MARCHES DE L'ETAT ET DE SES ETABLISSEMENTS PUBLICS

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES (CCTP)

Marché n° **ARS BRETAGNE-COM-2026-01**

Nature du Marché : **Prestations de création, d'infographie, de mise en page de supports de communication print et digitale, de réalisation photographique et audiovisuelle pour le compte de l'ARS Bretagne.**

Ce marché est passé selon procédure d'appel d'offres ouvert conformément aux dispositions de l'art. L2124-2 de l'ordonnance 2018-1074 et des art. R2124-1 et R2124-2 du décret 2018-1075 relatif à la commande publique.

Le présent document comporte 14 pages numérotées de 1 à 14

SOMMAIRE

ARTICLE 1 - OBJET ET CONTEXTE DU MARCHE 3

1.1 Objet 3
1.2 Présentation de l'établissement 3
1.3 Contexte et orientations de la communication 3
1.4 Acheteur public 4

ARTICLE 2 - CARACTERISTIQUES DU MARCHE 4

2.1 Procédure utilisée 4

ARTICLE 3 - DUREE DU MARCHE 5

ARTICLE 4 - DEFINITION ET CONTENU DES PRESTATIONS 5

4.1 Définition des prestations 5

ARTICLE 5 - DESCRIPTION ET CONDITIONS DE REALISATION 7

5.1 Description des prestations 7
5.2 Modalités de collaboration avec l'ARS Bretagne 8

ARTICLE 6 - Obligations du titulaire 9

6.1 Dispositions générales 9
6.2 Obligation d'exécution - engagements 9
6.3 Obligations d'encadrement du titulaire 9
6.4 Confidentialité 9
6.5 Propriété intellectuelle 10

ARTICLE 7 - FOURNITURE D'UNE MAQUETTE ECHANTILLON 10

ARTICLE 8 - FOURNITURE D'EXEMPLE CONCRET DE REALISATION 10

ARTICLE 9 - MODALITES D'EXECUTION DES PRESTATIONS 10

9.1 Passation des commandes 11
9.2 Délais de réalisation 11

ARTICLE 10 - Annexe 1 : Etude de cas 12

ARTICLE 1 - OBJET ET CONTEXTE DU MARCHE

1.1 Objet

Le marché a pour objet **des prestations de création, exécution graphique, réalisation technique de supports de communication print et digitale, de réalisation photographique et audiovisuelle** pour le compte de l'ARS Bretagne.

1.2 Présentation de l'établissement

Créée le 1er avril 2010, l'ARS Bretagne regroupe des structures de l'Etat et de l'Assurance maladie dans les domaines de la santé. Elle a pour mission de mettre en œuvre la politique régionale de santé et de rendre le système de santé plus efficace en coordination avec les partenaires et en tenant compte des spécificités régionales de la population.

L'ARS Bretagne est un Etablissement Public Administratif (EPA), placé sous la tutelle du ministère des de la santé, des familles, de l'autonomie et des personnes handicapées.

Son siège se situe au « 6 place des Colombes - Bâtiment HERMES - 35042 RENNES Cedex »

Adresse postale : CS 14253 - 35042 RENNES cedex.

L'ARS Bretagne intervient dans les domaines suivants :

- Prévention des maladies, des handicaps et de la perte d'autonomie,
- Organisation de la veille sanitaire et suivi des éléments significatifs de la santé dans la région et réponse aux alertes sanitaires,
- Régulation de l'ensemble du champ des soins hospitaliers et des soins de ville,
- Contrôle de gestion et pilotage des ressources et de la performance de l'hôpital public,
- Pilotage de la politique régionale d'accompagnement médico-social des personnes en situation de handicap et de perte d'autonomie.

La stratégie de l'Agence et son organisation sont mises à la disposition des candidats sur son site internet : www.bretagne.ars.sante.fr

1.3 Contexte et orientations de la communication

En communication externe : *travail sur la notoriété, l'expertise et le positionnement politique de l'ARS.*
Le département communication-documentation ***accompagne la politique de la direction générale pour faire de l'ARS le référent régional en matière d'organisation de la santé en Bretagne. Il assiste les directions métiers pour valoriser et promouvoir leurs expertises et sensibiliser les populations sur des thèmes d'intérêt général de santé publique***.

En communication interne **:** *travail sur la connaissance, la reconnaissance et l'appartenance des équipes au sein d'une entité commune.*

Le département communication-documentation ***accompagne les changements de nos organisations, favorise le décloisonnement, facilite la circulation, le partage d'informations professionnelles et contribue à développer la cohésion et le travailler ensemble. En cela, la communication interne participe à la création d'une culture d'agence et à la constitution d'un collectif de travail partageant les mêmes valeurs.***

Dans le cadre de ses orientations, l'ARS Bretagne réalise un certain nombre de supports de communication (plaquettes, affiches, brochures, posts réseaux sociaux, vidéos …).
Elle organise des événementiels externes et internes (journées professionnelles, webinaires, assemblées générales du personnel…).
Elle déploie des campagnes de communication (print, digitale…) et gère les relations presse (réponses aux sollicitations médias, organisation de conférences de presse, réalisation de communiqués et dossiers de presse).

En communication digitale, elle est présente sur internet et sur les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, YouTube et Instagram avec un compte dédié aux thématiques de santé publique, à destination des jeunes : @pourmasante_).

Elle dispose en interne **d'un département communication-documentation composé de 6 personnes**. Les ressources humaines communication sont dédiées à la stratégie, à la rédaction des contenus pour le print et pour le Web, à la gestion des relations presse, à l'animation des médias sociaux et au pilotage de projets de campagnes de communication régionales.
Sur des besoins spécifiques (création graphique, réalisation technique, vidéo, impression, achat d'espace…), l'ARS s'appuie sur des prestataires externes.

1.4 Acheteur public

Dans le présent Cahier des Clauses Techniques Particulières, l'acheteur public sera dénommé ci-après :
Agence Régionale de Santé Bretagne ou ARS Bretagne ou ARS.

ARTICLE 2 - CARACTERISTIQUES DU MARCHE

2.1 Procédure utilisée

Le présent marché est un marché de fournitures et services passé par la voie d'une procédure d'appel d'offres ouvert conformément aux dispositions de l'art. L2124-2 de l'ordonnance 2018-1074 et des art. R2124-1 et R2124-2 du décret 2018-1075 relatif à la commande publique

L'accord cadre est mono-attributaire et s'exécute par émission de bons de commande, conformément à l'article 7 du CCAP, sur la durée du marché, l'exécution du/des bons de commandes peut aller au-delà de la date de fin de marché.

Selon l'article R2162-4 du Code de la commande publique, l'accord cadre est mono-attributaire et **s'exécute sur bons de commande avec un montant maximum financier de 320 000€ HT, sur la durée totale du marché**.

A titre indicatif et prévisionnel, les quantités susceptibles d'être commandées par an sont annexées à l'acte d'engagement (annexe 2 - Détail quantitatif estimatif annuel) de chacun des lots concernés.

Les bons de commande seront émis par le pouvoir adjudicateur au fur et à mesure de ses besoins et selon les conditions fixées à l'article 7 du CCAP.

Les dispositions du cahier des clauses administratives générales applicables aux marchés publics de fournitures courantes et de services (C.C.A.G. - F.C.S.) – approuvé par l'arrêté du 30 mars 2021 sont applicables au présent marché.

ARTICLE 3 - DUREE DU MARCHE

Le marché est conclu pour une période d'un an à compter de sa notification. Il sera ensuite renouvelable par tacite reconduction par période de 1 (un) an, trois fois, dans la limite de 3 (trois) ans de reconduction.

Toutefois, si le pouvoir adjudicateur ne souhaite pas reconduire le marché, il devra notifier sa décision trois mois avant la fin de la période en cours d'exécution. Si l'ARS Bretagne décide de ne pas reconduire le marché, le titulaire du présent marché est informé par écrit, par courrier recommandé avec accusé de réception, au moins 2 (deux) mois avant la date d'échéance de chaque période.

En cas de non-reconduction, le titulaire ne peut demander le versement d'indemnité. Pendant la durée du préavis, il devra exécuter les commandes en instance et donner suite aux bons de commandes qui seraient émis par la personne publique jusqu'à la date d'échéance concernée.

ARTICLE 4 - DEFINITION ET CONTENU DES PRESTATIONS

4.1 Définition des prestations

La réalisation des prestations demandées consiste en :

- **<u>Partie 1 - Création, infographie, mise en page de supports de communication, soit :</u>**
  - création graphique, infographique et mise en page de divers documents et supports de communication prêts à être imprimés ou diffusés en ligne.
  - réalisation conceptuelle, rédactionnelle et visuelle (graphiques, tableaux, cartes en couleur, images, dessins, etc.) déclinable sur les supports (cf. liste jointe en annexe 1 de l'acte d'engagement « bordereau de prix unitaires »).

Pour certaines commandes, il peut être demandé aux titulaires de fournir des illustrations à trouver prioritairement dans des banques d'images/photos gratuites mais qui pourront aussi être achetées ou réalisées de toutes pièces.

- **Partie 2 - Prestations audiovisuelles**

La réalisation des prestations demandées consiste :

- pour les « motion design » : conseil, conception, création, rédaction d'un storyboard, réalisation technique (animation, son) et mastering, livraison d'un support adapté à une diffusion en assemblée, sur les différents médias audio visuels, sur internet et les réseaux sociaux ;
- pour des Reels et stories pour les réseaux sociaux : conseils, rédaction de synopsis et création de vidéos courtes dynamiques sur le format et les transitions (réalisation technique : tournage, son, production), avec musique ou du son (exemple voix off), montage et éventuelles animations/habillages graphiques. Le format varie de 10 à 60 secondes.
- pour les spots radio : conseil, conception, création, rédaction de synopsis, réalisation technique (voix, prise de son, production, montage) et mastering, livraison d'un support adapté à une diffusion radiophonique et également sur internet et les réseaux sociaux.
- pour les vidéos : conseil, conception, création, rédaction d'un synopsis, d'un storyboard, réalisation technique (tournage, son, production, montage) et mastering, livraison d'un support adapté à une diffusion en assemblée, sur les différents médias audiovisuels, sur internet et les réseaux sociaux ;

Pour les vidéos, deux cas de figure **:**

- faire appel à des banques de données vidéos libres de droit ;
- réaliser les images en s'appuyant sur la mobilisation des interlocuteurs de l'ARS et/ou des acteurs de terrain (professionnels de santé, partenaires de l'ARS…) implantés sur la Bretagne.

Dans le cas d'un éventuel besoin de prestations de mannequinats ou de voix off par des comédiens, compte tenu de la spécificité de celles-ci, cette demande fera l'objet d'un devis et d'un avenant réalisés par l'ARS Bretagne.

Pour la durée du marché à conclure, l'ARS Bretagne a listé et défini un certain nombre de prestations susceptibles d'être commandées. La liste *des supports et documents recensés constitue les principales réalisations mais ne doit pas être considérée comme exhaustive.* Cette liste est jointe en annexe 1 de l'acte d'engagement « bordereau de prix unitaires ».

Ce document complété et signé par les candidats constitue le support contractuel à partir duquel les commandes pourront être passées.

Cette liste non exhaustive pourra être complétée en cours d'année par la demande de propositions techniques et de prix supplémentaires résultant de nouvelles expressions de besoins.

Ces productions complémentaires non inscrites aux bordereaux de prix unitaires (BPU) feront l'objet d'une demande spécifique. Les prix seront déterminés sur devis établis par le titulaire auprès du département communication-documentation de l'ARS Bretagne et/ou service ordonnateur. Le devis sera réputé accepté lorsqu'il aura fait l'objet d'une commande établie par ce même service.

ARTICLE 5 - DESCRIPTION ET CONDITIONS DE REALISATION

5.1 Description des prestations

Les prestations devront répondre à plusieurs critères indispensables :

- L'attractivité : pour qu'une communication ait un impact conséquent, elle doit s'inscrire dans des codes graphiques contemporains de la communication visuelle (choix et création des illustrations, choix des visuels, des couleurs…). Le prestataire retenu devra avoir une bonne connaissance de tous ces codes visuels et proposer des solutions graphiques qui favorisent une réalisation visuelle efficace et contemporaine.
- La lisibilité : l'originalité de l'aspect visuel ne doit pas nuire à la compréhension. Il faut que le message soit clairement lisible et hiérarchisé en fonction de l'information. L'équilibre entre le texte et l'iconographie devra être traité de façon particulièrement attentive par les prestataires.
- La fidélité à un univers graphique existant : le prestataire retenu devra respecter l'univers graphique de l'ensemble des productions déjà existantes. Il faudra utiliser les éléments graphiques fournis tout en étant force de proposition et savoir jouer avec les codes graphiques de la charte afin d'être créatif.

Selon les supports **de communication (brochure, affiche, dépliant, post RS…)**, plusieurs cas de figures seront à prendre en compte [1]:

- Nouvelle création : pour chaque nouveau support à créer qui nécessite une création graphique, **deux à trois propositions graphiques maximum devront être systématiquement proposées**. La réalisation technique devra se faire **sous la suite Adobe, version la plus récente et les polices adobe** devront être utilisées de préférence (ou fournies le cas échéant)**.** En cas d'évolution technologique, les prestataires devront pouvoir garantir la parfaite comptabilité.
- Réalisation technique complexe : signifie de mettre en forme du texte, des graphiques, de la cartographie, des illustrations et des photos à partir d'une création déjà existante.
- Infographie/mise en page simple : à partir d'une réalisation déjà faite (maquette), intégration d'éléments de texte uniquement.

Pour les réalisations audiovisuelles

- Nouvelle création : proposer axes graphiques et synopsis, storyboard
- Création existante : appliquer une charte graphique et proposer synopsis, storyboard

Dans le cadre des nouvelles créations (print et digitale), les **propositions graphiques et synopsis** devront être accompagnées **d'une note de préconisation** à partir desquelles s'effectuera un échange entre le prestataire et l'ARS Bretagne. Le prestataire apportera les adaptations successives qui s'avèreront nécessaires pour aboutir à la version définitive validée par l'ARS Bretagne.

[1] A titre informatif l'ensemble des publications sont téléchargeables sur le site www.bretagne.ars.sante.fr – rubrique études et publications

Autres modalités de fonctionnement à prendre en compte :

- Modifications et « Bon à tirer (BAT) » : l'ARS Bretagne s'autorise le droit de demander au titulaire **jusqu'à 4 modifications, sans supplément de prix**, sur les phases de création, d'infographie, de mise en page jusqu'au BAT.
- Illustrations : pour chaque document, les visuels seront fournis dans la plupart des cas. Pour autant, il pourra être demandé une recherche iconographique, ou la réalisation d'illustrations (création de pictogrammes, flat design…). Une proposition de prix relative à la réalisation des illustrations est intégrée dans le BPU.
- PDF : chaque document, dont le BAT a été signé, sera transmis à l'ARS Bretagne en PDF haute définition et basse définition pour mise en ligne sur le Web ou envoi en emailing.
- Fichier pour impression : pour les documents faisant l'objet d'impression, le prestataire sera chargé de préparer les fichiers pour l'imprimeur en respectant les exigences techniques de l'imprimeur, sans surcoûts (document PDF avec traits de coup et fonds perdus…)
- Fichiers sources : les fichiers sources de chaque document devront être transmis à l'ARS Bretagne après chaque BAT (plateforme de téléchargement ou support numérique).

Sur toutes les missions, le prestataire retenu devra :

- assurer un travail de suivi en lien avec le département communication-documentation précisant l'avancement de tous les dossiers relevant de ses interventions.
- définir un retro planning tenant compte :
  - des délais de réalisation techniques
  - des délais de BAT
  - des délais d'impression et de livraison
- assurer, en cas de besoin, une prestation de conseil, de préconisations, d'optimisation notamment par rapport au type de papier, au format, amalgame, etc., si le support avait vocation à être imprimé.

5.2 Modalités de collaboration avec l'ARS Bretagne

Le titulaire du marché s'engage à :

- **argumenter ses choix de création par écrit**, quelle que soit la prestation demandée en remettant à l'ARS une note.
- **communiquer par mèl l'état d'avancement des dossiers** en cours.
- **rencontrer annuellement en présentiel l'équipe du département communication-documentation** afin de faire le point sur les actions du marché passées et à venir.
- **organiser, selon les sujets, une réunion en distanciel** afin de définir avec la responsable du département communication et/ou les chargés de communication en charge du projet les besoins attendus et disposer de tous les éléments pour répondre à la demande.
- **établir en accord avec l'ARS un retro planning détaillé** qui doit indiquer les délais de réalisation (de la réception des informations jusqu'à la réception).

ARTICLE 6 - Obligations du titulaire

6.1 Dispositions générales

Le prestataire doit, ainsi que ses préposés, se soumettre, lors des rencontres et réunions dans les locaux de l'ARS, aux règles de sécurité et d'accès en vigueur dans ces locaux.
Le prestataire est tenu à une obligation générale de conseil, d'information et de recommandations aux correspondants de l'ARS concernant les prestations objet du marché.

6.2 Obligation d'exécution - engagements

Le prestataire a une obligation de résultat pendant toute la durée du marché.

La prestation doit en tous points respecter les spécifications du présent cahier des clauses particulières. Le prestataire s'engage à respecter les délais et dates qui seront fixés définitivement au moment de la commande éventuelle, et qui doivent **impérativement** respecter les délais standard maximum fixés à l'annexe 1 et 2 au bordereau de prix de l'acte d'engagement.

6.3 Obligations d'encadrement du titulaire

Le titulaire est tenu de désigner, pour la durée du marché, **un interlocuteur unique qui est une personne qualifiée ayant la responsabilité de prendre ou de faire prendre toutes décisions** au nom du titulaire et assurant la gestion du planning. Si cette personne n'est plus en mesure d'accomplir cette tâche, le titulaire doit :

- en aviser, sans délai, l'Agence et prendre toutes dispositions nécessaires afin d'assurer la poursuite de l'exécution des prestations ;
- proposer au pouvoir adjudicateur un remplaçant disposant de compétences au moins équivalentes et dont il lui communique le nom, les titres dans un délai **de deux semaines** à compter de la date d'envoi de l'avis mentionné à l'alinéa précédent.

Le remplaçant proposé par le titulaire est considéré comme accepté par le pouvoir adjudicateur, si celui-ci ne le récuse pas dans le délai de 7 jours ouvrés à compter de la réception de la communication mentionnée à l'alinéa précédent. Si le pouvoir adjudicateur récuse le remplaçant, le titulaire dispose de 5 jours ouvrés pour proposer un autre remplaçant.

La décision de récusation prise par l'ARS Bretagne est motivée.

6.4 Confidentialité

Le titulaire s'engage à respecter les dispositions de l'article L822-15 du Code du Commerce relative au secret professionnel. A ce titre, le prestataire retenu s'engage à respecter la stricte confidentialité des informations et documents recueillis soit avant notification du marché, soit au cours de son exécution, et notamment à ne pas la divulguer à des tiers.

Toute utilisation ou diffusion d'éléments relatifs à la prestation confiée et/ou faisant mention du nom de l'ARS Bretagne devra être préalablement soumise à l'accord de l'ARS Bretagne.

Le titulaire s'engage également à faire respecter cette même confidentialité par les salariés et représentants affectés à l'exécution des prestations du présent marché.

Les conditions mentionnées à la présente clause continueront à produire leur effet pendant une durée de 5 ans à compter de la date de fin du marché pour quelque cause que ce soit.

Tout manquement à cette obligation entraînerait la résiliation immédiate du marché sans préavis ni indemnité. L'ARS Bretagne se réserverait par ailleurs le droit d'engager des poursuites judiciaires à l'encontre du prestataire et de ses représentants.

6.5 Propriété intellectuelle

Le titulaire cède à l'ARS Bretagne, à titre exclusif, les droits de reproduction et de représentation sur les réalisations permettant à cette dernière de les exploiter librement. L'ARS Bretagne est ainsi considérée comme détentrice de l'intégralité des droits afférents à cette réalisation et sera libre d'exploiter à nouveau, en totalité ou de manière partielle, la création graphique retenue.

Le titulaire du marché est dessaisi de ces mêmes droits. Cette utilisation ne pourra, en aucun cas, être interdite par le titulaire, et ne fera l'objet d'aucune contrepartie financière ou de toute autre nature.

Il devra remettre systématiquement les fichiers natifs via des plateformes de téléchargement, ou supports numériques, après chaque BAT.

Dans le cas d'une utilisation par une autre ARS, l'ARS Bretagne se réserve le droit de transmettre les coordonnées du titulaire pour une éventuelle cession de droit.

ARTICLE 7 - FOURNITURE D'UNE MAQUETTE ECHANTILLON

Afin d'apprécier le critère technique fixé à l'article 11 du règlement de consultation, le candidat accompagnera son offre de prix **d'un projet graphique** pour une communication de l'ARS prévue sur **le thème des perturbateurs endocriniens, notamment liés à l'usage de cosmétiques**. Le détail est présenté en annexe 1 du présent CCTP « étude de cas ».

ARTICLE 8 - FOURNITURE D'EXEMPLE CONCRET DE REALISATION

Afin d'apprécier le critère technique, le candidat accompagnera son offre d'exemples concrets de réalisation graphique de leur choix : motion design, vidéo, spot radio, posts pour les réseaux sociaux réalisés pour d'autres clients…

ARTICLE 9 - MODALITES D'EXECUTION DES PRESTATIONS

Le titulaire est soumis à une obligation de résultat quant à l'exécution des prestations.

Il met l'ensemble des moyens matériels, humains et techniques nécessaires à la bonne exécution des prestations.

Il exécute la prestation conformément à la réglementation en vigueur, dans le respect des normes applicables et selon les spécifications techniques décrites dans le présent document.

9.1 Passation des commandes

Le marché s'exécute par bons de commandes émis et notifiés par le pouvoir adjudicateur ou son représentant au fur et à mesure des besoins. Seuls les bons de commandes signés par celui-ci peuvent être honorés par le titulaire.

Les commandes seront établies par le service Engagements / Ordonnancement de l'ARS et transmises au titulaire par courrier ou par mèl.

Chaque bon de commande comportera les mentions suivantes :

- la date d'émission et le numéro du bon de commande à rappeler sur la facture ;
- le numéro du marché et son intitulé ;
- le nom du titulaire et son adresse ;
- l'objet détaillé des prestations et/ou fournitures à réaliser ;
- les dates de réalisation des prestations ;
- les prix unitaires concernés conformément à ceux du BPU (bordereau des prix unitaires) annexe 1 de l'acte d'engagement.

Le titulaire a la faculté de faire agréer un ou plusieurs sous-traitants par l'ARS pour pallier, de manière exceptionnelle, à ses défaillances éventuelles.

Le premier bon de commande ne pourra donner lieu à exécution avant la notification du marché.

Les bons de commande pourront être émis jusqu'au dernier jour de validité du marché. Ils seront exécutoires, même après la fin des délais contractuels du marché, dès lors que la durée d'exécution des prestations stipulées au bon de commande ne dépasse pas un délai de trois mois.

9.2 Délais de réalisation

Des délais standards maximum de réalisation (création/réalisation technique) sont demandés sur des réalisations types.
Ces délais sont précisés sur les bordereaux de prix joints en annexe 1 (BPU) et 2 (DQE) de l'acte d'engagement. Le prestataire s'engagera sur ces délais maximum.

Remarque : les délais indiqués ne comportent pas les jours de validation internes à l'ARS et sont à renseigner en tenant compte des jours ouvrés.

ARTICLE 10 - Annexe 1 : Etude de cas

AGENCE REGIONALE DE SANTE BRETAGNE

Marché de prestations de Communication
ANNEXE 1 CCTP
« Etude de cas »

Ce document est destiné à l'analyse des offres. À partir du brief fourni, le candidat doit fournir les pièces à remettre sous peine de nullité de l'offre. Il n'est pas contractuel sur l'opération concernée et le contenu de la commande n'a ici qu'une valeur indicative et n'engage pas l'ARS Bretagne.
La proposition en réponse à cette étude de cas aura pour vocation de permettre l'évaluation de la qualité des prestations.

Objet : il est demandé au prestataire de créer une identité visuelle et un slogan qui marqueront une nouvelle campagne digitale et print en direction des adolescents, sur le thème des perturbateurs endocriniens, notamment liés aux cosmétiques.

1. **Intitulé du projet**
   Campagne digitale **perturbateurs endocriniens - thème : Prévenir et réduire les expositions liées à l'usage des cosmétiques**

2. **Eléments de contexte**
   Le gouvernement va publier à l'automne le 3ème plan national 2026-2030 « perturbateurs endocriniens (PE) » qui fixera le cap des actions à mener dans les prochaines années dans un objectif de « zéro exposition aux PE ». Voir le projet de plan soumis à consultation publique en mai 2026 : Projet de priorités d'actions de l'Etat et de plan d'actions sur les perturbateurs endocriniens | Consultations publiques

   Un perturbateur endocrinien (PE) est une substance qui interfère avec le système hormonal des organismes vivants, entraînant des effets néfastes sur la santé humaine et sur l'environnement. Les PE agissent en perturbant le système endocrinien selon divers mécanismes pouvant impacter de nombreuses fonctions vitales. Les périodes de préconception et de grossesse, de la petite enfance **et de la puberté** présentent une sensibilité accrue aux PE.

   Les impacts sanitaires des PE ont été largement démontrés, en particulier sur la santé reproductive (troubles de la fertilité, malformations…), sur le développement de l'enfant ou encore sur les cancers hormono-dépendants. Des travaux scientifiques plus récents ont permis d'identifier un certain nombre de pathologies suspectées d'être également la conséquence d'expositions à des PE : troubles neuro-développementaux, immunitaires, métaboliques ou encore cardiovasculaires. De la même façon, des liens sont depuis longtemps identifiés entre les expositions aux PE et l'émergence de troubles de la reproduction chez les animaux, menaçant de fait la survie de certaines espèces et l'équilibre des écosystèmes.

On retrouve des PE dans de nombreux produits du quotidien. Les jouets, **les cosmétiques**, les aliments constituent des produits de consommation courante identifiés comme prioritaires dans ce plan, car destinés aux populations sensibles, les jeunes notamment.
Les ARS seront chargées de déployer des actions préventives.

En Bretagne, des actions de prévention en santé environnementale ont été mises en place ces dernières années dans le cadre de la stratégie nationale « 1000 premiers jours » en direction des maternités et des Établissements d'Accueil du Jeune Enfant. Les perturbateurs endocriniens ont trouvé naturellement leur place dans ces actions.
L'objectif : changer les pratiques des professionnels de la petite enfance, sensibiliser les parents aux conséquences de l'utilisation des produits d'entretien, de toilette, de décoration, de matériaux… contenant des substances chimiques avec des propriétés de perturbateurs endocriniens.

L'ARS Bretagne souhaite élargir la cible de ces actions de prévention : elle envisage de lancer en 2027 **une campagne régionale de communication** en direction des adolescents.es **pour les sensibiliser au « bon usage des cosmétiques » : plus de sobriété, leur faire adopter des produits plus sains en limitant la liste des composés chimiques et, plus largement, leur faire prendre conscience sur le long terme des effets des perturbateurs endocriniens.**

La Cible :
- 12-18 ans avec un cœur de cible 12-15 ans
- Dans un second temps, les parents d'adolescent.es

La tonalité :
- Eviter les messages anxiogènes et les injonctions – partir sur de l'humour et de la pédagogie.

3. **La structuration de la campagne**

Donner les clés aux adolescents.es breton.nes permettant de s'occuper de leur santé sans les culpabiliser et sans renoncer au plaisir de prendre soin de soi (physique, mentale), afin de prévenir les risques de surutilisation de produits cosmétiques qui, à terme, peuvent avoir des effets nocifs sur la santé.

Les messages principaux à faire passer :
- Je limite les produits de beauté appliqués sur la peau (désodorisant, parfum, maquillage, skin care…), les ongles et les cheveux (gel, poudre coiffante, produit lissage…) : en diversité (nombre de produits), en fréquence d'application et en quantité appliquée ;
- J'évite les produits en spray ou en aérosol ;
- J'évite les teintures ou colorations pour cheveux, les vernis, dissolvants en privilégiant les compositions « clean », etc. ;
- Si j'ai le choix, je privilégie des produits avec rinçage ;
- Je regarde les étiquettes :
    - J'utilise des produits simples (liste d'ingrédients courte, sans parfum, d'origine végétale) ;

- Je privilégie les produits avec label environnemental.

La stratégie :

Déployer une stratégie digitale et print qui s'appuie principalement sur :

- ✓ une campagne sponsorisée via les réseaux sociaux *Snapchat*, *TIK TOK, Instagram*
- ✓ une campagne de communication d'influence en faisant appel aux créateurs de contenus, particulièrement suivis par notre cible afin de parler de notre sujet, gagner en efficacité/visibilité.
- ✓ Une campagne d'affichage bus, DOOH, lieux de vie pour adolescents

4. Les livrables attendus

Les candidats doivent proposer et justifier :

- ✓ **une piste créative d'identité visuelle et de slogan** qui marquera cette campagne
- ✓ la **déclinaison en :**
  - une affiche
  - une story Snapchat/Tik Tok
- ✓ **une estimation financière quantifiée** sur les principaux postes préconisés dans le cadre de cette simulation sur la base du BPU.

Ces réalisations seront jugées sur différents points :

- **L'attractivité :** pour qu'une communication ait un impact conséquent, elle doit s'inscrire dans des codes graphiques contemporains de la communication visuelle (choix et création des illustrations, choix des visuels, des couleurs, des jeux de typo…) et avoir un ton adapté à la cible.
- **La lisibilité :** l'originalité de l'aspect visuel et du format ne doit pas nuire à la compréhension. Il faut que le message soit clairement lisible.
- **La bonne restitution du message en tenant compte de la cible ;**
- **La qualité rédactionnelle.**