

MARCHE PUBLIC DE FOURNITURES COURANTES ET DE SERVICES

**CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIÈRES
(CCTP)**

POUVOIR ADJUDICATEUR

Musée national de la Marine
17, place du Trocadéro
75116 PARIS

OBJET

Prestations d'accueil, de vente et de gestion du centre de contact pour le musée national de la Marine à Paris

NUMÉRO DE L'ACCORD-CADRE

25MMARK15

PROCÉDURE

Appel d'offres ouvert en application des articles L. 2124-1, R. 2124-2 1° et R. 2161-2 à R.2161-5 du code de la commande publique

1	Le contexte.....	3
1.1	Présentation du musée national de la Marine.....	3
1.2	Objet de l'accord-cadre.....	4
1.3	Périmètre de l'accord-cadre.....	4
2	Le projet d'externalisation de l'accueil et des ventes sur site et par téléphone.....	5
2.1	L'équipe projet.....	5
2.2	Le planning du projet.....	5
2.2.1	Planning de déploiement.....	5
2.3	Le contexte du projet.....	5
3	Description détaillée des prestations attendues.....	7
3.1	Prestations attendues pour l'accueil et la vente sur site.....	7
3.1.1	Périmètre global.....	7
3.1.2	Positionnement des agents.....	12
3.1.3	Qualité de service attendue du titulaire.....	13
3.1.4	Dimensionnement de la prestation.....	14
3.2	Prestations attendues pour le centre de contact.....	15
3.2.1	Périmètre global.....	15
3.2.2	Prestations en part à commande.....	17
3.2.3	Qualité de service attendue du titulaire.....	17
3.2.4	Dimensionnement de la prestation.....	18
3.3	Equipement matériel.....	19
3.3.1	Mise à disposition des lieux.....	20
3.3.2	Les outils utilisés par le musée national de la Marine.....	21
4	Encadrement et engagements.....	22
4.1	Pilotage du projet.....	22
4.2	Recrutement des personnels.....	23
4.2.1	Pour le centre de contact.....	23
4.2.2	Pour l'accueil et la vente sur site.....	24
4.3	Formation.....	25
4.3.1	Pour le centre de contact.....	25
4.3.2	Pour l'accueil et la vente sur site.....	26
4.4	Comitologie et livrables.....	28
4.5	Contrôle Qualité.....	29
4.5.1	Actions à la charge du titulaire.....	29
4.5.2	Actions complémentaires menées par le musée.....	29
4.6	Livrables.....	30
4.7	Engagements.....	30
4.7.1	Engagement du titulaire.....	30
4.7.2	Engagement du musée national de la Marine envers le titulaire.....	31
5	Autres documents et annexes.....	32

1 Le contexte

1.1 Présentation du musée national de la Marine

Le musée national de la Marine est un établissement public administratif placé sous la tutelle du ministère des Armées. Il se compose de six sites ouverts au public et d'un centre de conservation et de ressources.

L'établissement est à la fois un musée d'art et d'histoire, de sciences et de techniques, d'aventures humaines et de traditions populaires. Il est la vitrine et le conservatoire patrimonial de toutes les marines : Marine royale, impériale et nationale, marine de plaisance, de commerce, de pêche, scientifique, etc. Acteur clé du patrimoine culturel maritime, le musée national de la Marine a vocation à préserver ce bien commun de l'humanité en partageant ses trésors au plus grand nombre.

Son implantation sur six sites lui permet d'entretenir des liens forts avec les cultures maritimes locales et de promouvoir une politique active d'expositions.

PARIS : LA MER EN CAPITALE

Le musée national de la Marine à Paris possède l'une des plus belles et plus anciennes collections au monde qui retrace 300 ans d'histoires maritimes et navales françaises. Ayant rouvert ses portes en 2023 après un ambitieux projet de transformation, il raconte des histoires de marine, de mer et de marins, s'ouvrant aux grands enjeux maritimes du XXI^e siècle. La nouvelle muséographie place l'expérience du visiteur au cœur de sa conception, l'idée étant qu'il puisse comprendre, s'amuser et se détendre lors de son voyage au sein du musée. Le musée s'articule autour de plusieurs galeries qui ont été imaginées pour répondre aux attentes des différents publics :

- Un espace « Repères » en début de parcours et situé hors douane qui offre des clés de compréhension sur les enjeux maritimes ;
- Trois « Traversées » sur les thèmes emblématiques de notre histoire et de notre futur ;
- Quatre « escales » qui mettent en valeur les trésors de la collection ;
- Un espace d'expositions temporaires sur des sujets d'envergure, en lien avec l'actualité maritime ;
- Des espaces complémentaires pour favoriser la rencontre et l'échange : auditorium de 200 places, espaces de travail, centre de ressources, boutique, restaurant et espace d'actualités.

BREST : UN CHATEAU AUX DIX-SEPT SIECLES D'HISTOIRE

Les collections du musée retracent l'histoire de la marine et attestent des liens étroits avec la ville. La visite du château permet également de découvrir les magnifiques vues sur la rade, la Penfeld, la ville et ses ports.

ROCHEFORT : L'AVENTURE MARITIME A TRAVERS DEUX MUSEES

A Rochefort, le musée est implanté dans deux sites : l'Hôtel de Cheusses, qui retrace l'aventure historique de l'arsenal de Rochefort et l'Ancienne Ecole de Médecine Navale, qui se visite encore telle qu'elle était au milieu du XIX^e siècle.

PORT-LOUIS : UN MUSEE AU CŒUR DE LA CITADELLE

Située à l'entrée de la rade de Lorient, la citadelle de Port-Louis fût édifée en 1618. Le parcours muséographique s'articule autour de deux espaces thématiques : l'un traitant de l'histoire du sauvetage en mer et l'autre des navires naufragés de la route des Indes.

TOULON : LE PORT DU LEVANT

Le musée retrace la manière dont Toulon est devenu progressivement le plus grand port de guerre de la Méditerranée. Maquettes monumentales, plans-reliefs, peintures et instruments scientifiques racontent la création de son arsenal et le destin exceptionnel du port militaire depuis plus de 350 ans.

DUGNY : UN CENTRE DE CONSERVATION ET DE RESSOURCES A LA POINTE DES DERNIERES TECHNIQUES

Le centre de conservation et de ressources du musée national de la Marine en Seine-Saint-Denis accueille les collections en réserve, la bibliothèque, la documentation, la photothèque et les ateliers de restauration du musée.

1.2 Objet de l'accord-cadre

Le musée national de la Marine souhaite confier à un prestataire les missions d'accueil, de vente et d'information au public pour son site de Paris.

Ces missions se divisent en deux grands pôles :

- L'accueil : accueil et vente in situ pour l'ensemble des visiteurs ;
- Le centre de contact : information et vente par téléphone et par email depuis les locaux du musée national de la Marine.

Le titulaire devra également assurer les prestations associées à ces missions d'accueil et d'information, telles que l'encadrement, la perception des recettes, l'animation et l'évaluation du dispositif, la formation initiale et continue des agents.

Dans le cadre de ses missions, le titulaire de l'accord-cadre devra être le garant de la qualité de l'expérience de visite et de la satisfaction des visiteurs. Il devra aussi se conformer à l'image de marque du musée.

1.3 Périmètre de l'accord-cadre

Le présent CCTP décrit les services et les conditions relatives à la fourniture, la mise en production, l'exploitation et le traitement de ces services. Il établit les postes, les horaires de service, l'organisation des postes au cours d'une journée d'exploitation.

Des adaptations pourront être proposées par le titulaire pour optimiser la qualité de service et / ou ajuster les effectifs au plus près des exigences de service constatées sur le terrain.

Les effectifs minimums indiqués dans le présent document devront cependant être respectés, sans dérogation, sauf acceptation du pouvoir adjudicateur.

Le titulaire devra organiser ses équipes pour assurer la réalisation des prestations sur l'ensemble de la plage horaire tout en respectant les obligations légales prévues par le Code du Travail. Il devra ainsi prévoir dans son planning les temps de préparation, de pause, de déplacement et de formation de ses agents.

Afin d'assurer une qualité de service optimale, le titulaire doit mettre en place une équipe d'agents affectés de façon permanente au site. Le personnel qui interviendrait en renfort, en remplacement ou lors d'événements ponctuels, doit également être affecté régulièrement au site et faire partie de l'équipe.

La réussite de ces missions est conditionnée par un pilotage et une coordination exemplaire de ses personnels par le titulaire.

Il doit échanger et travailler en étroite collaboration avec le chef du service Expérience Visiteur du musée national de la Marine. Il doit également nommer un chef d'équipe référent sur site, ainsi qu'un chargé d'exploitation.

Il est attendu du titulaire de l'accord-cadre une obligation de résultats en termes de qualité de service, sur la base des exigences décrites dans le présent CCTP. Les missions d'encaissement qu'il devra assurer en qualité de mandataire requièrent en outre une probité sans faille.

2 Le projet d'externalisation de l'accueil et des ventes sur site et par téléphone

2.1 L'équipe projet

Ce projet est porté par le département Marketing et Publics du musée national de la Marine. Au sein de ce département, il est géré par le service Expérience Visiteur et plus particulièrement par :

- Le chef du service Expérience Visiteur ;
- Le responsable de l'accueil et de la billetterie du site parisien.

2.2 Le planning du projet

2.2.1 Planning de déploiement

Le marché en cours prendra fin le 28 février 2026. Les équipes devront donc être en place et opérationnelles dès le 1^{er} mars 2026.

Avant cette date, le titulaire assurera la reprise du personnel du précédent prestataire sur les différents postes décrits dans le présent CCTP.

- ➔ Dans sa réponse, le candidat proposera un planning de projet prenant notamment en compte les réunions de cadrage à organiser avant le démarrage des prestations.

2.3 Le contexte du projet

2.3.1.1 Chiffres clés 2024

- 380 624 visiteurs à Paris sur l'année 2024
 - 87% d'individuels et 13% de groupes
 - 79% d'adultes et 21% d'enfants
 - 57% de payants et 43% de gratuits
 - 95% de Français et 5% d'étrangers
- 146 194 visiteurs pour l'exposition *En solitaire autour du monde* du 16 octobre 2024 au 1^{er} mars 2025
- 905 adhésions souscrites
- 718 groupes scolaires accueillis

2.3.1.2 Les objectifs du musée national de la Marine

La stratégie Marketing du musée national de la Marine repose sur une stratégie de Capital Client basée sur un modèle de fidélisation, pour répondre aux enjeux du musée en termes de fréquentation (cible : 600 000 visiteurs annuels sur l'ensemble du réseau) et de ressources propres (cible : 4M€ en chiffre d'affaires en billetterie, boutique et activités commerciales).

Les objectifs du musée national de la Marine de Paris sont multiples :

- Objectif de fréquentation :

Le musée s'est fixé un objectif de fréquentation de 300 000 visiteurs par an. La fréquentation est principalement liée à l'organisation d'expositions d'envergure.

- Objectif économique :

Sous l'impulsion de sa tutelle, le ministère des Armées, le musée doit augmenter sensiblement ses ressources propres afin de mieux couvrir ses coûts de fonctionnement. Pour atteindre cet objectif, le musée s'est doté de nouveaux services et espaces commerciaux : un auditorium et un espace

d'actualités gérés en propre ; une librairie-boutique et un restaurant en concessions ; des salles de séminaires en AOT.

- Objectif de transformation des pratiques :

Le musée ambitionne de vendre 70% de sa billetterie en ligne.

- Objectif d'image :

Grâce à l'ambitieux travail architectural et muséographique réalisé, le musée national de la Marine s'est repositionné comme l'un des grands musées parisiens. Le titulaire du présent accord-cadre sera la vitrine du musée national de la Marine devant ses publics. Ses personnels devront donc porter les valeurs du musée et véhiculer son image de marque.

- Objectif de développement des publics :

Le musée national de la Marine a pour objectif prioritaire la fidélisation de son public. Le développement des différentes formules d'adhésion est crucial afin de transformer une simple visite en une expérience durable et pour augmenter la fréquentation des familles en leur proposant des offres spécifiques et des tarifs avantageux. Le musée s'est fixé un objectif de recrutement de 4200 adhérents.

2.3.1.3 La politique des publics

La politique des publics du musée national de la Marine vise à :

- Amener les publics à appréhender les enjeux maritimes du XXI^e siècle et transmettre l'histoire maritime par une expérience sensible qui suscite l'émotion, invite à l'évasion et ouvre sur l'aventure maritime et les gens de Mer ;
- Accueillir tous les publics tels qu'ils sont par une approche innovante reposant sur les profils de motivation et la recherche utilisateur, et assurer une meilleure accessibilité à tous ;
- Développer les publics familles et jeunes adultes (18-35 ans), notamment par un programme d'adhésion riche fédérant les publics autour du musée à Paris et dans les musées des ports.

2.3.1.4 La charte d'accueil

Le musée national de la Marine attend de ses partenaires qu'ils respectent sa charte d'accueil. Celle-ci régit les comportements de tous les prestataires et partenaires du musée qui sont en contact avec ses publics.

Dans le cadre du présent accord-cadre, le titulaire devra s'assurer de respecter et faire respecter les règles comportementales suivantes :

- Application des règles de l'art de l'accueil et de l'accueil téléphonique :
 - Saluer l'interlocuteur ;
 - Être à l'écoute de sa demande ;
 - Répondre avec précision à ses questions ;
 - S'assurer du traitement ou du suivi de sa demande ;
 - Véhiculer une image positive du musée.
- Respect de l'interlocuteur :
 - Être en toute circonstance poli, calme, bienveillant et professionnel ;
 - N'exercer aucune pratique discriminatoire.
- Diffusion des informations :
 - Être en mesure de renseigner les interlocuteurs sur les informations pratiques du musée ;
 - Faire la promotion de l'offre culturelle du musée ;
 - Savoir décrire les lieux et collections de chaque site.
- Obligation de discrétion :
 - Ne pas diffuser de données confidentielles sur les visiteurs ou les personnels du musée.

- Attitude écoresponsable :
 - Être respectueux des matériels ;
 - Être attentif à la préservation des ressources naturelles.

2.3.1.5 L'offre culturelle

L'offre culturelle du musée à destination des publics individuels et groupes est constituée de :

- Une offre à destination du public individuel :
 - Visites : visites libres ou guidées, visites contées ou théâtralisées, les visites-jeux ;
 - Ateliers : visites-ateliers et anniversaires ;
 - Activités événementielles : visites flash, rencontres exceptionnelles et ateliers en continu ;
- Une offre culturelle à destination du public groupes :
 - Pour les groupes d'adultes : visites libres ou guidées ;
 - Pour les groupes scolaires : visites libres ou guidées, ateliers ;
- Des formations à destination des enseignants, relais du champ social et relais du handicap.

Mais aussi de :

- Deux grandes expositions temporaires par an.
- Un programme d'adhésion, à travers une carte solo, duo, ou famille ;
- Une programmation événementielle à l'auditorium : cycles de conférences, concerts, cinéma ;
- Des créneaux de visites en scénographie adoucie pour favoriser l'accessibilité des publics souffrant de handicap (proposés les mercredis matin pour les groupes et dimanches matin pour les individuels).

3 Description détaillée des prestations attendues

Pour atteindre les objectifs du musée, notamment en termes d'image, le titulaire devra faire preuve d'excellence opérationnelle ainsi que d'une compréhension profonde des pratiques et spécificités du domaine muséal en général et de la relation avec les visiteurs d'un musée en particulier. Une expérience dans le domaine culturel et dans la billetterie de lieux de visite est exigée.

3.1 Prestations attendues pour l'accueil et la vente sur site

3.1.1 Périmètre global

3.1.1.1 Le rôle des agents d'accueil et de vente

3.1.1.1.1 Accueil des publics individuels

- Orienter et informer les visiteurs ;
- Être attentif à l'ensemble des publics et accueillir en conséquence les publics spécifiques ;
- Énoncer les règles de visite (interdiction d'objets volumineux, d'aliments et boissons dans les espaces de visite...) ;
- Gérer et optimiser les files d'attente ;
- Aider les visiteurs à acheter leur billet depuis leur téléphone mobile ;
- Proposer les outils et matériels d'aide à la visite en devançant les souhaits des visiteurs (ex. sac sensoriel pour les publics en situation de handicap mental) ;
- Promouvoir activement les offres et services proposés par le musée et notamment le restaurant ;
- S'assurer de la restitution des outils d'aide à la visite ;

- Maintenir ces outils dans un bon état de fonctionnement ;
- Aider les visiteurs à la prise en main de ces outils ;
- Devancer les besoins des visiteurs en proposant du matériel de confort de visite (porte-bébés, fauteuils roulants, sièges pliants) ;
- Maintenir en ordre les banques d'accueil et autres points d'information ;
- S'assurer du réapprovisionnement en documentation des différents points d'information ;
- Signaler tout dysfonctionnement des dispositifs du musée et surveiller leur utilisation ;
- Gérer les vestiaires de l'auditorium et distribuer les contremarques lors du dépôt d'un vêtement ;
- Gérer les casiers autonomes des groupes et des individuels : vérifier les oublis éventuels, débloquer un casier, aider au paramétrage du code ;
- Centraliser les objets trouvés et les enregistrer selon la procédure interne du musée ;
- Se coordonner avec le PC Sécurité pour la diffusion des annonces et la gestion des flux ;
- S'assurer du contentement des visiteurs, noter et gérer les plaintes si tel est le cas, en rassurant le visiteur et en faisant en sorte que celui-ci reparte tout de même avec un sentiment de satisfaction, et une promesse de réponse sous peu si le problème n'a pas pu être résolu sur site ;
- En cas d'urgence, et notamment d'opération d'évacuation, appliquer les procédures et participer au rassemblement des publics avec les agents de sécurité ;
- En cas de crise, mettre en œuvre les dispositions spécifiques prises par le gouvernement.

3.1.1.1.2 Accueil des publics groupes

- Accueillir et orienter les groupes ;
- Vérifier la composition du groupe et s'assurer du respect des règles de visites pour les groupes (limite max, nombre d'accompagnateurs, coordonnées téléphoniques indispensables en cas de problème pendant la visite) ;
- Préparer, ranger, nettoyer et remettre le matériel de visite aux groupes (audiophones, ressources pédagogiques...) ;
- Expliquer l'usage des audiophones aux groupes ;
- Faire le lien entre le guide-conférencier ou le médiateur du musée et le groupe ;
- Rappeler les points clés du bâtiment (collections permanentes / expositions, vestiaires, toilettes, restauration, boutique).

3.1.1.1.3 Vente des billets

- Vendre et éditer tous les billets d'entrées, activités, programmation événementielle ou autre événement commercialisé par le musée national de la Marine ;
- Vendre les produits d'adhésion et les services annexes à la visite ;
- Compter la recette et le fonds de caisse ;
- Remettre la caisse et son bordereau de clôture dans le coffre du régisseur/chef d'équipe ;
- Gérer et entretenir les outils et matériels de vente et d'impression (poste de billetterie, imprimantes à billet/carte/facturette, tiroir-caisse, TPE...) ;
- Remonter les dysfonctionnements constatés (problèmes matériels ou réseau) au superviseur des ventes ;
- Informer et conseiller les visiteurs sur les offres et les services proposés ;
- Promouvoir la carte d'adhésion et les offres du moment en fonction du profil du visiteur ;
- Imprimer et envoyer les cartes d'adhésion souscrites dans les musées des ports ;
- Recueillir les données de provenance géographique des visiteurs ;
- Proposer l'inscription des visiteurs à la newsletter du musée.

3.1.1.1.4 Gestion des compagnons de visite

- Vérifier le titre d'accès du visiteur ;

- Préparer le compagnon de visite et expliquer son usage au visiteur, l'aider à accéder à l'application ;
- Prendre en compte tout type de spécificité concernant le visiteur (handicap, langue) pour lui fournir un outil le plus adapté possible et lui offrir le confort de visite attendu ;
- Récupérer un titre d'identité en échange du prêt du matériel ;
- Stocker, nettoyer, recharger les dispositifs d'aide à la visite ;
- Signaler les besoins de maintenance des compagnons de visite ou toute autre anomalie interne remontée par un visiteur (erreurs dans le contenu, bug, suggestions d'amélioration).

3.1.1.1.5 Contrôle des billets

- Vérifier la validité des billets d'entrée (PDA pour le contrôle d'accès de l'auditorium, couloirs d'accès pour l'entrée dans les collections/expositions) ;
- Faire les vérifications nécessaires en cas de tarifs réduits ou de gratuités ;
- Aider les visiteurs dans l'utilisation des dispositifs de contrôle fixe automatisés ;
- Veiller au bon fonctionnement, au démarrage et au redémarrage des dispositifs de contrôle fixe (le cas échéant) ;
- Veiller au bon fonctionnement et au chargement des dispositifs de contrôle mobile (le cas échéant) ;
- Orienter les visiteurs pour la poursuite de leur visite et des autres commodités ;
- Animer les files d'attente en proposant des goodies ou parcours-jeux ;
- Fluidifier les entrées ;
- S'assurer que les visiteurs passant le contrôle d'accès n'entrent pas avec des objets encombrants ou qui seraient interdits dans les salles d'expositions.

3.1.1.1.6 Accueil et encadrement des programmations spécifiques

- En cas d'événement particulier à l'auditorium, tenir le vestiaire : réceptionner et ranger les objets personnels des visiteurs, donner une contremarque en échange, rappeler les règles de dépôt dans le vestiaire, assurer la sécurité des objets déposés ;
- Vérifier la validité du billet du visiteur ;
- Tenir la liste des invités et cocher les personnes présentes ;
- Remettre des badges aux invités ;
- Donner toutes les informations utiles sur l'événement ;
- Assurer le placement en salle (non-numéroté) ;
- Aider au bon déroulement des conférences et faire circuler les micros dans le public ;
- Faire la promotion de l'événement auprès des visiteurs, individuellement ou en passant des annonces au micro.

3.1.1.1.7 Comportement du personnel

Les agents viseront l'excellence opérationnelle. Ils devront avoir un comportement courtois tant à l'égard du public que du personnel du musée et des autres prestataires, s'intéresser à l'activité et être en mesure de renseigner sur l'ensemble des offres.

Ils doivent observer les règles propres à l'environnement de l'établissement, en particulier les règles suivantes :

- Interdiction de fumer et manger en dehors des zones expressément autorisées ;
- Interdiction formelle d'introduire et/ou de consommer des stupéfiants ;
- Interdiction formelle d'introduire et/ou de consommer des boissons alcoolisées dans les locaux et d'y pénétrer en état d'ivresse ;
- Interdiction d'introduire des marchandises destinées à la vente ;
- Interdiction de solliciter ou de recevoir un pourboire ;
- Interdiction de recevoir des visites personnelles ;

- Interdiction d'utiliser son téléphone portable pendant le temps de travail.

En cas de mise à disposition d'un agent sans les qualifications requises ou faisant preuve d'un comportement de nature notamment à compromettre la bonne réalisation des prestations, le musée pourra demander de plein droit le remplacement immédiat dudit agent.

Les agents devront respecter les différentes procédures inhérentes à chacun des postes à pourvoir qui seront consignées par écrit dans des cahiers de procédures établis par le musée, avec l'appui du titulaire.

3.1.1.2 Le rôle de chef d'équipe accueil

- Faire respecter les missions énoncées dans le présent CCTP ;
- Créer et faire respecter les plannings d'interventions des équipes ;
- Gérer les retards et absences éventuels, afin de garantir la continuité de service ;
- Assurer la formation initiale et continue des agents ;
- Assurer l'intégration des nouveaux agents ;
- Réaliser l'évaluation continue des agents et s'assurer de leur motivation et de leur bien-être au travail ;
- Gérer les litiges ou les conflits avec les agents ;
- Assurer la communication et la coordination avec les équipes du musée (réunions, remontées d'informations nécessaires...) ;
- Fournir des rapports d'activité aux responsables du musée national de la Marine ;
- Fournir des études qualitatives de la satisfaction des agents et des publics ;
- Proposer si le besoin s'en fait sentir des plans d'amélioration des procédures et des pratiques ;
- Assurer un brief quotidien avant chaque prise de poste, avec un rappel des règles socles, mais également une énonciation de l'offre culturelle du jour, avec éventuellement une remise de documents papiers pour aider à la prise en main de ces informations ;
- Aider les agents de vente et s'assurer du respect des procédures de vente ;
- Assurer les opérations spécifiques comme les annulations de vente, ou la gestion des contingents ;
- Traiter les litiges visiteurs ;
- S'assurer du bon entretien et du bon fonctionnement des espaces de travail avant ouverture au public, mais aussi après ;
- S'assurer de la bonne gestion des flux, et des files d'attentes ;
- Eventuellement renforcer l'équipe de vente en billetterie en cas d'absence d'un agent ;
- Assurer l'accueil et l'orientation des publics dits « VIP » (visites privées à destination des mécènes, ou séminaires d'entreprise) ;
- Collecter les informations utiles au quotidien et les formaliser dans un rendu mensuel afin de rapporter au service Expérience Visiteur, le bon déroulement des missions ;
- Réaliser la ronde matinale dans les espaces publics du musée en coordination avec le chef d'équipe de la sécurité pour s'assurer notamment du bon ordre du musée, du bon fonctionnement des dispositifs et de l'approvisionnement des différents supports ;
- Signaler au service Expérience Visiteur tout dysfonctionnement des outils ou des périphériques, selon les procédures mises en place.
- Contacter la ligne de support d'urgence pour l'outil de billetterie – contrôle d'accès en cas de problème bloquant.

3.1.1.3 Le rôle de régisseur des recettes

- Assurer le rôle du percepteur des recettes pour le compte du musée national de la Marine en ce qui concerne les ventes à distance et sur site ;
- Encaisser les recettes de billetterie, qu'elles soient payées au comptant, par acompte ou par compte d'attente, sur le compte bancaire du titulaire et les reverser au musée en fin de mois.
- Approvisionner et gérer les fonds de caisse des agents de vente ;
- Effectuer le contrôle contradictoire des caisses des agents de vente ;
- Compenser les pertes éventuelles ;
- Superviser la remise au coffre ;
- Superviser la rotation des agents ;
- Générer les états de caisse et de recette selon la procédure définie ;
- Vérifier les stocks de consommables (billets, cartes, rouleaux) et alerter le musée pour le réapprovisionnement ;
- Assurer la remise des fonds en partenariat avec un transporteur.

Ces activités seront régies par une convention de mandat de vente, qui devra être signée entre le titulaire et le mandant. Le modèle de mandat est proposé par le musée en annexe du présent CCTP. L'assurance liée à la fonction de régisseur de recettes devra être souscrite au nom du titulaire et pas au nom du régisseur. Le titulaire est en effet pécuniairement responsable des fonds et valeurs qu'il recueille pour le compte du musée. Il doit assurer un service continu. A cet effet, un régisseur suppléant devra également être désigné.

Ces prestations de vente, qui se dénoueront dans la comptabilité de l'Agent comptable du musée national de la Marine, s'inscrivent dans le cadre des dispositions suivantes :

- Celles de l'arrêté du 24 décembre 2012 portant application des articles 25, 26, 32, 34, 35, 39 et 43 du décret n° 2012-1246 du 7 novembre 2012 relatif à la gestion budgétaire et comptable publique (GBCP), et énumérant les moyens de règlement des dépenses publiques et les moyens d'encaissement des recettes publiques ;
- Celles du décret n°2012-1246 du 7 novembre 2012 relatif à la GBCP, et plus particulièrement l'article 16, qui énonce que « les comptables publics peuvent désigner des mandataires ayant qualité pour agir en leur nom et sous leur responsabilité ».

Le régisseur devra établir un suivi de recettes journalières et mensuelles précis, et signaler toute erreur à l'agence comptable. Il devra rendre un état des caisses, et des recettes, chaque fin de mois. Tous les mois, avec le virement des recettes de billetterie, le régisseur devra transmettre un état des ventes par mode de paiement, jour et heure, à l'agence comptable du musée.

3.1.1.4 Mutualisation des rôles d'encadrement

Les deux fonctions de chef d'équipe et de régisseur peuvent être assurées par un seul et même agent. Dans ce cas, ce poste nécessitera obligatoirement une rotation entre 2 personnes différentes, l'une étant chef d'équipe et régisseur, l'autre étant chef d'équipe et régisseur suppléant.

Le titulaire devra mettre en place un système pérenne de rendez-vous avec une société de transport de fonds afin de déposer les recettes en toute sécurité. Actuellement, le transport de fonds est réalisé tous les 15 jours, le mardi, jour de fermeture du musée. La recette hebdomadaire des caisses s'élève en moyenne à 12 000 € sur une semaine de faible fréquentation et à 23 000 € sur une semaine d'exposition ou de vacances. Ces recettes sont constituées à 85% de paiements par cartes bancaires ; à 10% de paiements en espèces ; à 5% de paiements par chèques vacances, chèques culture et chèques.

Le chef d'équipe/régisseur de recettes dispose d'un bureau pour effectuer ses tâches dites « administratives » (gestion des recettes, plannings, procédures...) au niveau du RDC du musée, derrière les guichets de vente. Ce bureau est sécurisé et permet d'effectuer le comptage des caisses des agents.

3.1.1.5 Prestations en part à commande

Sont inclus dans la part ferme de la prestation les événements programmés à l'auditorium pendant les horaires d'ouverture et/ou ne nécessitant pas l'intervention d'agents supplémentaires en renfort par rapport à l'effectif prévu pour la journée normale d'exploitation.

En dehors de ces événements, le titulaire pourra être sollicité ponctuellement pour assurer l'accueil lors d'événements exceptionnels tels que des vernissages, événements privés ou d'envergure nationale, programmés en dehors des horaires d'ouverture habituels du musée ou nécessitant, par leur nature, l'appel à des agents supplémentaires. Les conditions de ces événements dits exceptionnels seront confirmées au moins une semaine avant le dit événement, par le musée.

Lors de ces événements, il pourra être demandé au titulaire d'assurer des prestations similaires à celles réalisées pour l'accueil d'événements à l'auditorium dans le cadre de la programmation culturelle.

3.1.1.6 Prestations hors périmètre

La prestation n'inclut pas :

- Gestion de la librairie-boutique du musée
La librairie-boutique du musée à Paris est confiée à un concessionnaire qui prend en charge l'ensemble des prestations de gestion de cette boutique, depuis la gestion des stocks et de l'approvisionnement, jusqu'à la réalisation des ventes de produits. Le titulaire doit néanmoins promouvoir et mettre en valeur la boutique auprès des visiteurs du musée.
- Sécurité et Sureté
La Sécurité et la Sureté sont assurées par un prestataire du musée. Le titulaire du présent marché devra se conformer au règlement intérieur et faire appliquer le règlement de visite aux visiteurs du musée. Il devra veiller à la protection des œuvres et du bâtiment et alerter systématiquement le PC Sécurité en cas de problème ou d'incident.
- Médiation culturelle
La médiation culturelle, notamment les visites (visites guidées, visites-ateliers...), est assurée par un prestataire du musée. Le titulaire du présent marché doit néanmoins promouvoir et mettre en valeur le projet culturel, la programmation artistique et culturelle ainsi que les offres de médiation.

Néanmoins, afin d'assurer un service uniforme et de qualité au visiteur durant toute sa visite, une relation saine et cordiale entre les équipes du titulaire et les équipes des autres prestataires du musée est primordiale. Le titulaire mettra en œuvre les moyens nécessaires pour que ses équipes puissent participer une fois par an à des moments de formation en commun.

3.1.2 Positionnement des agents

Les agents sont positionnés dans les différents espaces d'accueil et de vente du musée. Avec les agents de sécurité, ils sont le premier et le dernier point de contact des visiteurs lors de leur parcours dans le musée. Leur rôle est donc clé dans l'expérience de visite, car ils sont les garants d'une première impression positive, qui influencera durablement le visiteur dans la suite de son parcours.

L'espace d'accueil et de vente du musée national de la Marine est situé dans le hall du musée, sis dans l'aile ouest du Palais de Chaillot, accessible par le n°17 de la place du Trocadéro et du 11 Novembre, dans le 16^{ème} arrondissement à Paris. L'accès au musée se fait par le péristyle du Palais de Chaillot,

partagé avec le musée de l'Homme. Les 2 premières travées du péristyle sont réservées aux visiteurs du musée de l'Homme et la 3^{ème} est dédiée aux visiteurs du musée national de la Marine. Le musée est un ERP Y de catégorie 1, dont l'effectif maximum est de 1567 personnes en simultanée, personnels compris. L'espace public total du musée est de 4500 m². Le temps moyen de visite est estimé à 2h.

La déambulation du visiteur s'opèrera de la manière suivante :

- Contrôle Vigipirate assuré par les agents de sécurité sous la travée à l'extérieur du musée.
- Entrée par les portes du musée et accès au hall.
- Dans le hall, le personnel d'accueil prend le relais du personnel de sécurité. Un agent d'accueil volant déambule dans le hall pour orienter les visiteurs munis ou non de billets, pour distribuer les plans de visite, pour indiquer les casiers ou pour assurer le rangement des poussettes ou le prêt de porte-bébé, fauteuils roulants ou sièges pliants. Selon l'affluence, une borne d'accueil mobile peut être déployée dans le hall pour mieux identifier cet agent.
- Les groupes et les visiteurs sans billet accèdent ensuite à la banque d'accueil. En fréquentation normale, deux sont ouverts en simultanée (1 pour les groupes, adhérents et publics prioritaires, 1 pour le grand public).
- En cas de problème, le chef d'équipe est disponible dans le bureau de la régie situé derrière les caisses.
- En sortant du hall, le visiteur accède à l'espace Repères qui donne un premier aperçu du musée et passe sous l'escalier de la mezzanine pour arriver à la douane et entrer dans les collections permanentes et expositions temporaires. Trois couloirs de contrôle d'accès lui permettent de valider de manière autonome son billet. Un agent d'accueil est positionné à proximité du contrôle d'accès pour fluidifier les entrées et intervenir en cas de besoin.
- À l'issue de sa visite, le visiteur sort forcément par la librairie-boutique. Les caisses de la boutique sont tenues par les agents du concessionnaire de la boutique.
- En cas d'événement à l'auditorium, le vestiaire est ouvert pour permettre au public de déposer ses affaires personnelles. Deux agents prennent en charge la gestion du vestiaire. Un autre agent, muni d'un PDA de contrôle d'accès, est posté à l'entrée de l'auditorium pour vérifier la validité des billets.
- Ponctuellement, la présence d'un agent d'accueil dans les collections permanentes peut être nécessaire pour réguler les flux, soit à l'entrée des deux salles d'atelier, soit à l'entrée de l'espace d'exposition temporaire.

Cette présence est à moduler et à répartir en fonction de l'affluence et de l'ouverture des différents espaces. De ce fait, le titulaire devra être en mesure de réaliser in situ tous les ajustements nécessaires à la bonne marche du musée. Les agents devront pouvoir être polyvalents et changer de poste en cours de journée, selon les besoins. À titre d'exemple, ouverture imprévue du vestiaire si tous les casiers pour individuels sont utilisés.

3.1.3 Qualité de service attendue du titulaire

En tant que point de contact principal des publics du musée à Paris, le titulaire s'engage à renforcer continuellement sa qualité d'accueil et de service. Les performances en termes de qualité de l'accueil pourront notamment être mesurées par :

- 90 % des ventes au guichet réalisées en moins de 5 minutes ;
- 300 passages au contrôle d'accès en 1 heure ;
- Un taux de satisfaction des visiteurs supérieur à 90% dans les résultats des enquêtes menées auprès de toutes les catégories de visiteurs ;
- Enfin, le nombre de réclamations devra être inférieur à 5% de la fréquentation mensuelle.

3.1.4 Dimensionnement de la prestation

3.1.4.1 La saisonnalité

Au musée national de la Marine à Paris, la saison se déroule de septembre à août selon le calendrier suivant :

- Exposition d'automne, d'octobre à mars ;
- Exposition de printemps, de mai à août ;
- Inter-expo en avril et septembre.

Une période de forte activité est à prévoir sur les premiers mois des expositions temporaires d'octobre à décembre, puis de mai à juin ; ainsi que pendant les petites vacances scolaires parisiennes. Une activité plus faible est attendue en période de décrochage et sur les mois d'été, en juillet et en août. Néanmoins l'ambition du musée est de limiter les périodes de décrochage et de conserver une activité toute l'année, notamment en présentant des expositions dans les autres espaces du musée (espace d'actualités et espace repères, notamment). L'équipe d'accueil socle est donc identique tout au long de la saison.

Le dimensionnement des effectifs à prévoir est présenté au chapitre 3.1.4.3.

En ce qui concerne la fréquentation, la projection de fréquentation annuelle est de 300 000 visiteurs en année de croisière, soit environ 1000 visiteurs par jour. En période de pic (début d'une exposition temporaire ou vacances scolaires), le musée peut accueillir près de 2000 personnes par jour.

3.1.4.2 Les horaires d'ouverture au public

Le musée est ouvert au grand public tous les jours (sauf le mardi) de 11h à 19h et le jeudi jusqu'à 22h. Les caisses ferment 45 minutes avant la fermeture et l'évacuation du public démarre 30 minutes avant la fermeture.

Le musée est ouvert exclusivement aux groupes tous les jours (sauf le mardi) de 9h30 à 11h. Les groupes peuvent visiter le musée sur les horaires grand public également.

Les périodes d'ouverture sont susceptibles d'évoluer ou d'être modifiées, suivant la programmation du musée et les souhaits de la Direction.

Le musée pourra être ouvert sur des horaires exceptionnels lors d'événements particuliers ou de privatisations. Il sera notamment ouvert jusqu'à 00h lors de la Nuit Européenne des Musées. Un vernissage sera organisé avant chaque exposition temporaire, soit 2 fois par an.

Le musée sera fermé exceptionnellement le 1^{er} janvier, le 1^{er} mai et le 25 décembre. Il fermera ces portes à 17h les 24 et 31 décembre.

3.1.4.3 Dimensionnement de l'équipe

Dès la signature du présent CCTP, le titulaire s'engage à organiser une équipe autour des postes suivants :

- 1 chef d'équipe / régisseur en poste les lundi, mercredi, vendredi, samedi de 9h30 à 19h ; le mardi de 10h à 15h ; le jeudi de 9h30 à 22h ; le dimanche de 10h à 19h.
- 2 agents d'accueil groupe en poste les lundi, mercredi, vendredi, samedi de 9h30 à 18h15 le jeudi de 9h30 à 21h15 ; le dimanche de 11h à 18h15.
- 1 agent d'accueil volant en poste les lundi, mercredi, vendredi, samedi, dimanche de 11h à 19h ; le jeudi de 11h à 22h.
- 1 agent de contrôle d'accès en poste les lundi, mercredi, vendredi, samedi, dimanche de 11h à 18h30 ; le jeudi de 11h à 21h30
- 1 agent de vente en caisse en poste les lundi, mercredi, vendredi, samedi de 11h à 18h15 ; le jeudi de 11h à 21h15 ; le dimanche de 10h à 18h15.
- 1 agent d'accueil volant en poste les samedi, dimanche de 11h à 19h.

Pour les postes et horaires indiqués ci-dessus, le principe de continuité de service doit être systématiquement appliqué, sauf pour le chef d'équipe / régisseur pendant la pause méridienne. Le titulaire devra être force de proposition pour optimiser au mieux les roulements des équipes dans la journée, mais aussi entre la semaine et les week-ends.

Les temps « hors face publics » de certains postes devront être pris en compte :

- Pour tous les agents, le temps de prise de poste estimé à 15 minutes (le musée étant étendu, l'entrée et les vestiaires du personnel se situent à environ 5 min de la banque d'accueil et vente) ; le temps de brief en amont des prises de postes par le chef d'équipe (10 minutes).
- Pour les agents en caisse, en plus des temps de change et de brief en début de service, le temps de comptage des caisses en fin de service (environ 15 minutes).
- Pour le chef d'équipe, en plus du temps de change, le temps de ronde dans le musée estimé à 15 minutes ; le temps de brief de l'équipe (10 minutes).

Des renforts ponctuels pourront être commandés au titulaire en cas de fréquentation exceptionnelle, de visites VIP en dehors des horaires grand public ou d'événements ponctuels.

Hiérarchiquement, les agents d'accueil et de ventes dépendront du chef d'équipe et le chef d'équipe devra rendre compte au chef du service Expérience Visiteur du musée.

Effectif minimal requis

Site	Intitulé de poste	Effectif minimal requis week-end et jours fériés	Effectif minimal requis semaine
Palais de Chaillot	Chef d'équipe - régisseur	1	1
Palais de Chaillot	Agent groupe	2	2
Palais de Chaillot	Agent d'accueil	1	2
Palais de Chaillot	Agent de vente	1	1
Palais de Chaillot	Agents de contrôle d'accès	1	1

3.2 Prestations attendues pour le centre de contact

3.2.1 Périmètre global

3.2.1.1 Missions des téléopérateurs

L'objectif du service est d'apporter avec réactivité, qualité et précision, des éléments de réponse aux demandes des publics.

Les missions principales sont les suivantes :

- Le traitement des appels / emails entrants provenant des publics du musée national de la Marine à Paris (individuels, adhérents, groupes) ;
- La gestion du standard billetterie / information via un numéro unique diffusé sur les supports de communication internet, papiers ;
- La gestion de la ligne téléphonique dédiée aux adhérents ;
- La gestion de trois adresses emails dédiées : informations pratiques pour le tout public, réservations pour les groupes et les adhérents ;

- La redirection et l'accompagnement du public individuel souhaitant acheter des billets vers la vente en ligne ;
- La gestion des demandes d'information entrantes, nécessitant ou non une action sortante (transfert d'appels) ;
- La réponse aux demandes émanant de publics en situation de handicap (accès, services disponibles, tarifs, visites adaptées...) ;
- La gestion des réclamations des visiteurs ;
- Le support à l'achat en ligne des visiteurs individuels et la gestion du service après-vente (mot de passe oublié, suppression de compte, inscription Newsletter, impression de billets, paiement en ligne...) ;
- La vente du programme d'adhésion aux publics individuels ;
- La valorisation des offres et activités commercialisées par le musée à destination de tous les types de publics ;
- L'information et le conseil à tous les types de public du musée ;
- La réservation et la vente de l'offre culturelle à destination des groupes (adultes, scolaires, hors scolaires, associations, professionnels...) ;
- La vente en nombre aux professionnels ;
- La création de créneaux de réservation sur mesure pour les demandes exceptionnelles, notamment les demandes de visites privées ;
- La modération des avis laissés par les visiteurs sur le livre d'or numérique de chaque site (6 sites), ainsi que sur les plateformes de recommandation (Google Avis et Tripadvisor) ;
- La fonction de mandataire de vente pour assurer la perception des recettes pour le compte du musée et leur reversement mensuel ;
- Le suivi de la facturation différée pour les groupes et professionnels, et notamment le dépôt des factures sur Chorus Pro ;
- La prise en charge ponctuelle du débord du standard des autres musées du réseau (5 sites) ;
- Les prestations d'encadrement, d'animation du dispositif et de formation des téléopérateurs nécessaires au bon déroulement des services cités précédemment ;
- La réalisation de campagnes d'appels sortants à des fins commerciales ou d'information (à destination des adhérents notamment) ;
- L'enrichissement, la mise à jour et le nettoyage régulier de la base de données contacts.

Les téléopérateurs doivent être en mesure d'apporter des réponses précises et détaillées, notamment sur :

- Les modalités pratiques (horaires, accès, services...) ;
- La programmation de l'ensemble des événements du musée (collections permanentes, expositions temporaires, séances de l'auditorium, conférences, ateliers pédagogiques...) ;
- Les prestations de billetterie vendues par le musée (billets individuels, visite guidée pour les individuels, prestations de groupe...) ;
- Les tarifs et conditions tarifaires (réductions et gratuités) ;
- Le programme de fidélisation du musée et les avantages de l'adhésion ;
- Les principes d'accessibilité du musée pour les personnes en situation de handicap ;
- Les différents canaux de vente, et notamment l'accompagnement pas à pas de l'achat en ligne de billets, d'adhésions ou d'activités ;

- Les informations pratiques liées aux groupes (accès aux vestiaires, heure de venue, possession des billets, possibilité de sortir ou non du musée pendant la visite...)
- Les informations concernant des situations exceptionnelles (fermeture du musée, travaux, manifestations...).

Les réponses fournies doivent être parfaitement adaptées à l'univers du musée national de la Marine c'est-à-dire que le langage utilisé doit correspondre au verbatim culturel et les agents doivent être tenus informés de chaque mise à jour concernant les informations citées ci-dessus.

Le centre de contact doit être dans une logique de capitalisation de l'information qu'il réceptionne afin d'améliorer et de fluidifier les procédures et ainsi de diminuer le nombre de sollicitations auprès du musée.

3.2.1.2 Rôle du référent du centre de contact

L'un des agents du centre de contact endosse le rôle de référent auprès des équipes du musée national de la Marine. En tant que point de contact des équipes du musée, le référent doit être capable de dispatcher l'activité sur ses collègues.

En plus des tâches d'un téléopérateur, le référent doit assurer les missions suivantes :

- Faire respecter par les téléopérateurs les missions énoncées dans le présent CCTP ;
- Gérer les retards et absences éventuels, afin de garantir la continuité de service ;
- Assurer la formation initiale et continue des agents ;
- Assurer l'intégration des nouveaux agents ;
- Assurer la communication et la coordination avec les équipes du musée (réunions, remontées d'informations nécessaires...) pour toutes les questions relatives au centre de contact ;
- Proposer si le besoin s'en fait sentir des plans d'amélioration des procédures et des pratiques ;
- Fournir des rapports d'activité du centre de contact aux responsables du musée national de la Marine ;
- Transmettre aux téléopérateurs les informations fournies par le musée ;
- Mettre à jour le book des procédures des téléopérateurs et s'assurer du respect de ces procédures ;
- Organiser et prioriser le travail des téléopérateurs ;
- Assurer la cohérence et la justesse du planning de réservations pour les groupes ;
- Assurer les opérations spécifiques comme les annulations de vente et le suivi des paiements différés ;
- Traiter les litiges visiteurs.

3.2.2 Prestations en part à commande

En cas de période exceptionnelle d'activité, un renfort pourra être commandé pour maintenir la qualité de service attendu.

3.2.3 Qualité de service attendue du titulaire

En ce qui concerne le traitement des appels et des emails entrants, le titulaire devra respecter les objectifs fixés par le musée :

- Moins de 5% d'appels perdus pour les flux entrants ;
- Décrocher 80% des appels avant la 4ème sonnerie ;
- En cas de mise en attente, celle-ci ne devra pas excéder 1 minute.

- En cas d'appels en absence (peu importe la ligne), le visiteur devra être rappelé dans la journée, du lundi au samedi.
- L'accueil téléphonique et email devra être assuré au moins en français et en anglais ;
- Utiliser l'outil de billetterie et la base de données contacts dans le respect de la réglementation RGPD ;
- Donner la priorité à la qualité des échanges avec les publics. Les durées moyennes de traitement constatées dans les différents sites sont de :
 - Environ 5 minutes pour les individuels ;
 - Environ 15 minutes pour les groupes.
- Assurer un délai moyen de prise en charge d'un email en 24 heures maximum pendant les horaires d'ouverture et en 48 heures ouvrables en dehors des horaires d'ouverture, avec des réponses personnalisées ;
- Si la priorité est donnée aux appels entrants, le musée envisage néanmoins la réalisation ponctuelle de campagnes d'appels sortants pour communiquer avec les adhérents ou pour recruter de nouveaux adhérents ;
- Le traitement des réclamations devra être effectué sous 15 jours maximum (avec approbation du chef d'équipe), et les demandes devront être prises en charge sous 72 heures (avec accusé de réception au visiteur) avec une réponse personnalisée ;
- Enfin, le nombre de réclamations devra être inférieur à 5% de la fréquentation mensuelle.

3.2.4 Dimensionnement de la prestation

3.2.4.1 Horaires d'ouverture du centre de contact

Le service doit être assuré de 10h à 18h du lundi au vendredi et de 10h à 17h le samedi (hors jours fériés). Ces horaires sont décorrélés des horaires d'ouverture du musée.

Les prestations présentées plus haut sont assurées à minima en français et en anglais. Les agents assurant ces prestations disposent d'un bureau situé dans les locaux du musée national de la Marine, dans le Palais de Chaillot au Trocadéro. Ce bureau est équipé de 2 postes informatiques et téléphoniques.

3.2.4.2 Eléments de volumétrie

Les éléments de volumétrie observés au cours de l'année 2024 sont les suivants :

- ➔ Durée des échanges téléphoniques :
 - Demande d'information : 5 à 7 minutes
 - Demande de réservation pour un groupe : 10 à 15 minutes
 - Demande d'adhésion : 5 à 7 minutes
- ➔ Délai de traitement des emails :
 - Demande d'information : 1 heure
 - Demande de réservation : 30 minutes
 - Réclamation : 12 heures
- ➔ Nombre de sollicitations :
 - Environ 20 appels par jour
 - Environ 30 emails par jour
- ➔ Durée des échanges :
 - Environ 5 minutes pour les individuels

- Environ 15 minutes pour les groupes
- ➔ Saisonnalité :
 - Pour les groupes, pics des emails reçus entre avril et juin, puis en septembre
 - Pour les individuels, pics des appels avant les petites vacances et pendant les grandes vacances ; en période d'expositions temporaires ; les samedis

3.2.4.3 Dimensionnement du centre de contact

Dès la signature du présent CCTP, le titulaire s'engage à organiser une équipe autour des postes suivants :

- 2 postes en continu de 10h à 18h du lundi au vendredi et de 10h à 17h le samedi (hors jours fériés).

Des renforts ponctuels pourront être commandés au titulaire en cas d'activité ou de charge exceptionnelle.

3.3 Equipement matériel

Le musée national de la Marine met à la disposition du titulaire tous les équipements nécessaires à la réalisation de ses missions.

- Pour les agents d'accueil-vente :
 - Banque d'accueil et de retrait des outils d'aide à la visite
 - Mobilier ergonomique pour les postes de vente
 - Postes de billetterie équipés des périphériques nécessaires (Boca, imprimantes papiers, imprimante à carte d'adhésion, imprimante à facturette, TPE, douchettes)
 - Des postes de téléphonie fixe
 - Présentoirs pour la documentation et documents à distribuer (plans de visite, parcours-jeux, flyers des partenaires et amis du musée...)
 - Coffre-fort 2 portes avec ouverture à l'avant, et enveloppes zippées
 - Talkie-walkie pour la communication entre les agents
 - Assise pour l'agent responsable de la borne d'accueil mobile en amont de la billetterie
 - Consommables : stocks de billets thermiques, rouleaux de tickets CB, papier A4
 - Matériel de prêt à destination du public (fauteuils roulants, sièges pliants, portes bébés)
 - Pour l'auditorium, vestiaire équipé de cintres et PDA de contrôle d'accès
- Pour le centre de contact :
 - Postes informatiques reliés à une imprimante à documents et permettant l'accès aux boîtes emails du musée ainsi qu'au logiciel de billetterie/CRM du musée ;
 - Postes téléphoniques ayant accès aux 2 lignes téléphoniques du musée (l'abonnement des lignes, ainsi que le SVI, sont pris en charge par le musée) ;
 - Un bureau dédié.

Les fournitures de bureau courantes (cahiers, stylos...) restent à la charge du titulaire.

Le titulaire est responsable de la conservation, de l'entretien et de l'emploi, de tout matériel et équipement qui lui est confié, dès sa prise de possession effective. Un état exhaustif de ces prêts doit être tenu contradictoirement à jour. Le titulaire ne peut en disposer qu'aux fins prévues par le présent CCTP. La maintenance et le renouvellement du matériel sont à la charge du musée.

Tout incident sur le matériel mis à disposition devra faire l'objet d'une communication au musée de la Marine.

En cas de dégradation des matériels ou équipements par la faute du titulaire, celui-ci doit assumer les frais de réparation ou de remplacement du matériel hors usage. Toute dépense pour remise en état des équipements, des installations ou documents provenant d'un manquement du titulaire aux obligations du présent CCTP, lui est imputable.

Le musée dotera le titulaire de clés et badges, en quantité suffisante, permettant l'accès aux locaux. En cas de perte ou de vol, le titulaire avisera aussitôt le musée des exemplaires manquants, ceux-ci seront remplacés et feront l'objet d'une facturation au titulaire, au tarif en vigueur. Au terme de l'accord-cadre, le titulaire sera tenu de remettre au musée les clés, badges et tous les autres équipements confiés initialement.

Pour les agents de vente en guichet, le titulaire devra remettre à chacun de ses agents un fond de caisse nominatif en espèces, afin de procéder aux ventes des prestations culturelles. Il est responsable des fonds qu'il aura remis à son personnel et devra donc compenser en cas d'écart constaté.

Avant chaque prise de fonction, l'agent de vente devra vérifier son fonds de caisse. A chaque fin de prise de fonction, l'agent devra s'assurer qu'après décompte des recettes de billetterie, le fonds de caisse reste intact.

3.3.1 Mise à disposition des lieux

L'accès du personnel du musée (y compris les prestataires) se fait par l'entrée administrative du musée. Des badges permettant l'accès aux portes sécurisées sont remis au titulaire. Une liste de numéros utiles (PC Sécurité) lui est remise en cas de problème pour pénétrer dans le bâtiment. En cas de perte ou de vol du badge, l'agent doit faire immédiatement remonter l'information à son chef d'équipe puis ce dernier au PC Sécurité afin de désactiver le badge perdu au plus vite.

Les agents d'accueil et de vente en guichet peuvent déposer leurs affaires personnelles dans les vestiaires du personnel, mis à disposition au niveau du RC entresol.

Les téléopérateurs en charge du centre de contact ont un bureau dans le musée.

Le chef d'équipe/régisseur a un bureau aveugle situé derrière les guichets billetterie, pour effectuer les missions nécessitant de la manipulation d'argent liquide. Ce bureau contient un poste informatique, une armoire et un coffre-fort. C'est également dans ce bureau que les agents de vente devront venir compter leurs caisses à la fin de leur journée.

Aussi, des espaces de stockages (consommables, dépliants de communication à destination du public, matériel de prêt à destination du publics, bacs de stockage des groupes scolaires) sont mis à disposition pour mener à bien les missions.

L'espace de pause étant restreint et commun à tout le musée, un échelonnement des temps de pause déjeuner pour les agents du musée et les prestataires œuvrant sur site est nécessaire. Il s'agit d'une salle de pause commune avec du petit matériel électroménager (frigo, micro-ondes, bouilloire, machine à café), ainsi que des canapés et fauteuils.

Dans les locaux du musée national de la Marine, un PC sécurité contrôle les accès de toute personne étrangère au musée.

Au niveau des guichets, un bouton d'alarme silencieuse relié à ce poste de sécurité peut être actionné par les agents en cas de situation conflictuelle.

Les accès de tous les personnels sont contrôlés par un badge.

- ➔ Le candidat est invité à décrire les procédures qu'il mettra en place pour prévenir et contrer les éventuelles tentatives de fraude commises par ses équipes.

3.3.2 Les outils utilisés par le musée national de la Marine

3.3.2.1 L'outil de billetterie-CRM

Le musée national de la Marine est doté de l'outil de billetterie SecuTix. Cet outil permet de vendre l'ensemble des offres, produits et articles commercialisés par le musée national de la Marine. Les modes de paiement supportés sont : CB, espèces, chèques, chèques-vacances, chèques-culture, paiement différé sur facture.

Ainsi, le titulaire de l'accord-cadre devra utiliser la solution de billetterie utilisée par le musée pour assurer les prestations de vente et de réservation. C'est donc dans cet outil commun que devront être réalisées toutes les actions liées à la vente / réservation, à la gestion des contacts, aux interactions avec les adhérents et grands comptes, aux réclamations. Des sessions de formation initiale pour les chefs d'équipe seront organisées par le musée.

Chaque agent/téléopérateur disposera d'un profil personnel dans l'outil de billetterie afin de pouvoir réaliser les actions de consultation ou modification des contacts et les actions de réservation et vente. Le musée prend en charge la fourniture et la maintenance de la solution auprès du titulaire.

3.3.2.2 Le site web du musée

Afin de renseigner les visiteurs, les équipes du titulaire devront parfaitement connaître l'ergonomie et les informations disponibles sur le site internet du musée : <http://www.musee-marine.fr/>. Ce site est doté d'une vente en ligne pour l'achat de titres d'accès dématérialisés.

3.3.2.3 Le contrôle d'accès

Le musée national de la Marine à Paris sera doté de couloirs de contrôles d'accès, interfacés en temps réel avec le logiciel de billetterie, les téléopérateurs auront donc accès aux données relatives au contrôle des billets.

3.3.2.4 La Boussole

Les agents du centre de contact devront connaître les fonctionnalités précises de l'outil d'aide à la visite proposé au musée national de la Marine de Paris : la Boussole. C'est une application mobile (web App) permettant au visiteur de personnaliser son parcours de visite, directement sur son téléphone. D'autres supports d'aide à la visite seront disponibles : livret-jeu, sac sensoriel pour les individuels ; audiophones, dossiers pédagogiques pour les groupes.

3.3.2.5 Les outils d'emailing et de téléphonie

Pour ses publics, le musée dispose de deux lignes téléphoniques : celle des individuels et des groupes et celle des adhérents.

En ce qui concerne les emails, le musée dispose de 3 adresses :

- Boîte contact@musee-marine.fr, destinée au tout public et accessible via un formulaire sur le site web ;
- Boîte adherent@musee-marine.fr, réservée aux adhérents ;
- Boîte groupe@musee-marine.fr, utilisée pour les publics groupes.

➔ Le candidat démontrera dans sa réponse sa compréhension des enjeux du musée, des spécificités des différents postes à pourvoir, des qualités et prestations attendues des équipes. Il fournira des exemples de planning journalier prenant en compte la rotation des agents.

4 Encadrement et engagements

4.1 Pilotage du projet

Le titulaire devra proposer, au regard de l'organisation du musée et de son équipe projet, un pilotage de projet cohérent comprenant :

- L'organisation des équipes du titulaire ;
- La mise en place d'instances de management ;
- Les engagements en termes de tenue des délais ;
- La méthodologie projet ;
- La mise en place des prestations, en cohérence avec les prestations décrites dans le présent CCTP.

Le titulaire désignera un chargé d'exploitation, qui sera l'interlocuteur principal du musée et aura pour mission de :

- Manager l'équipe de téléopérateurs et d'agents d'accueil et de vente ;
- Participer à toutes les réunions et ateliers effectués au musée ou à distance dans le cadre du projet ;
- Mener à bien la formation initiale et continue des équipes ;
- Suivre et mettre à jour le planning de mise en œuvre ;
- Suivre et fournir les statistiques à chaque comité, comme décrit ci-dessous ;
- Suivre les risques et en référer au musée dès prise de connaissance ;
- Participer et animer les comités de pilotages, ainsi que les ateliers de travail structurants ;
- S'assurer de la bonne tenue des plannings ;
- Contrôler et s'assurer de la bonne satisfaction du musée concernant les prestations attendues.

Le musée national de la Marine s'engage quant à lui à désigner un interlocuteur référent privilégié, qui jouera un rôle de support et de transmission de l'information. Il s'agit du chef du service Expérience Visiteur qui sera l'interlocuteur pour la transmission d'informations pratiques et de programmation ainsi que pour la supervision des prestations d'informations, pour la transmission d'informations portant sur la commercialisation des prestations de billetterie, ainsi que pour la supervision des prestations de vente et de relation client.

Un référent de l'agence comptable du musée national de la Marine, sera l'interlocuteur pour la supervision des opérations financières et comptables et pourra ainsi être présent si nécessaire aux comités de pilotage et aux comités stratégiques.

- ➔ Le candidat proposera un planning de cadrage du projet en vue du démarrage de l'ensemble des prestations au 1^{er} mars 2026. Il présentera également un schéma d'organisation pour toute la durée du contrat. Il indiquera précisément les prestations et éléments inclus dans la part forfaitaire de l'accord-cadre et les prestations et éléments qui en sont exclus ou qui peuvent être commandés sur la part à commande.

4.2 Recrutement des personnels

Le titulaire reprendra les personnels du prestataire précédent, puis s'efforcera de maintenir une équipe dédiée stable pour l'ensemble des prestations et limitera autant que possible les changements de personnel.

En cas de remplacement, un recouvrement sur site avec le successeur doit être assuré afin de réaliser au minimum la formation de ce dernier. Un minimum de dix jours ouvrés de recouvrement est requis pour les postes d'encadrement du service Accueil et Ventes et de supervision des caisses.

En cas de remplacement d'un chef d'équipe / régisseur / référence, le titulaire présentera au musée les CV des candidats pressentis. Le musée et le titulaire sélectionneront ensemble les profils intéressants. Pour le poste de chef d'équipe/régisseur de recettes, une expérience significative dans la gestion de régie de recette, idéalement dans le secteur public, est requise.

Le titulaire préviendra le musée au plus tard 15 jours avant le changement d'un agent ou téléopérateur en cours d'exploitation. A chaque évolution de l'équipe, le titulaire transmettra aux référents du musée une liste des effectifs actualisés et le CV des nouvelles recrues.

L'absence d'un agent, pour quelque raison que ce soit, ne doit pas provoquer d'interruption ou de dégradation de prestation. Chaque absence devra être remplacée dans un délai maximum de 2 heures, avec un remplacement temporaire sur site par le chef d'équipe, le temps que l'agent remplaçant arrive. En cas de baisse ou de hausse non prévisible de l'activité, le musée national de la Marine se réserve le droit d'ajuster le nombre d'agents et s'engage à respecter un délai de prévenance de 48 heures pour la demande de renforts.

En cas d'emploi de travailleurs étrangers, le titulaire est tenu de vérifier la possession du titre de travail. Le musée national de la Marine encourage l'inclusion et la réinsertion professionnelle.

4.2.1 Pour le centre de contact

Les téléopérateurs doivent présenter les compétences suivantes :

- Une expérience professionnelle acquise avec une ancienneté confirmée dans la fonction de téléopérateur ;
- Sens développé de la relation avec le public et des notions de « service client » ;
- Sens commercial et réelles capacités pour communiquer ;
- Excellente prononciation ;
- Excellente rédaction ;
- Maîtrise des outils bureautiques (Internet, Pack Office, messagerie électronique) ;
- Maîtrise d'outil de billetterie (idéalement de l'outil SecuTix) ;
- Maîtrise d'outil de gestion de la relation client ;
- Capacité d'analyse, de rapidité et de précision dans les réponses apportées ;
- Goût développé de l'accueil téléphonique ;
- Sens de l'organisation ;
- Dynamisme et prise d'initiative ;
- Expérience fortement appréciée auprès de clients « arts et culture » et/ou sensibilité au monde maritime ;
- Pour les prestations en langue anglaise, les téléopérateurs devront présenter des compétences à l'écrit et à l'oral en anglais, afin de répondre de façon précise aux demandes des publics.

Dans le cadre des prestations d'informations et de vente aux publics, les téléopérateurs devront faire preuve d'un comportement, convivial, poli et rigoureux, renseigner l'interlocuteur avec précision et concision, respecter les règles de confidentialité du musée et utiliser un langage normalisé.

4.2.2 Pour l'accueil et la vente sur site

Le titulaire étant le garant de la satisfaction et du confort des visiteurs tout au long de leur expérience de visite, il devra veiller à la qualité des services délivrés au sein du musée. Sont attendus, à toute période de l'année, des comportements professionnels et réactifs à même de faire face à toute situation particulière. Les agents devront être suffisamment autonomes pour respecter les consignes et les procédures.

Les pratiques d'accueil devront ainsi être adaptées aux différents types de publics accueillis dans le musée.

Une connaissance accrue du logiciel de billetterie utilisé par le musée national de la Marine, SecuTix, serait un atout. Le profil d'appétence culturelle n'est pas un critère obligatoire dans le recrutement des équipes, mais un profil souriant, aimable et ayant un contact facile avec tout type de public sera primordial. Les agents devront avoir une élocution parfaite, ainsi qu'une excellente présentation.

Les équipes d'accueil et de ventes devront être bilingues en anglais au minimum. Autres langues appréciées : espagnol, allemand, italien...

Tous les agents d'accueil et de vente seront formés aux fondamentaux de la LSF.

Des profils dits propices à la polyvalence seront appréciés.

4.2.2.1 Tenue règlementaire

Le titulaire sera chargé de fournir l'uniforme des équipes ainsi que le badge indiquant leur nom, prénom et fonction. Le port du badge sera obligatoire sur site. Le badge, de préférence magnétique, devra être personnalisé et validé par le musée avant impression.

L'uniforme, fourni par le titulaire, devra être le suivant : marinière, pantalon bleu marine, veste bleu marine. Les agents peuvent conserver la même tenue en toute saison, la veste peut être quittée en été. Les agents ne seront pas amenés à sortir du musée dans l'exercice de leurs fonctions, mais une parka peut être prévue si des circonstances particulières amènent les agents d'accueil volant à orienter les publics dès le péristyle. Les chaussures ne seront pas à fournir par le titulaire, mais les agents devront s'engager à porter des chaussures sobres, idéalement noires. La tenue doit être confortable, sobre et facile d'entretien. Le pantalon et la veste doivent être de bonne facture.

Les agents disposeront également d'une tenue événementielle plus classique en cas de vernissage, par exemple. En complément du pantalon et de la veste, un t-shirt noir agrémenté d'un foulard devront être proposés. Le titulaire devra proposer un book de tenues qui seront validées par le musée. Pour ces événements, les agents devront se présenter avec des chaussures plus habillées.

Les personnels intervenant de manière ponctuelle, en renfort, devront eux-aussi porter la tenue règlementaire des agents du musée.

L'entretien de ces tenues est à la charge du titulaire, de même que leur remplacement.

Le titulaire s'engage également à fournir à ses agents tous les équipements nécessaires pour assurer leur protection face aux épidémies et risques sanitaires et selon les directives nationales.

Le musée apportera une attention particulière à l'impact environnemental de ces tenues.

- ➔ Le candidat détaillera le lieu de fabrication des tenues, leur composition, la fréquence et les conditions du nettoyage, le traitement des tenues usagées.

4.3 Formation

Les encadrants du titulaire sont formés par le musée national de la Marine aux activités et pratiques du musée. Le titulaire a ensuite la charge de former l'ensemble de ses personnels, avec le secours du musée si besoin.

4.3.1 Pour le centre de contact

4.3.1.1 Formation initiale

Cette formation a pour objet la :

- Présentation des équipes du musée ;
 - Règles de fonctionnement du site (règlement intérieur, règlement de visite...) pour les agents et les visiteurs ;
 - Présentation du musée et histoire des collections – présentation des œuvres principales et des thèmes abordés ;
 - Présentation de la stratégie de marque et de la politique des publics ;
 - Formation à la charte d'accueil et engagement qualité de l'accueil des visiteurs ;
 - Visite guidée du musée à Paris (collections permanentes et exposition d'ouverture) ;
 - Formation à l'offre culturelle et présentation des expositions à venir ;
 - Formation à l'utilisation de la Solution de billetterie ainsi qu'aux procédures de réservation, de vente, de création de contact ;
 - Formation à l'utilisation du CRM ainsi qu'aux procédures de recherche de contact, gestion des demandes d'information, réclamation et leurs grandes typologies ;
 - Règles de l'accueil et de la vente téléphonique.
 - Eléments techniques liés à la gestion du téléphone (utilisation, numérotation, prise de plusieurs appels simultanément, mise en attente...).
- ⇒ Ces aspects seront répertoriés dans un livret d'accueil / de formations conçu conjointement par le musée et le titulaire. Les formations sont dispensées par le titulaire sur la base des informations transmises par le musée.

Cette base de formation initiale devra être d'une durée approximative de 21 heures, sur 3 jours pour les agents d'accueil téléphonique. Proposition de déroulé de formation initiale :

- Jour 1 : Présentation des équipes, du projet muséographique et des objectifs du musée. Visite du musée. Formation aux procédures spécifiques du musée et présentation de son règlement de visite. Présentation du catalogue des offres.
- Jour 2 : Formation à la vente et à la gestion des contacts sur l'outil de billetterie. Formation aux procédures relatives aux caisses.
- Jour 3 : Formation aux outils de téléphonie et d'email. Formation à la posture, au langage et aux pratiques de vente par téléphone.

Le titulaire peut tout à fait proposer un plan de formation différent, s'il justifie une formation plus efficace. Le titulaire devra soumettre un plan de formation des téléopérateurs, en précisant la structure (interne ou externe) agréée de formation apte à former les téléopérateurs. La formation aux différentes prestations (informations, réclamations, vente...) doit être commune à tous les agents

recrutés pour assurer la faisabilité de l'accord-cadre. Par la suite, il appartiendra au titulaire de former tout nouvel agent via des formateurs relais internes, le personnel du musée pouvant cependant être mobilisé pour introduire ces formations.

Le titulaire s'engage à ce que tous les téléopérateurs travaillant pour le compte du musée aient suivi cette formation avec la structure de formation ci-dessus désignée. Il s'engagera à remettre sur simple demande du musée les attestations de formation délivrées par ladite formation pour chaque téléopérateur en activité pour le compte du musée.

4.3.1.2 Formation continue

Le savoir-faire concernant le métier de la prise d'appels reste à la charge du titulaire.

Le titulaire décrira le mode opératoire proposé pour une bonne transmission des informations à jour à ses agents et l'actualisation de l'information en fonction des cas observés.

En cas d'évolution de l'offre culturelle, le musée s'engage à fournir la documentation permettant l'appropriation de ces nouvelles offres, aux agents. En cas de besoin ressenti par les agents, des visites du musée pourront être organisées en plus de la visite initiale prévue en amont de la prise de poste.

Les coûts de formation des téléopérateurs seront fermes, forfaitaires et inclus dans les prix définis dans le cadre de décomposition des prix, et ne sauraient donner lieu à des réévaluations en cas de variations de l'effectif des téléopérateurs.

4.3.2 Pour l'accueil et la vente sur site

4.3.2.1 Formation initiale

Seul un personnel formé et au fait des spécificités du musée pourra intervenir sur site, y compris lors d'événements exceptionnels. Il devra être en mesure de fournir des informations précises et adaptées à chaque visiteur.

Dans ce cadre, l'organisation de formations sera répartie comme suit :

- Le titulaire a la charge de la formation générale de ses équipes pour les aspects de posture et langage d'accueil, les bonnes pratiques, connaissance des lieux et des offres, règles de conservation préventive ; et tout autre module jugé utile par le titulaire. Le musée souhaite que chaque agent soit formé par le titulaire à l'accueil des personnes en situation de handicap, aux fondamentaux de la LSF et à la détection de la fausse monnaie. La formation initiale contiendra aussi un descriptif précis de toutes les offres et services proposés par le musée.
- Le musée formera le chef d'équipe à l'utilisation des différents matériels qui sont mis à sa disposition (outil de billetterie, périphériques, outils d'aide à la visite, dispositifs de contrôle d'accès...), puis le titulaire a la charge de former l'ensemble des agents à ces pratiques.
- Le musée national de la Marine fournira au titulaire tous documents utiles sur les œuvres exposées et la scénographie du musée. Sur cette base, le titulaire est responsable de la création et de la mise à jour des supports de formation, ainsi que des outils d'évaluation des agents. Dans le cadre de la formation continue, le musée s'engage à communiquer tous changements ou événements particuliers au titulaire.

Si d'autres sujets, non mentionnés ci-avant, sont jugés utiles par le titulaire, le musée national de la Marine reste ouvert et preneur de ces formations.

Tout nouvel agent devra bénéficier d'une formation initiale avant sa prise de poste, à la charge du titulaire.

A titre indicatif, le musée estime à 3 jours la formation initiale complète d'un agent de vente polyvalent. Cette formation se déroulerait comme suit :

- Jour 1 : Présentation des équipes, du projet muséographique et des objectifs du musée. Visite du musée. Formation à la posture, au langage et aux pratiques d'accueil. Formation aux procédures spécifiques du musée et présentation de son règlement de visite. Présentation du catalogue des offres.
- Jour 2 : Formation à la vente sur l'outil de billetterie. Formation aux procédures relatives aux caisses, aux périphériques de caisse, à l'authentification de la monnaie. Formation sécu et évacuation.
- Jour 3 : Formation à l'outil de contrôle d'accès. Présentation des autres fonctions et procédures (vestiaires, outils d'aide à la visite, accueil des groupes...). Formation à l'accueil des publics spécifiques ou étrangers et à la gestion des conflits.

4.3.2.2 Formation continue

Le titulaire devra en outre proposer un plan de formation continue pour garder son personnel informé des nouveautés liées à la programmation du musée, ainsi que pour s'assurer de maintenir le niveau de connaissance acquis pendant la formation initiale. Un outil de e-learning mis à disposition des agents par le titulaire est souhaité. Le titulaire devra en outre présenter les méthodes d'évaluation des agents lui permettant de s'assurer que les agents sont à l'aise avec les missions qui leur sont confiées et avec les connaissances à avoir. Sur la base de ces évaluations, le titulaire devra pouvoir ajuster la fréquence des formations continues.

Le musée recommande la pratique suivante :

- Rappel des règles d'accueil lors de chaque brief quotidien ;
- Présentation des offres à mettre en avant lors de chaque brief quotidien ;
- Maintien d'un temps d'échange hebdomadaire pour permettre aux agents de s'exprimer sur leur rôle et leurs attentes ;
- Temps de formation spécifique avant l'ouverture d'une nouvelle exposition temporaire ;
- Temps de formation spécifique chaque semestre pour la présentation de l'offre culturelle ;
- Mise à disposition de tutoriels de formation en ligne et incitation à l'auto-formation ;
- Désignation d'un référent métier pour chaque type de poste, à même de former ses co-équipiers ;
- Organisation de 2 heures de formation complémentaire proposée une fois par trimestre sur des thèmes variés : sécurité, LSF, gestion de conflits, procédures de vente, premiers secours...

Ainsi, le titulaire devra estimer un nombre précis de jours de formations par agent.

S'il est amené à constater des dysfonctionnements dans les processus établis par le musée national de la Marine, le titulaire devra exercer son devoir de conseil et proposer des améliorations.

Le musée national de la Marine devra, avant chaque nouvelle exposition temporaire, fournir au titulaire tous les documents nécessaires à la connaissance de l'exposition et à son bon déroulement.

Du fait de son contact direct avec les visiteurs, le personnel du titulaire est tenu d'alerter les équipes de sûreté de tout incident ou anomalie. Il participera également à l'encadrement des procédures d'évacuation en cas de besoin. Cette formation sera dispensée par les équipes de sûreté du musée, en collaboration avec le titulaire.

Il est nécessaire qu'un agent de l'équipe socle soit nommé « responsable de la formation continue » et puisse faire monter en compétences les agents au quotidien. Il devra faire le lien avec le chef du service Expérience Visiteur.

➔ Le candidat décrira sa méthodologie de formation et les moyens mis en œuvre.

4.4 Comitologie et livrables

La réussite du dispositif d'animation repose sur une relation de proximité entre le musée et le titulaire (chargé d'exploitation, chefs d'équipe accueil, référent centre de contact), afin que les informations circulent avec grande fluidité et que les échanges soient centralisés auprès d'interlocuteurs identifiés.

La comitologie à mettre en place durant toute la durée de l'accord-cadre :

- Un point hebdomadaire pour faire une revue de l'activité, remonter les interrogations ou alertes opérationnelles et étudier l'avancement des sujets en cours.
- Une fois par mois, une présentation des résultats du mois précédent et des visites et appels mystères. Ce point permettra au musée d'évaluer les résultats du titulaire et de présenter l'activité du mois à venir.
- En complément des réunions citées précédemment, des réunions spécifiques à un thème ou sujet donné pourront être organisées à la demande du musée ou du titulaire, notamment à l'approche d'expositions temporaires ou autres événements exceptionnels nécessitant des besoins particuliers.

Les livrables à fournir durant toute la durée de l'accord-cadre sont les suivants :

- Chaque jour, un relevé d'activité quotidien pour les activités de l'accueil listant :
 - La fréquentation,
 - Les recettes,
 - Le nombre de groupes accueillis
 - L'état des stocks,
 - Les prêts de matériel,
 - Les remarques et incidents divers
- Chaque semaine, un relevé d'activité hebdomadaire du centre de contact indiquant :
 - Le nombre d'appels et d'emails reçus et traités
 - Le nombre de visites réservées et le montant
 - Les dossiers en attente de confirmation ou de paiement
 - Les avis traités
 - Les remarques et informations diverses
- Chaque mois, un rapport de présentation des résultats comportant :
 - Le détail des prestations réalisées dans le mois précédent,
 - Les alertes et dysfonctionnements éventuels,
 - Les indicateurs de performance et de qualité fondés sur les principes énoncés dans le présent CCTP,
 - La synthèse de la fréquentation et des ventes pour la période écoulée,
 - L'état des stocks de consommables et documents d'information pour le site parisien,
 - Le suivi financier des prestations réalisées.
- Chaque année, un rapport sur les prestations délivrées pendant l'année écoulée portant notamment sur :
 - Pour le centre de contact :
 - Volume d'appels entrant par jour, semaine et mois,
 - Volume d'appels par heure pendant les horaires d'ouverture,

- Volume de courriels entrant par jour, semaine et mois,
- Typologie de demandes par téléphone et par courriel,
- Nombre d'appels perdus,
- Etat du stock des courriels,
- Nombre de demandes hors périmètre et taux de transfert,
- Durée Moyenne de Traitement (DMT) des différents actes (courriels et appels) et des éventuels actes de gestion associés.
- Pour l'accueil-vente :
 - Durée Moyenne de Traitement (DMT) des différents actes de vente,
 - Présence et ponctualité des agents,
 - Fluidité du contrôle des accès,
 - Nombre de réclamations reçues.

4.5 Contrôle Qualité

4.5.1 Actions à la charge du titulaire

Sur la base des orientations fournies par le musée dans le présent CCTP, le titulaire met en place et assure la gestion d'un plan qualité qui prend en compte le haut niveau d'exigence du musée.

Ce plan qualité définit l'ensemble des dispositions, procédures et protocoles que le titulaire s'engage à mettre en œuvre afin d'assurer au musée l'obtention de la qualité requise pour l'accord-cadre. Toute modification devra être soumise pour approbation au musée.

Dans le cadre du suivi de ces exigences qualité, un référent qualité sera nommé au sein de l'équipe du titulaire (il est recommandé que ce soit le chef d'équipe) et sera chargé d'organiser une réunion annuelle sur le déploiement de la démarche qualité de l'année à venir (présentation d'un plan d'action), et devra également fournir un bilan annuel de l'écoute client à ses équipes, et aux équipes du musée national de la Marine.

Le titulaire effectuera des opérations ponctuelles de contrôles qualité comme des appels ou visites mystères, environ une fois par mois.

- ➔ Le candidat fournira dans sa réponse une première structure du plan qualité, qui sera ensuite discuté avec le musée et finalisé au plus tard avant le début de la prestation.

4.5.2 Actions complémentaires menées par le musée

Dans le cadre de l'observatoire permanent des publics, le musée national de la Marine mène 1 enquête barométrique annuelle.

Le musée se réserve la possibilité de procéder lui-même à des contrôles, à des visites régulières du bureau des téléopérateurs et à des enquêtes de satisfaction auprès des publics pour s'assurer de la qualité de la prestation délivrée. Ces actions pourront être amenées à évoluer en cours d'exécution de l'accord-cadre en fonction de la typologie des appels et des réclamations effectivement reçus.

Si, lors du suivi qualité, le titulaire ou les référents du musée observent que des informations erronées ont été transmises aux publics, le musée se réserve le droit d'exiger du titulaire le dédommagement du ou des publics désinformés. Ce dédommagement pourra prendre la forme d'un remboursement des billets achetés ou d'un dédommagement financier à la hauteur du préjudice.

Le musée national de la Marine pourra également réaliser ou faire réaliser par un organisme extérieur des opérations d'audit de performance. Ces évaluations réalisées sur la base de sondages et

d'enquêtes auprès des visiteurs ou des personnels du musée donneront lieu à l'émission d'un rapport d'audit qui sera remis au titulaire. Outre ces rapports d'audit, le musée pourra également effectuer des signalements d'incidents étant de nature à perturber l'exploitation normale du site. À compter de la remise du rapport d'audit ou du signalement d'incident, le titulaire dispose de 2 jours ouvrés pour faire part de ses remarques au musée, au-delà desquels les pénalités s'appliquent. (Voir le détail des pénalités applicables dans le CCAP.)

4.6 Livrables

Le musée national de la Marine attend du titulaire la fourniture, a minima, des livrables suivants :

- Livret d'accueil des téléopérateurs comprenant l'ensemble des procédures à suivre pour l'exécution de ses tâches quotidiennes ;
- Livret d'accueil des agents comprenant l'ensemble des procédures à suivre pour l'exécution des tâches quotidiennes d'accueil et de vente ;
- Relevé d'activité quotidien pour l'accueil ;
- Relevé d'activité hebdomadaire pour le centre de contact ;
- Rapport mensuel d'activité sur les indicateurs de pilotage décrits plus haut ;
- Rapport annuel d'activité ;
- Plan qualité mis à jour.

Le titulaire aura à charge la rédaction du cahier des procédures. Il devra le transmettre au musée national de la Marine pour validation. Ces documents font partie de la formation initiale des équipes. Ils doivent être actualisés régulièrement par le titulaire et chaque modification doit être validée par le musée national de la Marine.

Liste des procédures indispensables :

- Gestion des réclamations et des conflits ;
- Gestion d'une prise de réservation (centre de contact) ;
- Gestion d'une vente sur site (caisses) ;
- Ouvrir et fermer sa caisse ;
- Documents à remplir à l'ouverture et fermeture du site (émargements agents) ;
- Gestion du prêt du matériel ;
- Gestion d'une vente d'adhésion ;
- Gestion du vestiaire ;
- Gestion des objets trouvés / objets abandonnés Vigipirate ;
- Gestion d'échange de visite (centre d'appel) ;
- Gestion d'un accident visiteur : malaise, chute violente : comment réagir, qui appeler, rappel de la procédure interne du musée ;
- Reconnaissance de la fausse monnaie.

4.7 Engagements

4.7.1 Engagement du titulaire

Afin d'assurer la bonne réalisation des prestations décrites ci-dessus, le titulaire devra s'assurer de prendre toutes les dispositions utiles et de respecter les délais de temps, mais aussi d'assurer les moyens techniques nécessaires.

Le titulaire est seul responsable de son organisation pour l'exécution de l'objet du présent CCTP. Le personnel du titulaire possède les qualifications requises pour l'exécution des tâches qui lui sont confiées.

Conformément à l'article L.1224-1 du Code du travail, le titulaire s'engage à reprendre l'ensemble du personnel affecté de manière exclusive et permanente à l'exécution des prestations faisant l'objet du présent accord-cadre, actuellement en poste chez le titulaire sortant. La masse salariale est indiquée en annexe. La remise en cause ou le non-respect de cette obligation de reprise du personnel pourra constituer un motif de résiliation de l'accord-cadre aux torts exclusifs du délégataire.

Le titulaire s'engage à respecter les lois en vigueur sur les conditions de travail de nuit, la sous-traitance d'activité. Il est à ce titre responsable du recrutement, de la rémunération et de la formation du personnel nécessaire à la bonne exécution du présent CCTP.

Le titulaire devra désigner un interlocuteur unique qui sera responsable de l'encadrement du personnel, du mode d'exécution et de l'application des consignes énoncées par le musée.

Le titulaire devra fournir au musée national de la Marine la liste nominative à jour de l'ensemble de l'équipe ainsi que la qualification et le niveau de formation de chaque employé (CV). Le planning de cette équipe devra également être transmis chaque mois. Tout changement de personnel devra être soumis à validation du musée.

Le titulaire s'engage à assurer sa prestation dans tous les cas et à assurer au musée une prestation complète dans les cas de force majeure type grève des transports ou autre.

Le titulaire s'engage à faire rencontrer au musée, au plus tard 15 jours avant le début de l'exécution de la prestation, l'ensemble du personnel qu'il propose de dédier à ses prestations.

Le titulaire a une obligation de résultat et de qualité engageant sa responsabilité en cas de défaillance.

En cas de réclamation nécessairement formulée par écrit, vis-à-vis d'un agent notamment pour toute question de discipline, de non observation des instructions, et d'une manière générale, pour tous les troubles de quelque nature qu'ils soient, pouvant porter atteinte au fonctionnement du service ou au prestige du musée, le titulaire s'engage dès réception de la réclamation, à rectifier l'erreur de l'employé ou bien à remplacer le personnel en cause dans un délai maximum d'un mois, sauf en cas de faute lourde ou grave où le remplacement sera immédiat. Ces démarches devront être discutées avec le musée et se faire d'un commun accord.

En cas de situations exceptionnelles (notamment la fermeture exceptionnelle du musée en dehors des horaires habituels), le titulaire s'engage à transmettre l'information aux personnes appelant le centre de contact au plus tard 30 minutes après l'envoi par email de cette information par la personne référente au musée national de la Marine.

Le titulaire s'engage à garantir la sécurité des données bancaires transmises par les clients du musée national de la Marine.

4.7.2 Engagement du musée national de la Marine envers le titulaire

Le musée national de la Marine s'engage à désigner un interlocuteur référent au sein du Service Expérience Visiteur, qui aura un rôle de support et de transmission de l'information, mais aussi des actualisations de la programmation, des prestations et de leur commercialisation.

Le musée s'engage également à mandater le titulaire pour la vente à distance et pour la vente sur site, à travers un mandat de vente et de perception de recettes.

5 Autres documents et annexes

- Annexe à l'AE n°1 : DPGF
- Annexe à l'AE n°2 : BPU
- Annexe au CCTP n°1 : Convention de mandat de vente au guichet et par téléphone
- Annexe au CCTP n°2 : Tableau de la masse salariale
- Annexe au CCTP n°3 : Organigramme du musée national de la Marine
- Annexe au CCTP n°4 : Plans des espaces d'accueil
- Annexe au CCTP n°5 : Liste du matériel mis à disposition