

## **CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES**

**Accord-cadre de programmes audiovisuels, sonores et  
numériques in situ multi-attributaire de l'EPMO-VGE**

**LOT 2 : Conception, réalisation et production programmes  
sonores in-situ et des podcasts en ligne**

# 1. L'EPMO-VGE

## 1.1 L'établissement public

Sous tutelle du ministère de la Culture, l'Établissement public des musées d'Orsay et de l'Orangerie – Valéry Giscard d'Estaing (EPMO-VGE) réunit depuis 2010 le musée d'Orsay et le musée de l'Orangerie.

- Les [collections du musée d'Orsay](#) présentent la création artistique de la seconde moitié du XIXe siècle et du début du XXe siècle, période courte, mais extrêmement féconde, qui a vu naître notamment les mouvements impressionnistes et postimpressionnistes.
- Le musée de l'Orangerie abrite l'ultime chef-d'œuvre de Claude Monet, [les Nymphéas](#), ainsi que [la collection Walter-Guillaume](#), l'une des plus belles collections européennes de peintures comprises entre les années 1860 et 1930.

Ensemble, les deux musées témoignent de la naissance de la modernité et donnent des clés de compréhension de cette période foisonnante sur le plan artistique. Leurs collections transcendent les frontières entre les disciplines, mêlant peinture, sculpture, photographie, dessin, arts décoratifs et architecture.

## 1.2 Les publics

L'établissement public du musée d'Orsay et du musée de l'Orangerie – Valéry Giscard d'Estaing (EPMO-VGE) a accueilli 4 949 835 visiteurs en 2024, année marquée par le succès des expositions temporaires ainsi que par les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris.

En 2024 le musée d'Orsay a reçu 3 751 141 visiteurs (contre 3 871 498 en 2023). Le musée de l'Orangerie a comptabilisé 1 198 694 visiteurs (contre 1 239 539 en 2023). Ces visiteurs sont venus admirer autant les collections permanentes des deux musées que leurs expositions mais aussi l'ensemble de l'offre culturelle.

**Au musée d'Orsay**, en 2024, 1 621 500 visiteurs sont français, soit 44% du public. Les visiteurs étrangers représentent 56% du public. Parmi les nationalités les plus représentées : Etats-Unis (11,5 %), Italie (6,9%), Royaume Uni, (4,2 %), Allemagne (3,6 %) et Corée du Sud (2,7 %).

**A l'Orangerie**, les Français représentent cette année 33 % du public, soit 396 000 visiteurs. Parmi les étrangers (67%) : les Etats-Unis (13,2 %), l'Italie (9,2 %), la Corée du Sud (5,1 %), le Royaume Uni (4,8 %) et l'Allemagne (4,2 %) sont particulièrement représentés.

Les publics japonais et coréen sont de retour, notamment à l'Orangerie où ils représentent respectivement 3% et 5% des visiteurs. Pour la première fois, on note l'arrivée du public chinois : au musée d'Orsay, celui-ci représente 2,5% du visitorat, soit 94 000 visiteurs. Au musée de l'Orangerie, ils représentent 2,7 % du public soit 43 150 visiteurs.

**En savoir +** avec le Communiqué de Presse Fréquentation 2024 sur le site internet : [Les publics de l'EPMO-VGE](#)

## **2. CONTEXTE**

### **2.1 Le Service du développement numérique de l'EPMO-VGE-VGE**

Au sein de la Direction du numérique, le Service du développement numérique conçoit, développe et diffuse pour les deux musées l'offre numérique audiovisuelle, sonore, interactive et innovante in situ et en ligne. Cette offre concerne tant les collections permanentes que la programmation culturelle et la médiation numérique auprès des publics.

Le Service du développement numérique assure notamment le développement des productions audiovisuelles et multimédias en production exécutive, objet du présent accord-cadre, de la conception à la livraison pour diffusion et archivage. Qu'il s'agisse de productions audiovisuelles (bande-annonce d'exposition, interviews commissaires, mini-séries vidéos) ou podcast (notamment dans le cadre de la série Voix d'O) diffusés en ligne, ou de productions in situ (dispositifs de médiation numérique multimédia) pour les expositions temporaires et les parcours permanents.

La Direction du numérique travaille en lien fonctionnel avec l'ensemble des autres directions de l'établissement, notamment : la direction des publics, direction de la conservation et des collections, direction de la communication, direction de la programmation culturelle et de l'auditorium, etc.

### **2.2 La médiation audiovisuelle, sonore et numérique**

L'EPMO-VGE développe depuis plus de 15 ans un écosystème éditorial en ligne et in situ à destination de tous ses publics : sites internet, chaînes Youtube, réseaux sociaux, écrans et dispositifs interactifs in situ, etc. Au quotidien, les publics français et internationaux ont accès à de nombreux contenus autour des collections de l'EPMO-VGE, de l'histoire de ses sites et de ses actualités.

Conformément à la politique de médiation des deux établissements, la médiation numérique se base sur les principes de complémentarité avec la médiation non numérique et d'inclusivité à un large public, d'approche sensible en prenant soin de valoriser les collections et les artistes et de les présenter de manière contextualisée.

Les productions réalisées sont fortement orientées vers les formats de médiation (plus que vers la communication) et sont toujours soumises à la validation de l'équipe scientifique du projet. Une attention particulière est également portée sur les crédits des œuvres, l'interdiction d'altérer les œuvres (les représenter de la manière la plus authentique et la plus valorisante possible) et la cohérence entre l'association des images au texte.

La médiation numérique est considérée comme un prolongement et un complément de l'expérience visiteur au musée et répond aux mêmes attentes et exigences que les projets muséographiques, qui accordent la priorité à l'exactitude scientifique et à une expérience esthétique forte portée par les œuvres.

### **2.3 L'activité du service du développement numérique**

L'activité du Service du développement numérique regroupe en particulier :

- la production audiovisuelle, qu'elle soit de commande – objet du présent accord-cadre, ou en partenariat et coproduction : vidéos, podcasts, documentaires, etc.

- la diffusion éditoriale numérique : in situ ou en ligne, via les sites internet et les réseaux sociaux des musées. En particulier, une politique éditoriale forte est portée par un nouveau menu « *magazine* » en ligne, qui propose des articles, podcasts et vidéos sur le site du musée d'Orsay.
- la médiation numérique et innovante telle que des expériences en Réalité Virtuelle.

**En savoir +** dans le Rapport d'Activités 2024 sur le site internet : [Rapports d'activité](#)

## 2.4 Stratégie sociétale des organisations et numérique responsable

Engagé depuis plusieurs années, l'EPMO-VGE a réaffirmé en 2024 son implication en déclinant une nouvelle stratégie de responsabilité sociétale des organisations (RSO) sur la période 2025 - 2030. Les engagements pris sont au cœur du projet d'établissement et illustrent ses valeurs :

- Garantir l'accès à la culture pour tous et valoriser la culture comme outil d'inclusion
- Garantir la transmission de ce patrimoine commun aux générations futures.

**La stratégie RSO de l'EPMO-VGE** se décline concrètement en deux volets : des musées inclusifs, des musées écoresponsables.

Ses principes infusent l'ensemble des activités de l'Établissement, dans les missions du quotidien comme dans les grands projets stratégiques. Elle est pensée au bénéfice des agents comme des publics des musées mais aussi partagée avec les partenaires de l'Établissement.

Les productions de l'EPMO-VGE peuvent avoir une dimension sociale ou éducative dans laquelle les prestataires devront s'intégrer. Ces projets ne sont pas purement communicatifs et détiennent un engagement social, pédagogique ou éducatif.

**En savoir +** sur la stratégie RSO sur le site internet : [Le plan d'action RSO](#)

**L'axe 8 porte sur comment mieux intégrer la sobriété numérique au sein de l'Établissement** mais aussi dans toutes ses actions et productions avec des équipes externes. L'investissement porte tant que la recherche pour un numérique culturel sobre que sur l'application au quotidien de l'écoconception des outils, des services et des productions numériques et audiovisuelles (selon les recommandations et méthodologie du RGEN). Amélioration, rationalisation et sensibilisation sont les enjeux clés de cette démarche pour la production de contenus mais aussi les équipements et les déplacements induits.

## 2.5 Les enjeux de programme 2026 - 2028

### 2.5.1 Deux années de célébrations majeurs pour nos musées :

En 2026, le musée d'Orsay célébrera ses 40 ans (inauguration en décembre 1986) : plusieurs expositions, accrochages et programmes culturels seront spécialement organisés pour l'occasion et célébrerons le musée, son histoire et ses collections dans le musée mais également dans les territoires.

Fin 2026, c'est le centenaire de la mort de Claude Monet (5 décembre 1926) qui donnera l'occasion au musée d'Orsay et au musée de l'Orangerie de célébrer cet artiste majeur des deux collections. Enfin, c'est le centenaire de l'ouverture du musée de l'Orangerie qui sera à l'honneur en 2027.

### **2.5.2 Mieux accueillir nos publics :**

À Orsay comme à l'Orangerie, pour une expérience du public plus agréable encore, les conditions de visite se trouvent améliorées, à la faveur d'importants travaux d'aménagements et de rénovation. Ceux de l'Orangerie sont en cours sur l'année 2025. Ceux d'Orsay ont débuté depuis plusieurs mois et se prolongeront en 2026, avec notamment une gestion différenciée des flux de visiteurs.

### **2.5.3 La recherche en histoire de l'art de la seconde partie du XIXe siècle et du début du XXe :**

L'établissement ouvrira en 2027 le Centre de Ressources et de Recherches-Daniel Marchesseau dans l'hôtel Mailly-Nesle, à quelques pas du musée.

**En savoir +** sur les expositions de l'automne 2025 et du printemps 2026 sur le site internet : [Les programmes](#)

**En savoir +** sur les projets et programmes de l'établissement : [Magazine](#) et [Agenda](#)

## **3. OBJET DE L'ACCORD-CADRE ALLOTI**

### **3.1 Objet**

Le présent marché a pour objet **la conception, la réalisation et la production de programmes audiovisuels, sonores et multimédias in situ avec une possible version en ligne** pour le compte de l'EPMO-VGE.

La présente consultation est un accord-cadre alloti relatif à des prestations de réalisation de programmes audiovisuels, sonores et numériques en ligne et in situ pour les besoins et les activités de l'Etablissement public du musée d'Orsay et du musée de l'Orangerie (EPMO). Il fixe les termes contractuels généraux entre l'établissement public et chaque titulaire, ainsi que les conditions de passation des commandes.

Les prestations, objets de l'accord-cadre alloti, concernent l'ensemble des activités des musées : conservation et collections, expositions, programmation culturelle, médiation, etc.

Le présent marché se décompose en **3 lots** :

**Lot n°1** : La conception, réalisation et production de vidéos ;

**Lot n°2** : La conception, réalisation et production programmes sonores in-situ et des podcasts en ligne ;

**Lot n°3** : La conception, réalisation et production de dispositifs multimédia in-situ avec possible version en ligne.

Les prestations attendues pour chaque lot sont détaillées dans un CCTP (cahier des clauses techniques particulières) dédié.

Le présent CCTP concerne le lot 2.

### **3.2 Délimitation des prestations**

Il est d'ores et déjà précisé que les contenus listés ci-après sont à exclure du périmètre du présent marché :

- pour des programmes nécessitant des méthodes de production spécifique, émergentes ou des technologies rares ou propriétaires (technologies immersives, IA, 3D, tomographie 3D, relevés radar, laser, infrarouge, thermique, technologies à venir, etc.) ;
- pour des réalisations de live streaming ;
- pour des réalisations in situ spécifique type mapping ;
- réalisation de programmes sonores pour les projets d'audioguidage in situ ;
- réalisation de productions exclusivement LSF ;
- réalisation de productions sponsoring inférieures à 30 secondes.

## **4. Description détaillée et conditions d'exécution des prestations du LOT 2**

**Le lot 2** porte sur la conception, la réalisation et la production de programmes sonores in situ et des podcasts en ligne.

S'inscrivant dans une démarche visant à enrichir la médiation sensible par tous nos sens, les podcasts et installations sonores sont conçus pour favoriser une expérience d'écoute plus immersive, soit à domicile, soit au sein du musée. Avec pour objectif de promouvoir l'inclusivité, les expériences sonores proposées par le musée visent à explorer tout le potentiel des paysages sonores, en faisant appel aux émotions et à l'imagination, en libérant le regard du visiteur et en l'encourageant à écouter pour mieux voir. Dans le cadre du lot n°2, les images peuvent être fournies par l'EPMO-VGE le cas échéant.

Il est donc précisé les éléments suivants :

### **4.1 Contexte et supports de diffusion et publics cibles**

#### **Les publics visés**

Les productions du Lot n°2 sont susceptibles de s'adresser soit à l'ensemble des publics de de l'EPMO-VGE soit à certains d'entre eux de manière spécifique (adultes, jeunes, enseignants, français, étrangers, etc) et pourront à ce titre faire l'objet d'une attention toute particulière sur le plan de leur dimension ou de leur rendu « pédagogique » ou encore de leur portée universelle.

#### **Modes de diffusion**

Les productions du Lot n°2 seront susceptibles d'être diffusées sur l'ensemble des canaux de diffusion de l'EPMO-VGE en ligne et in situ et notamment :

- Sites internet
- Chaînes Youtube et assimilées
- Plateformes d'écoutes Acast, Soundcloud et assimilées
- Réseaux sociaux

- Dispositifs d'écoute in-situ permanent ou éphémère (espace famille, événement vacances à Orsay, expositions, auditorium, espaces permanents etc), physique avec matériel ou via QRCode
- Chaînes Youtube ou plateformes d'écoute ou assimilées des partenaires de l'EPMO-VGE
- Hors-les-murs dans les événements de l'EPMO-VGE et de ses partenaires (galeries, musées partenaires, établissements scolaires, prisons etc.)
- Partenaires médias et assimilés de l'EPMO-VGE
- Presse
- Expériences immersives de l'EPMO-VGE ou de ses partenaires le cas échéant
- Supports d'audioguidage in situ

## 4.2 Co-direction artistique, esthétique et ton

Dans le cadre du lot n°2, chaque production fera l'objet d'une co-construction et d'une co-direction artistique entre le titulaire et les équipes de l'EPMO-VGE (chef/fes de projets, conservateur/rices, communicants, etc). Il est attendu des titulaires, pour chacune des productions :

- Une proposition éditoriale forte et réfléchie et dans les codes et usages des publics-cibles avec une esthétique soignée et de qualité à la hauteur de la renommée de l'EPMO-VGE ;
- Un message clair, compréhensible et mémorisable à l'attention des publics auxquels les productions sonores ou podcasts sont destinés ;
- Une proposition de durée de programme cohérente avec le brief initial et les publics visés ainsi que les supports de diffusion prévus (plateformes d'écoutes, réseaux sociaux, site internet, in situ, etc) ;
- Une proposition de moyen technique de production cohérente avec le matériel et/ou les moyens de diffusion prévus (ex son binaural) ;
- Une proposition de composition d'équipe et de matériel cohérente avec le brief initial ;
- Le respect des chartes graphiques de l'EPMO-VGE, des habillages sonores et visuels de début et de fin demandés, fournis par le titulaire ou l'EPMO-VGE ;
- Le respect des délais et des recommandations du service prescripteur transmis au sein du brief ;
- Une réactivité face à des délais parfois serrés pour la production des contenus et/ou des changements de dernières minutes à la demande de l'EPMO-VGE (À titre d'exemple : changements d'artistes, de formats de crédits, etc).

## 4.3 Production et post-production

Sauf dispositions particulières contraires au sein d'un bon de commande ou d'un marché subséquent déterminé, le titulaire réalise la production et la post-production des enregistrements sonores (voix, bruits naturels, interviews, musique enregistrée, enregistrement studio etc...) afin de livrer un produit fini.

La production et la post-production du programme sonore ou du podcast comprendront l'ensemble ou une partie des prestations parmi la liste exhaustive suivante :

- La production d'une note d'intention forte et réfléchie ;
- La production d'un script (pour rappel, par script, il est entendu un document écrit, retraçant le contenu du futur programme ou du podcast dans ses grandes étapes : ouverture, résumé des propos développés, habillages sonores, fin) ;
- La production d'un scénario ou conducteur le cas échéant ;

- L'enregistrement en studio à la charge du titulaire ou in situ dans les espaces de l'EPMO-VGE ou de ses partenaires ;
- L'usage du son binaural le cas échéant et si la commande le précise ;
- Le montage du programme ou du podcast, sa mise en onde (intégration d'ambiance, éventuelles archives, musiques, habillages, etc.) et son mixage ;
- La recherche de musique et la transmission de toutes les informations nécessaires à l'EPMO-VGE pour le paiement des droits le cas échéant et garantir la sécurité juridique de la production. L'EPMO sera attentif aux coûts induits et pourra demander le cas échéant l'usage de musiques libres de droits ;
- La transcription du programme ou du podcast ;
- La mise aux différents formats du programme ou du podcast ;
- La livraison des masters au format .wav ;
- La livraison des sources (rushs, etc.) ;
- La production et la mise en image d'un teaser (portrait et paysage) pour les podcasts type entretiens commissaires etc ;
- La réalisation et livraison des images de communication du programme (miniature Acast ou/et Youtube, cover, animation d'une vignette pour une ou des stories instagram, etc)
- La gestion et le suivi de la validation de la vidéo par l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité, lorsque cela est précisé dans le brief (poste « frais divers »).

De manière générale, le titulaire s'engage à superviser le travail de réalisation en étroite collaboration avec l'EPMO-VGE.

Le titulaire veillera à respecter les étapes de travail fixées au calendrier et au-delà, à tenir l'EPMO-VGE informé de tout élément significatif concernant la production du programme. Cette phase s'achève à la livraison des livrables demandés par le musée. L'adresse de livraison pour les éventuels rendus remis sur support physique sera précisée dans le bon de commande.

#### **4.4 Matériel**

Le titulaire fournira l'ensemble du matériel nécessaire à la production, post-production et livraison des programmes sonores ou des podcasts en ligne. La location éventuelle est à sa charge ainsi que la réservation et la location du studio d'enregistrement (avec potentielles contraintes géographiques proche du musée possiblement) le cas échéant. L'EPMO-VGE devra recevoir en amont du tournage (15 jours ouvrés) la liste du matériel utilisé et pourra le cas échéant refuser un matériel en inadéquation avec la sécurité des œuvres. Le titulaire devra alors être en mesure de proposer des alternatives.

Le déchargement, le portage et le transport du matériel seront à la charge du titulaire jusqu'à l'espace de tournage. L'EPMO-VGE fournira en amont l'ensemble des informations nécessaires à la bonne organisation du tournage (parking, zone de déchargement, monte-charges, nombres d'escaliers etc).

L'utilisation par le titulaire ou ses préposés d'équipement ou de matériel nécessaire aux reportages se fait sous sa responsabilité et à ses frais, notamment en ce qui concerne leur location, transport, manutention, installation, surveillance, enlèvement et assurance. Les frais de déplacement devront être indiqués sur le devis.

Le titulaire devra prendre toutes mesures indiquées par les équipes de l'EPMO-VGE pour garantir la sécurité et l'intégrité des agents, des œuvres et des lieux (balles de tennis sur les pieds de micro, hauteur des perches, etc.)

#### **4.5 Gestion de projets et contrôle qualité**



Pour chaque projet, l'EPMO-VGE suivra le procédé global suivant, une fois le marché subséquent notifié :

- Réunion de lancement en présentiel ou en visioconférence selon le choix de l'EPMO-VGE ;
- Le titulaire gère les différentes étapes de réalisation du programme sonore ou du podcast dans le respect du calendrier de travail validé avec les équipes de l'EPMO-VGE ;
- Processus et étapes de validation avec l'EPMO-VGE, cf déroulé spécifique ci-dessous ;
- A compter de la validation définitive par l'EPMO-VGE, le titulaire soumet un prêt à diffuser (PAD) pour validation.

L'EPMO-VGE attend du titulaire le respect des **4 phases de validation (A, B, C, D)** suivantes basées sur des livrables spécifiques, à prévoir pour chaque programme sonore ou podcast :

**Pour les validations de formats audiovisuels, numériques et sonores, le titulaire devra proposer une plateforme d'écoute sécurisée (inaccessible en public) et un outil permettant d'ajouter des commentaires directement sur une version transcrite du projet (type Hapy Scribe).**

#### **A. Validation de la phase de conception éditoriale**

**Livrables :** Une note d'intention (ton, dynamique, rythme, découpage, etc), une proposition de direction artistique et un script correspondant au brief fourni par l'EPMO-VGE. Cette proposition éditoriale doit correspondre à la durée approximative finale du programme.

Elle doit aussi inclure :

- Les ressources d'archives qui seront utilisées le cas échéant ;
- Les orientations narratives et éditoriales développées ;
- La proposition d'habillage sonore (jingles, musique et sound design, crédits) en accord avec les orientations sonores des productions de l'EPMO-VGE.

#### **B. Validation éditoriale du script**

**Livrables :**

- Une proposition de script à l'écrit réalisée à partir des transcriptions d'entrevues et prises de son, mentionnant sous forme de didascalies les éléments de design sonore. Ou une proposition de script à l'écrit réalisé à partir du brief et des recherches réalisées par l'auteur dans le cas d'une création.
- Validation éditoriale et graphique du script après échanges avec l'EPMO-VGE

NB : cette phase de validation intégrant plusieurs instances, l'EPMO-VGE aura besoin d'une semaine minimum pour faire ses retours. Il est conseillé au titulaire de prévoir une semaine supplémentaire au planning pour les ajustements suite à cette livraison.

#### **C. Validation éditoriale du premier montage**

**Livrables :**

- Montage avec habillage sonore (et graphique le cas échéant pour une version à diffuser sur une plateforme vidéo) ;
- Validation du premier montage après échanges avec l'EPMO-VGE.

#### **D. Validation éditoriale et graphique définitive du programme ou du podcast après échanges avec l'EPMO-VGE**

- Livraison des formats et versions finales avec transcription (à des fins d'accessibilité - la transcription devra respecter les normes du RGAA et les recommandations EPMO - cf annexe accessibilité)
- La réalisation et livraison des images de communication du programme (miniature Youtube, cover, animation d'une vignette pour une ou des stories instagram, etc) en accord avec la charte graphique de l'EPMO-VGE. A titre d'exemple : EX vignette Acast / Soundcloud Youtube : cover (1280 x 720), Instagram : cover reels (1080 x 1920) avec des informations lisibles en format portrait (1080 x 1350).
- La production et la livraison d'un reel ou d'une story sur ce modèle : <https://www.instagram.com/museeorsay/reel/DLc8pX0yKQT/>  
Les informations devront être centrées pour s'adapter aux différents formats et proposer un message clair aux différents publics.
- Réalisation le jour du tournage le cas échéant d'une série de photographies (5 à 6 clichés respectant le brief initial) adaptables aux formats portrait et paysage. Ces clichés seront également destinés à la page article web et création d'une cover (pour Youtube et Instagram) le cas échéant.

### **Contrôle qualité**

L'EPMO-VGE sera particulièrement attentif au contrôle qualité des productions. Il est attendu par l'EPMO-VGE qu'à chaque étape du processus de production, les éléments soumis par le titulaire soit d'une qualité acceptable. A titre d'exemple :

- Cohérence du script proposé en lien avec le brief initial et la note d'intention
- Qualité des sons et voix enregistrées tant sur un plan technique qu'esthétique
- Cohérence et qualité des habillages sonores proposés en lien avec le brief initial

## **4.6 Livrables : formats et versions attendues**

Chaque commande précisera les formats et versions attendues.

Il est néanmoins attendu à priori que l'encodage de toutes les productions sonores réalisées et livrées, que ce soit les versions intermédiaires, les versions finales ou les rushs, devra être au format .wav ou .mp3.

Des versions supplémentaires pourront être demandés :

- Adaptation du podcast en version courte pour les réseaux sociaux
- Découpage d'un teaser pour les réseaux sociaux

### **Politique d'archivage**

Le titulaire livrera le master de la vidéo finie mais également sur un disque dur dont il aura la charge et qu'il prêtera à l'EPMO-VGE.

Il est demandé au titulaire de conserver de son côté l'intégralité du projet (rush, sources, fichiers de travail, livrables, etc) sur une durée minimale de 1 an à compter de la livraison finale. Durant cette période et le cas échéant, l'EPMO-VGE sera susceptible de demander les éléments suivants :

- l'ensemble des documents produits pendant la phase d'écriture, de conception, de développement et de préproduction dont : note d'intention, synopsis, scénario, dossier de

demande de financement, calendrier de production, budget, tableau de suivi des recherches sonores comportant les noms, adresses, mails et téléphones des ayants droits ainsi que les coûts, durées et couvertures géographiques pour chaque droit négocié, scripts et conducteurs, sans que cette liste soit exhaustive.

- l'ensemble des sources utilisées pour la production du programme au format numérique, c'est-à-dire tous les éléments entrant dans la conception du programme nécessaires à la reconstitution ultérieure du master ou à la modification du programme. Notamment, le titulaire remettra les fichiers sources de montages ainsi que tous les médias liés au projet (fichiers audio, photo et/ou vectoriels) ;
- l'intégralité des rushs de tournage dans leur format d'origine non compressé ;
- les différents fichiers à diffuser tels qu'ils auront été spécifiés dans l'expression du besoin ;
- les fichiers textes repérés de transcription en français.

#### **4.7 Besoins récurrents à titre indicatif du Lot n°2**

Voici à titre d'exemple les besoins récurrents de l'EPMO-VGE. Par ailleurs, de nouveaux formats éditoriaux pour différents usages et/ou publics pourront faire l'objet de commandes grâce au présent accord-cadre.

À titre d'exemple, besoins récurrents pour des projets divers, autour des expositions mais aussi de regards artistiques ou scientifiques, d'éducation artistique et culturelle (EAC) ou encore d'engagements sociétaux :

- **Voix d'O : Entretien avec les commissaires des expositions (utilisées dans le Lot 1)**

- > Entretien enregistré en studio
- > Intervieweuse appartenant aux équipes de l'EPMO-VGE
- > Montage et habillage sonore
- > Une approche éditoriale forte, qui implique la sélection et le montage de manière cohérente et captivante de 30 minutes sur les 90 environ enregistrées.
- > Accompagnement de l'enregistrement en studio afin de garantir une qualité optimale
- > Nettoyage rigoureux des bruits parasites
- > Environ 30 min

Exemple : [Entretien commissaires de l'exposition Dans le flou au musée de l'Orangerie](#)

- **Voix d'O : Captation de la conférence inaugurale**

- > Captation in situ de la conférence par l'EPMO-VGE / fichier fourni au titulaire
- > Montage et habillage sonore
- > Nettoyage rigoureux des bruits parasites
- > Environ 1 heure

Exemple : [Conférence inaugurale de l'exposition L'art est dans la rue au musée d'Orsay](#)

- **Orsay vu par le Collège de France**

- > Enregistrement d'un dialogue en studio

- > Montage et habillage sonore
- > Une approche éditoriale forte, qui implique la sélection et le montage de manière cohérente et captivante de 30 minutes sur les 90 environ enregistrées.
- > Accompagnement de l'enregistrement en studio afin de garantir une qualité optimale
- > Nettoyage rigoureux des bruits parasites

Exemple : [Antoine Compagnon et Isolde Pludermacher échantent autour du grand pastel de Degars représentant Ludovic Halévy et Albert Boulanger-Cavé](#)

Exemple : <https://www.musee-orsay.fr/fr/magazine/2025-04-04/albertine-christian-krohg-romancier-engage-pour-la-defense-des-jeunes-femmes-prostituees>

#### - Série de podcasts pour les enfants

- > Projet pédagogique
- > Création originale de l'EPMO-VGE
- > Travail d'écriture important
- > Épisodes de 3 à 4 min environ
- > Deux saisons disponibles

Exemple : [Bleu comme une orange](#)

## 5. Gouvernance

Le présent-accord cadre sera piloté au sein de la Direction du numérique de l'EPMO-VGE par le service du développement numérique.

Selon les projets, les équipes du service numérique assurera notamment la liaison entre le titulaire et l'ensemble des équipes de l'EPMO-VGE sollicitées pour chaque production mais aussi l'encadrement des tournages et opérations sur place ou encore les tests sur place pour les dispositifs numériques in situ.

La tenue des réunions se déroulera en présentiel ou en visioconférence selon le choix de l'EPMO-VGE. L'équipe déléguée et/ou la Responsable des productions multimédia de l'EPMO-VGE pourront conjointement ou séparément solliciter toute réunion nécessaire à la bonne mise en œuvre de chaque production.

## 6. Engagements responsables et durables

En lien avec ses missions de service public mais aussi les obligations légales dans certains domaines comme l'accessibilité numérique RGAA, l'EPMO-VGE attache une grande importance à ses engagements responsables et durables ainsi qu'à ceux de ses prestataires et partenaires et ce dans tous les domaines traités.

L'EPMO-VGE est particulièrement attentif aux enjeux d'accessibilité, de durabilité environnementale et de responsabilité sociale. Les candidats devront, selon leur échelle de structure, démontrer leurs engagements sur ces différents domaines.

### 6.1 L'accessibilité

Selon les principes suivants qui seront à adapter en fonction du livrable (audiovisuel, sonore, numérique) :

**Accessibilité visuelle :**

- **Contraste élevé** : Utiliser des couleurs avec un contraste suffisant pour faciliter la lecture pour les personnes malvoyantes.
- **Taille de police** : Proposer une taille de police minimum

**Accessibilité auditive :**

- **Sous-titres et transcriptions** : Fournir des sous-titres pour les vidéos et des transcriptions pour les contenus audio.
- **Descriptions audio** : Ajouter des descriptions audio pour les images et les graphiques afin que les personnes malvoyantes puissent comprendre le contenu visuel.

**Accessibilité numérique :**

- **Interfaces adaptées** : répondre aux impératifs RGAA pour les dispositifs numériques (voir annexe accessibilité)
- **Compatibilité avec les technologies d'assistance** : S'assurer que les contenus sont compatibles avec les technologies d'assistance comme les lecteurs d'écran, les logiciels de reconnaissance vocale et les loupes d'écran.

**Accessibilité cognitive :**

- **Langage clair et simple** : Utiliser un langage clair et simple pour faciliter la compréhension.
- **Structuration du contenu** : Organiser le contenu de manière logique et cohérente, avec des titres et des sous-titres clairs le cas échéant
- **Aides à la navigation** : Fournir des aides à la navigation comme des plans de site, des fil d'Ariane et des menus clairs pour les dispositifs numériques

**Accessibilité multilingue :**

- **Traduction** : Proposer des contenus dans plusieurs langues pour répondre aux besoins d'un public diversifié.

Voir annexe accessibilité

Maîtrise du RGAA nécessaire

## 6.2 L'écoproduction

Selon les principes suivants à adapter en fonction de chaque structure et projet :

**Planification et Préproduction :**

- **Choix des lieux de tournage** : Privilégier des lieux de tournage locaux pour réduire les émissions de CO2 liées aux déplacements et limiter les impacts environnementaux si le tournage a lieu en milieu naturel.
- **Optimisation des ressources** : Planifier efficacement l'utilisation des ressources (matériel, personnel, etc.) pour éviter le gaspillage.

**Transport et Logistique :**

- **Transports bas-carbone** : Utiliser des véhicules électriques ou hybrides, et encourager le covoiturage, les mobilités douces et les transports en commun.
- **Mutualisation des transports** : optimiser les transports de matériel et de personnes pour limiter le nombre de véhicules mobilisés
- **Logistique locale** : Travailler avec des fournisseurs locaux pour réduire les distances de transport et soutenir l'économie locale.

**Énergie et Électricité :**

- **Sobriété énergétique** : favoriser des équipements et des accessoires basse consommation
- **Batteries rechargeables** : Privilégier les batteries rechargeables pour les équipements électroniques.

#### **Matériel et Équipements :**

- **Choix du format de tournage** : adapter le format de tournage au format de livraison pour limiter la taille des fichiers à échanger, manipuler, traiter et stocker ; définir la résolution adaptée au projet
- **Location et réutilisation** : Louer ou réutiliser du matériel plutôt que d'acheter du neuf.
- **Matériel éco-conçu** : Choisir des équipements conçus pour être éco-responsables (faible consommation d'énergie, matériaux recyclables, etc.).
- **Entretien et réparation** : Maintenir et réparer le matériel pour prolonger sa durée de vie.

#### **Gestion des Déchets :**

- **Réduction des déchets** : Minimiser la production de déchets en utilisant des matériaux réutilisables et en évitant les produits jetables.
- **Tri et recyclage** : Mettre en place des systèmes de tri et de recyclage sur les lieux de tournage..

#### **Alimentation :**

- **Privilégier un catering local et responsable pour les équipes** : produits de saison issus de l'agriculture biologique, circuits-courts, limiter la viande et le poisson et notamment la viande rouge
- **Lutter contre le gaspillage alimentaire** : adapter les échelles et prévoir le don des produits et plats non consommés

#### **Sensibilisation et Formation :**

- **Formation du personnel** : Former le personnel aux pratiques d'écoproduction et aux bonnes pratiques environnementales.
- **Sensibilisation des acteurs** : Sensibiliser les acteurs et l'équipe de production à l'importance de l'écoproduction.
- **Communication responsable** : Communiquer de manière responsable sur les pratiques d'écoproduction et les résultats obtenus.

#### **Certifications et Labels :**

- **Certifications environnementales** : Obtenir des certifications environnementales pour valider les efforts d'écoproduction quand cela est possible (ex : Label Ecoprod)
- **Labels écologiques** : Utiliser des labels écologiques pour les produits et services utilisés lors de la production quand c'est possible

L'EPMO-VGE recommande les ressources suivantes :

- Guides Ecoprod : <https://ecoprod.com/ressources-ecoprod/?format=guides-et-fiches-pratiques>
- Guide ADEME : <https://communication-responsable.ademe.fr/audiovisuel-responsable>

## **6.3 Le numérique responsable**

Selon les principes suivants à adapter en fonction de chaque structure et projet :

#### **Éco-conception des services numériques :**

- **Optimisation des ressources** : Concevoir des services numériques qui consomment moins de ressources (énergie, mémoire, bande passante).

- **Simplicité et efficacité** : Privilégier des interfaces simples et efficaces pour réduire la charge des serveurs et des appareils utilisateurs.
- **Accessibilité** : S'assurer que les services numériques sont accessibles à tous, y compris aux personnes en situation de handicap. (Cf ci-dessus la mention sur l'accessibilité numérique en 5.1)

#### **Hébergement et Infrastructure le cas échéant :**

- **Hébergement vert** : Utiliser des centres de données alimentés par des énergies renouvelables.
- **Optimisation des serveurs** : Virtualiser les serveurs et utiliser des technologies de refroidissement efficaces pour réduire la consommation d'énergie.
- **Localisation des données** : Stocker les données dans des centres de données proches des utilisateurs pour réduire la latence et la consommation d'énergie liée au transport des données.

#### **Consommation Énergétique :**

- **Efficacité énergétique** : Utiliser des logiciels éco-énergétiques.
- **Gestion de l'énergie** : Mettre en place des politiques de gestion de l'énergie pour réduire la consommation des appareils en mode veille.
- **Sensibilisation des utilisateurs** : Sensibiliser les utilisateurs à l'importance de réduire leur consommation d'énergie.

#### **Gestion des Données :**

- **Stockage des données** : Optimiser le stockage des données en supprimant les données inutiles et en utilisant des formats de compression efficaces.
- **Protection des données** : Protéger les données personnelles et respecter les réglementations sur la protection des données et notamment les normes RGPD
- **Transparence** : Être transparent sur l'utilisation des données et obtenir le consentement des utilisateurs.

#### **Accessibilité et Inclusion :**

- **Accessibilité numérique** : Rendre les services numériques accessibles à tous, y compris aux personnes en situation de handicap (Cf ci-dessus la mention sur l'accessibilité numérique en 5.1)

Maîtrise du RGPD, RGAA, RGSN, méthodologie de sobriété éditoriale.

## **6.4 Engagements de Responsabilité sociétale (RSE) du titulaire**

Le titulaire devra faire état et poursuivre ses engagements RSE même à une petite échelle pour sa société et la production des projets. Pour rappel les engagements RSE concernent divers domaines tels que :

- L'environnement : réduction des émissions de gaz à effets de serre, gestion des déchets, etc
- Le social : diversité et inclusion, égalité des chances, santé et sécurité au travail
- La gouvernance : transparence et reporting, conformité réglementaire, gestion des risques, etc

## **7. ANNEXES :**

- Annexe 1 - Accessibilité
- Annexe 2 - Exemple de transcription