettre en place des moyens humains et techniques adaptés pour permettre de répondre de manière conforme et adaptée aux problématiques de l'administration. La réponse devant être instantanée, le titulaire établit un forfait selon le type de profil intervenant (expert junior ou senior) pouvant intégrer la cellule de crise de l'administration. Le forfait peut être journalier ou hebdomadaire.

Création et conception de supports de communication

Le titulaire sera chargé de créer et/ou de conception des supports de communication nécessaires aux services bénéficiaires.

1.1.3. Identité visuelle

L'acheteur peut passer commande auprès du titulaire d'une ou plusieurs prestations parmi les items suivants :

- Création d'un nom ;
- Création d'un logo ;
- Création d'une signature (expression verbale) et si nécessaire inclusion de cette signature dans le bloc marque (typographie, couleurs et articulation avec un logo existant) ;
- Création d'une charte graphique simple (règles d'utilisation du logo/bloc marque et déclinaisons de papeterie).

La prestation comprend la présentation des pistes créatives et sa conception sur un ou plusieurs formats de fichiers.

1.1.4. Pictothèque

Cette prestation englobe la création d'une série de pictogrammes ou la mise à disposition d'une base de données de pictogrammes. A la suite des propositions de pistes créatives et de leur correction par l'acheteur, la déclinaison des pictogrammes est effectuée par l'acheteur sur la base d'une liste de symboles imaginés par le titulaire avec le soutien de l'administration. La prestation comprend également l'exécution et la livraison des pictogrammes dans plusieurs formats de fichiers (max 5). Par exemple : pdf, jpeg, eps, rvb, cmjn, noir et blanc etc.

1.1.5. Annonce de presse

Cette prestation porte sur la réalisation d'une annonce de presse ou publicitaire destinée à être incorporée dans une revue, un magazine ou un journal. Le titulaire s'appuie sur un brief et respecte la charte graphique du service concerné. Le titulaire propose des conseils sur la cible territoriale en fonction de la thématique.

1.1.6. Conception de supports de communication

- ***Affichettes, kakémonos, cartes postales, flyers, invitation***

Ces prestations comprennent la conception de supports tels que :

- Les kakémonos ; les flyers ; les affiches ; les cartes postales ; les invitations, les brochures...

Le détail de ces prestations est précisé dans le BPU. Cette liste n'est pas exhaustive et il est possible pour l'acheteur de faire une demande d'un autre support à l'aide d'un devis supplémentaire.

➤ **Dépliant/brochures**

La prestation comprend la création. Une autre prestation peut être envisagée sur l'adaptation et l'actualisation.

- Création et conception :

Cette prestation englobe la création et la conception d'un support selon plusieurs dimensions indiquées dans le BPU. Cela comprend pour un dépliant et/ou une brochure : la création et la production **hors impression**.

La création peut soit se faire sur la base d'un concept créatif préexistant ou acheté dans le cadre du conseil avec pistes créatives ou à la suite de la proposition de deux pistes créatives ou de la mise en format d'un dépliant sur un autre support.

La production hors impression comprend l'exécution des documents après validation de la création par le service bénéficiaire, la finalisation de la mise en page par l'intégration de visuels produits après validation du master (photo, illustration etc.), l'intégration des textes puis des corrections de textes et de mises en page demandées par l'administration, la gravure, la vérification des épreuves, et la livraison des fichiers exécutés aux tailles et formats de fichiers indiqués par l'administration, prêts à être imprimés.

La rédaction est comprise dans le prix. Le prix de la prestation comprend la livraison du dépliant ou de la brochure sur un CD, un extranet ou une clé, au format demandé.

- Adaptation et actualisation

Cette prestation correspond à l'ajout, à l'adaptation ou à l'actualisation d'un élément dans un dépliant, un dossier de presse et/ou une brochure existante, que ce soit au niveau du texte, du visuel ou de la mise en page, ou tout autre élément, quel que soit le format. Elle se décline en deux niveaux :

- Niveau 1 « simple » : modification d'un élément mineur (par exemple : signature, date, texte) ;
- Niveau 2 « élaboré » : modification d'un élément visuel.

Lot n°2 – Relations de presse/publiques et rédaction

Le titulaire sera chargé d'accompagner la stratégie de relations presse des services bénéficiaires en rédigeant des supports à l'intention d'un groupe de personnes donné : public, usagers, personnel... La rédaction est réalisée sur la base d'informations fournies par le service bénéficiaire. Le délai accordé au prestataire inclut le temps de préparation ainsi que la rédaction. Sur demande des services bénéficiaire, le support peut être adapté à une diffusion web, sur un site internet, sans coûts supplémentaires.

1.1.7. Communiqué de presse (rédaction)

La rédaction d'un communiqué de presse est réalisée sur la base d'informations fournies. Il peut faire l'objet jusqu'à trois échanges « allers-retours » avant sa validation. La prestation est à différencier selon le nombre de mots.

1.1.8. Dossier de presse

Cette prestation a pour objet la rédaction par le titulaire d'un dossier de presse qui deviendra un document de référence de l'entité en lien avec sa démarche de communication. Il contient tous les éléments nécessaires pour que les personnes intéressées puissent avoir accès à une information complète. Le dossier de presse peut avoir pour objet l'historique d'une administration, son fonctionnement ou encore les solutions qu'elle propose. La prestation est différenciée selon le nombre de pages et si le titulaire est chargé de sa rédaction ou de sa réécriture.

1.1.9. Dossier de presse sonore et vidéo

Le titulaire est amené à réaliser un dossier de presse sonore ou vidéo incluant le cas échéant le motion design, par exemple pour présenter les actions, les politiques ou les structures des différents services déconcentrés. Ainsi, le titulaire est chargé de la conception (synopsis, recherche de contenus, identification d'experts, réalisation d'interviews...) à la production des supports (montage inclus) et à la fabrication/encodage. Cependant, au regard de la complexité à établir un montant pour ce type de support, seul le chiffrage du contenant est demandé dans le bordereau de prix. Quant au contenu du dossier, son montant sera établi selon le brief communiqué par l'administration à l'aide d'un devis supplémentaire.

1.1.10. Fichier de presse et mailing

Le titulaire aura la charge de la constitution ou de la mise un jour d'un fichier de contact sur la base d'une thématique et/ou cible précise indiquées par l'administration lors de l'émission du bon de commande. La prestation est forfaitaire et différenciée dans le BPU selon le nombre de contacts à établir. Un prix supplémentaire est envisagé pour la réalisation des prestations de mailing ciblé.

1.1.11. Interview

Dans le cadre de cette prestation le prestataire sera chargé de :

- Prendre contact avec la personne à interviewer afin d'organiser et de préparer l'interview ;
- Effectuer l'interview elle-même ;
- Retranscrire intégralement l'interview ou la proposer sous une forme rédigée.

Il est également possible que le prestataire puisse réaliser une interview uniquement sur documents comme le propose le bordereau de prix.

1.1.12. Compte-rendu spécifique d'opération

Le prestataire sera chargé de la rédaction d'un compte-rendu spécifique d'opération à partir d'éléments fournis par le bénéficiaire. Le chiffrage est établi en fonction du nombre de pages.

1.1.13. Media training

Cette prestation porte sur la formation de nouveaux arrivants ou de personnes destinées à la prise de parole médiatique ou événementielle (émissions de radio ou de télé, présentations...). La

prestation est rémunérée sur la base d'un forfait d'une session (1/2 journée) ou de 3 sessions. La demi-journée s'entend comme trois (3) heures. Le titulaire sera donc chargé de prendre contact, d'encadrer et de rémunérer un formateur qu'il aura identifié au préalable.

1.1.14. Feuille

Le titulaire pourra également se voir confier la rédaction d'un feuille au format A4 n'excédant pas 1500 signes. Le titulaire est amené à proposer un forfait pour la rédaction de 5 feuilles.

Lot 3 – Création, production et post-production audiovisuelle

Le titulaire sera chargé de la pré-production, de la production et de la post-production de supports destinés à la télévision, la radio ou encore le cinéma selon les besoins des services bénéficiaires.

Les prestations attendues pourront être diffusées par la télévision, la radio ou le cinéma. Le titulaire doit donc élaborer les outils audiovisuels nécessaires à la communication des services bénéficiaires. Il devra proposer à l'acheteur deux pistes créatives. Il est attendu des prestations portant en outre sur l'identité sonore tous médias mais également sur des supports spécifiques pour la radio ou la télévision. Les prix renseignés devront englober la conception du script, la production (tournage, moyens techniques...) et la post-production jusqu'à sa livraison sur les supports adaptés.

Pour les prestations vidéo, le montage doit s'effectuer, a minima, en standard numérique professionnel type Full HD ou 4K.

Le titulaire doit également pouvoir rendre la communication accessible aux personnes en situation de handicap conforme au RGAA en incluant selon les besoins du service bénéficiaire :

- du sous-titrage (déjà existant)
- et/ou des vignettes en langue des signes française (LSF) à créer.

1.1.15. Identité sonore

Cette identité sonore pourra nourrir l'ensemble des productions. Le chiffrage de cette prestation ne sera compté qu'une seule fois si cela vient compléter une autre prestation. Cette identité sonore pourra être avec ou sans voix.

Cette prestation a pour objet la création et la production (y compris pré-production et post-production) incluant tous les frais nécessaires à sa production et sa livraison au format prêt à diffuser format WAV (MP3, PCM...) sur CD, extranet ou clé ou tout autre support . Il peut s'agir d'une virgule sonore, d'un habillage sonore multimédia online ou d'une signature sonore.

Les prix du BPU sont à distinguer selon les niveaux de complexité (simple, intermédiaire ou complexe).

1.1.16. Spot radio

Cette prestation a pour objet la création ainsi que la production d'un spot radio. Le titulaire est chargé de proposer des pistes créatives, d'élaborer un script et d'engager les frais techniques nécessaires à la pré-production, la production, la post-production.

Les chiffrages indiqués dans le bordereau de prix unitaire se distinguent selon la durée du spot.

1.1.17. Podcast

Cette prestation porte sur la réalisation des fichiers audios numériques nécessaires et de leur diffusion sur les plateformes concernées. Le chiffrage indiqué au BPU prévoit a minima un enregistrement en intérieur (studio, plateau). Les différents formats sont indiqués dans le BPU.

1.1.18. Film publicitaire TV/cinéma/web/

Cette prestation porte sur la réalisation d'un spot publicitaire ou d'information pour la communication des services déconcentrés en région (par exemple : présentation d'une action publique mise en œuvre au profit de la population). Les moyens de diffusion seront larges et selon le support choisi par l'acheteur avec les conseils du titulaire : tv locales, web...

Le BPU distingue la durée du livrable (inférieur ou non à 45 secondes). Dans tous les cas, le chiffrage prend en compte un tournage en intérieur sur deux jours avec des agents du service bénéficiaire.

Il est rappelé que le recours à des comédiens ou mannequins peut faire l'objet d'un supplément de 5% maximum du montant total de la prestation (cession des droits des tiers) calculé lors de la prise de commande.

Au-delà de ces prescriptions minimales, les prestations seront chiffrées sur la base de devis et contractualisée via le bon de commande après acceptation du devis.

1.1.19. Programme court (type web série/clip vidéo)

Cette prestation porte sur la réalisation de formats courts à diffuser sur le web. Le détail est contenu dans le BPU. Le chiffrage prend en compte a minima un tournage en intérieur sur deux jours avec des agents du service bénéficiaire. Il est rappelé que le recours à des comédiens ou mannequins peut faire l'objet d'un supplément de 5% maximum du montant total de la prestation (cession des droits des tiers) calculé lors de la prise de commande.

Une série comporte 3 programmes.

Au-delà de ces prescriptions minimales, les prestations seront chiffrées sur la base de devis et contractualisée via le bon de commande après acceptation du devis.

Lot 4 – Accompagnement de la stratégie digitale de communication

Cette prestation a pour objet la mise en œuvre, l'animation et la modération d'une campagne d'e-influence/community management et des prestations de communication digitale connexes.

1.1.20. E-influence et community management

Le titulaire du lot assurera la mise en œuvre d'actions visant à promouvoir et à rendre visible un produit ou un service à travers les réseaux sociaux. Il aura à sa charge la gestion, la mise à jour et l'action de posts sur les réseaux sociaux. Sa durée d'action peut être de courte durée par exemple pour le lancement d'un concours ou alors sur le long terme pour accompagner les services déconcentrés de l'Etat.

Cette prestation englobe la mise en place et la mise en œuvre d'une campagne d'e-influence sur Internet et de community management au regard d'une méthodologie et d'une stratégie définie au préalable avec l'acheteur.

Cette prestation s'effectue selon deux forfaits :

- Forfait hebdomadaire ;
- Forfait mensuel.

1.1.21. Prestations de communication participant à l'animation d'une campagne

Deux prestations sont à distinguer.

La première a pour objet la mise à jour de contenus sur un site internet tant sur les textes que sur les visuels. Le chiffrage s'effectue ici sur la base du nombre de pages. Le BPU prévoit en outre un forfait par cinq (5) pages supplémentaires.

La seconde porte sur la création, production et livraison d'une bannière vidéo ou d'une annonce flash.

Le chiffrage de ces prestations se fonde sur trois niveaux de complexité :

- Mise à jour, mise au format ;
- Création, production et livraison sur la base d'éléments existants ;
- Création, production et livraison sur la base d'une création originale.

Exceptionnellement dans un but d'appui, le BPU prévoit une prestation visant à l'animation de terrain d'une campagne pour renforcer la campagne initiée sur le web. Ainsi cette prestation prend la forme d'une animation s'appuyant sur des objets promotionnels ou des supports de communication. Le prix est renseigné en un taux journalier, le service bénéficiaire s'engage à communiquer au titulaire les objets promotionnels nécessaires ou/et le contenu des animations.

Lot 5 – Objets promotionnels éco-responsables

La prestation concerne la fourniture et la livraison d'objets promotionnels avec un marquage personnalisé.

1.1.22. Eco-responsable

Une attention particulière est accordée à l'impact environnemental des matériaux et produits. Ce faisant :

- **Le titulaire propose prioritairement des produits dont la production respecte des critères sociaux, écologiques et économiques, du type label Fairtrade ou équivalent.** Le titulaire pourra également proposer des produits pour lequel il est fabricant et non revendeur.
- Sur simple demande du service bénéficiaire, le titulaire doit porter à la connaissance des caractéristiques techniques du produit ainsi que du marquage.

1.1.23. Le produit

Le titulaire accompagne le service bénéficiaire à chaque étape du projet, jusqu'à la livraison. Le titulaire doit tenir un rôle de conseil auprès des services bénéficiaires. Le

conseil vise à proposer des produits en adéquation avec l'opération de communication et à proposer des produits les plus éco-responsables.

- **Le stylo à bille avec bouton poussoir (encre bleue ou noire)**
A minima le corps du stylo est en **matière recyclée ou biodégradable**.
- **Le carnet A5 environ 100 feuilles (+ ou - 20 %)**
A minima la couverture du carnet devra être en **matière recyclée ou biodégradable**.

- **La tasse environ 300 ml (+ ou - 20 %)**
- **La gourde isotherme environ 750 ml (+ ou - 20 %)**

La tasse et la gourde devront respecter la sécurité alimentaire selon les connaissances actuelles, (ne pas contenir de substances préoccupantes) et être adaptées aux boissons chaudes. Ces deux produits doivent être durables.

- **Le Sac type tote bag environ 30 x 40 cm**
Le sac doit avoir une résistance au poids jusqu'à 5 kg.
Il devra être conçu en tissu **labellisé GOTS ou OEKO-TEX**, ou en **matières recyclées ou être 100 % compostable en fin de vie**.

1.1.24. Le marquage

Le titulaire doit pouvoir apposer un marquage personnalisé sur les produits selon plusieurs techniques d'impression. Le marquage est inclus dans le prix.

Le titulaire accompagne le service pour permettre l'adaptation d'un logo ou du message sur l'objet (emplacement, taille, police, couleurs...). Le titulaire propose un visuel du rendu avec marquage avant la confirmation de la commande.

Le processus détaillé de validation de la commande ainsi que le service après-vente sont détaillés dans l'offre technique du titulaire.