

L'OBJET DE LA CONSULTATION :

Impression, préparation, conditionnement et routage de l'ensemble des supports de communication des Journées Européennes des Métiers d'Art (JEMA).

Les prestations devront être exécutées, à compter de la date de notification du marché, dans le(s) délai(s) ci-dessous :

- Date prévisionnelle du début de la prestation : 25 novembre 2016
- La durée du marché est fixée à 12 mois reconductible 1 fois, à compter de la date de la notification.

ÉTENDUE DE LA CONSULTATION :

La consultation porte sur un accord-cadre à bons de commande passé en application de l'article 10 de l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics et des articles 66, 67 et suivants, et 78 et suivants du Décret n° 2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics, selon une procédure d'appel d'offres ouvert.

Le représentant du pouvoir adjudicateur est Madame Marie-Hélène FREMONT, Directrice Générale de l'INSTITUT NATIONAL DES MÉTIERS D'ART.

INTERLOCUTRICE :

Madame Céline Meurville
Chef de projet – Journées Européennes des Métiers d'Art
01 55 78 85 95 – meurville@inma-france.org
INMA - 23 avenue Daumesnil - 75012 PARIS

DESCRIPTION DES PRESTATIONS ATTENDUES :

1. L'INSTITUT NATIONAL DES MÉTIERS D'ART :

L'Institut National des Métiers d'Art est **l'opérateur de l'État au service des métiers d'art**, secteur de l'économie et de la création française à haut potentiel de développement.

Le rôle de l'INMA est d'anticiper l'avenir du secteur, le préparer en créant les conditions favorables à son développement pérenne. De par son identité et son positionnement, l'INMA fédère l'ensemble des acteurs publics et privés en faveur du secteur et développe une expertise qui fait référence au plan national et international.

L'Institut National des Métiers d'Art est la **structure unique à caractère interministériel qui associe l'ensemble des acteurs du secteur professionnels et institutionnels, au service de l'intérêt général des métiers d'art**. L'INMA favorise les échanges, développe une expertise et donne une cohérence aux différentes dynamiques.

L'Institut National des Métiers d'Art (INMA) est une **association reconnue d'utilité publique et d'intérêt général**.

Il est placé sous la double tutelle :

- Secrétariat d'État auprès du ministre de l'Économie et des Finances, chargée du Commerce, de l'Artisanat, de la Consommation et de l'Économie sociale et solidaire
- du ministère de la Culture et de la Communication

Statut :

Association fondée en 1889, sous l'appellation de Société d'Encouragement à l'Art et à l'Industrie (SEAI), et reconnue d'utilité publique en 1905 avant de devenir par décret du 4 août 1976 Société d'Encouragement aux Métiers d'Art (SEMA).

En 2010, suite au rapprochement de la SEMA et de la mission des métiers d'art du Ministère de la Culture et de la Communication, l'association fait l'objet de nouvelles modifications statutaires et prend la dénomination d'Institut National des Métiers d'Art (INMA).

Son siège est situé au Viaduc des Arts – 23, avenue Daumesnil - 75012 Paris

Ses missions :

OPERATEUR DE L'ÉTAT AU SERVICE DES METIERS D'ART

Interface entre l'Etat, les collectivités territoriales et les professionnels, l'INMA :

- produit des données sur les métiers d'art et leur environnement
- contribue à l'élaboration de la réglementation et à l'aide à la décision
- accompagne la transmission des savoir-faire et la valorisation du patrimoine immatériel : dispositif Maître d'Art-Elèves
- représente la France dans le cadre de coopération internationale : projets d'échanges européens et internationaux.

LABORATOIRE DU FUTUR DES METIERS D'ART

Moteur de la recherche-développement qui prépare l'avenir des métiers d'art,

- l'INMA : mène une veille active sur l'évolution du secteur au plan territorial, national et européen
- anime un think tank et do tank au service de l'économie, de la culture, de l'éducation et de l'emploi
- soutient la recherche : expérimentations, colloques, journées d'études internationales, rencontres
- organise le partage de la connaissance afin de nourrir une réflexion commune : les Rendez-vous de l'INMA.

TETE DE RESEAUX ET FORCE DE CONCERTATION

Créateur d'échanges entre économie, éducation et culture, animateur de réseaux pour renouveler la formation, faciliter l'emploi et l'entrepreneuriat, l'INMA :

- agit au cœur des partenariats entre l'État et les régions
- apporte une expertise et accompagne les acteurs pour le développement territorial des métiers d'art
- conduit une réflexion pour adapter la formation aux nouveaux enjeux du secteur
- promeut les dispositifs dédiés et innovants utiles à la création d'activité économique.

SOURCE ET LIEU D'INFORMATION POUR LES METIERS D'ART

Au service des professionnels, des jeunes et du public, l'INMA :

- nourrit un site web sans équivalent : institut.metiersdart.org
- dispose d'un Centre de ressources unique ouvert au public
- développe des outils d'information de référence : Annuaire officiel des métiers d'art, Annuaire des lieux de commercialisation, Fiches métiers, base de données, cahiers thématiques, revue de presse.

AMBASSADEUR DE LA NOUVELLE IMAGE DES METIERS D'ART

Révéléateur de talents, organisateur d'événements, l'INMA :

- coordonne tous les ans la plus importante manifestation du secteur dans le monde : Journées Européennes des Métiers d'Art (JEMA)
- organise le seul prix dédié aux jeunes en formation et en fait un tremplin pour les jeunes talents : prix Avenir Métiers d'Art et prêt d'honneur entrepreneurs des métiers d'art.

2. LA SELECTION DU TITULAIRE DU MARCHE

2.1. Les dates d'exécution de la prestation

Les dates d'exécution de la prestation : **25 novembre 2016 à 25 novembre 2017**

Les JEMA 2017 se tiendront les 31 mars, 1 et 2 avril (11^{ème} édition)

2.2. Le titulaire

Ce marché prévoit 2 lots :

Lot 1 : Impression de l'ensemble des supports de communication pour les Journées Européennes des Métiers d'Art

- Éditer des supports de communication de qualité et adaptés aux besoins du terrain

Lot 2 : Préparation, conditionnement et routage de l'ensemble des supports de communication pour les Journées Européennes des Métiers d'Art

- Préparer des kits de communication personnalisés selon la typologie du destinataire
- Conditionner les supports par plis ou colis
- Assurer un routage optimal des kits de communication JEMA en respectant les délais, en France métropole et Outre-Mer

Possibilité de présenter une offre pour 2 lots.

3. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU PROJET

Contexte :

>LE PREMIER ÉVÉNEMENT INTERNATIONAL DÉDIÉ À UN SECTEUR D'AVENIR

Les Journées Européennes des Métiers d'Art (JEMA) ont été créées à la demande des pouvoirs publics en 2002, afin de valoriser la richesse, la qualité et l'importance du patrimoine immatériel français.

Coordonnées par l'Institut National des Métiers d'Art, ces 3 journées sont basées sur le principe d'ouverture des ateliers ou de monstrosations hors-les-murs, par les professionnels et centres de formation. Le grand public est invité à vivre une expérience unique, grâce à une programmation foisonnante et parfois insolite, partout en France.

LES MÉTIERS D'ART SONT AU CŒUR DE NOTRE SOCIÉTÉ

Les métiers d'art font partie intégrante de notre société et ce depuis des siècles. De par leur identité, histoire, richesse, et rayonnement exceptionnels, ils touchent de nombreux domaines qui sont, aujourd'hui des axes de développement pour le territoire français.

UN RENDEZ-VOUS ÉCONOMIQUE ET CULTUREL UNIQUE

Pour les professionnels, c'est l'occasion de participer à un événement exceptionnel consacré au secteur, pour :

- faire découvrir son métier,
- se faire connaître du public et par conséquent de futurs clients et prescripteurs,
- améliorer sa visibilité grâce à la communication mise en œuvre,
- échanger et partager avec les visiteurs.

Pour les musées, lieux patrimoniaux et culturels, les JEMA permettent de renouveler leur programmation, de valoriser leur patrimoine lié aux métiers d'art, de diversifier ou renouveler leur visitorat, etc.

Pour les centres de formation, la manifestation permet de sensibiliser le grand public, de communiquer sur les formations dispensées et d'aller à la rencontre de futurs élèves, in-situ et/ou hors-les-murs.

Pour les collectivités territoriales, les métiers d'art sont un vecteur d'attractivité culturelle, touristique et économique. Les JEMA mettent à l'unisson les différents acteurs et créent une dynamique sur le plan local.

>UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION GLOBALE ET INTÉGRÉE

À travers une approche cross média, l'INMA élabore une stratégie de communication globale et intégrée ainsi que des supports de communication diversifiés et déclinables régionalement, dans le but de toucher les différents publics, partout en France.

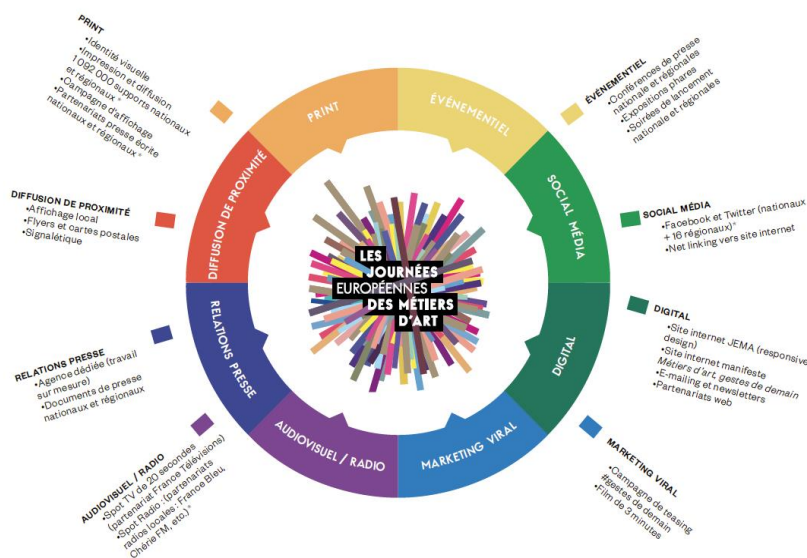
Les coordinations régionales se positionnent à partir de cette stratégie nationale, pour mettre en œuvre la leur, adaptée aux caractéristiques propres de leur territoire.

LES OBJECTIFS

- Renforcer la notoriété de la manifestation
- Développer la visibilité sur les plans local, national et aussi international

LES CIBLES

- Le grand public
- Les enfants et les scolaires
- Les journalistes
- Les consommateurs
- Les citoyens



BILAN 2016

>UN RENDEZ-VOUS GRAND PUBLIC

UN PUBLIC*

> NOMBREUX

La 10^{ème} édition des JEMA a attiré plus de **1 200 000 de visiteurs** pendant 3 jours.

> ACTIF

54 % des sondés exercent un métier

27% sont retraités

10% des visiteurs sont des étudiants contre 7% en 2015

9% sont sans-emploi

>FÉMININ

71% sont des femmes +5 points/2015

54% actives : employées ou cadres 27% à la retraite

40/60 ans / âge moyen 47 ans

> INTERGÉNÉRATIONNEL

Les visiteurs sondés sont

52% à être venu **en famille** ou à **20% avec des amis.**

Les **enfants accompagnent 19% des sondés.** Ils ont à 38%, entre 6 et 10 ans et 27%, entre 11-15 ans.

25% des sondés viennent seuls.

> AUX PROFILS VARIÉS

Ce rendez-vous populaire déplace

les **curieux à 32%**

les **amateurs à 23%**

les **promeneurs à 20%**

les **connaisseurs à 14%...**

UN ÉVÉNEMENT*

>PROTÉIFORME

39% des visiteurs plébiscitent la visite d'atelier

36 % la découverte d'une manifestation

suivi par 9% qui vont dans un atelier et une manifestation

> LOCAL

Le public se déplace dans un rayon

de moins de 10 kms pour 45%

entre 11 et 30 kms pour 25%

entre 31 et 50 kms pour 11%

> DOMINICAL

Les visiteurs viennent à

44% le dimanche

33% le samedi

>UN ÉVÉNEMENT SINGULIER ET PLURIEL

UNE PROGRAMMATION RICHE

>SUR TOUT LE TERRITOIRE

8 500 événements ont été organisés partout en France - Métropole et Outre-mer (dont 6 033 inscrits)*.

>POUR TOUTES LES ENVIES

5 151 ateliers participants

dont 2 667 portes ouvertes

145 centres de formation

dont 95 portes ouvertes

648 manifestations

comprenant 2 484 ateliers

et 50 centres de formation rattachés

89 circuits

1 349 animations dédiées au jeune public et aux scolaires

>POUR TOUS LES GOÛTS

- Patrimoine

- Création contemporaine

- Objet du quotidien

- etc.

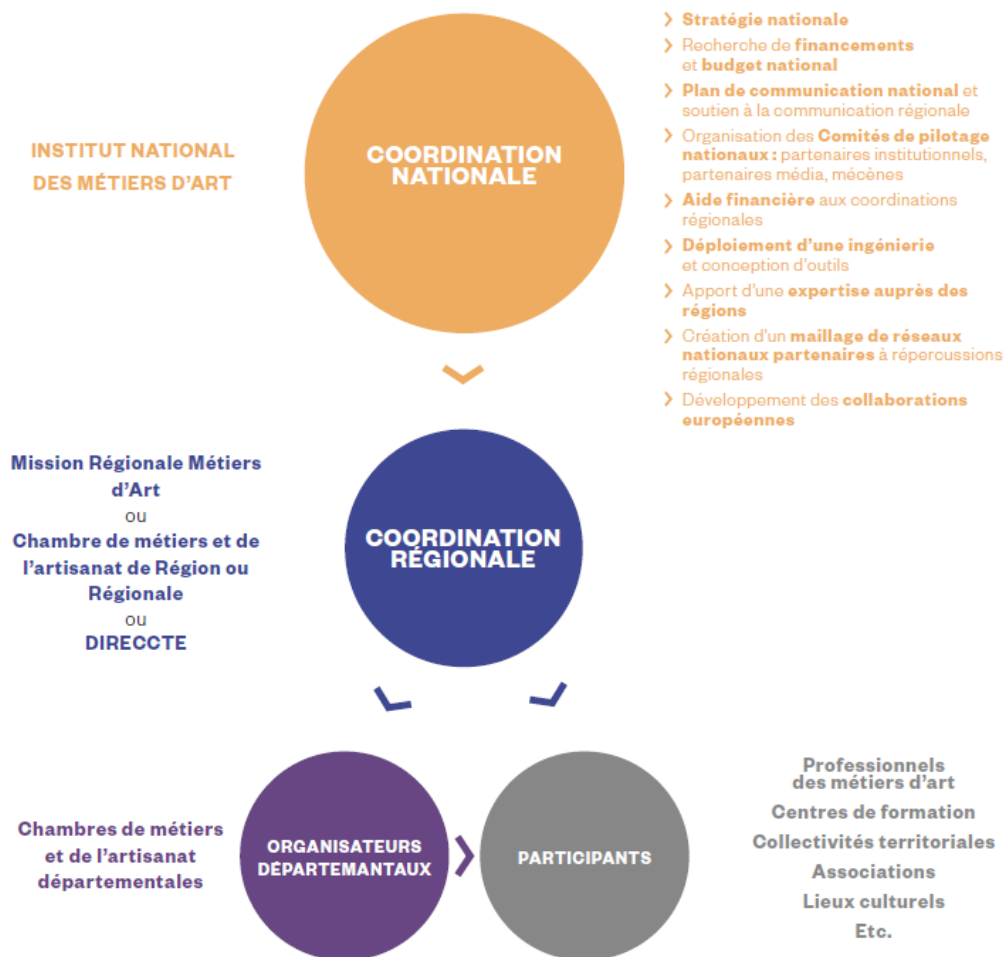
>UNE ORGANISATION NATIONALE PORTÉE PAR L'INMA

L'INSTITUT NATIONAL DES MÉTIERS D'ART, COORDINATEUR NATIONAL DES JEMA

Dans un objectif de structuration et de développement territorial des métiers d'art, l'Institut National des Métiers d'Art déploie au travers des JEMA, une véritable maîtrise d'ouvrage et une ingénierie pour l'ensemble des acteurs du secteur.

L'INMA désigne les coordinateurs régionaux JEMA, référents « métiers d'art », pour mettre en œuvre l'événement dans chaque région.

LE DISPOSITIF DE MISE EN ŒUVRE DES JEMA



>UNE INGÉNIERIE EFFICACE

L'INMA accompagne et forme les coordinateurs régionaux, 1^{er} réseau opérationnel de l'événement. À travers une approche globale et un suivi personnalisé, et en tenant compte des réalités de terrain, l'Institut leur transmet un cadre et une méthodologie de mise en œuvre des JEMA.

Pour ce faire des outils sont développés :

- aide à l'organisation,
- aide à la communication,
- moyens de diffusion.

ASSURER UNE COORDINATION FLUIDE

Objectif : partager l'information, stocker des outils, mettre à disposition des données essentielles et rendre l'ensemble de ces ressources, produites par l'INMA, accessibles à tous les coordinateurs. Alimentée par l'INMA et enrichie d'année en année, la plateforme de partage est un outil indispensable pour mener à bien les JEMA. Elle est accompagnée d'un rétro-planning dynamique, en ligne.

Organisation

- Cadre des JEMA (règlement, vade-mecum, guide de participation)
- Listes des réseaux locaux (services de l'État, villes, culture, tourisme, éducation, etc.)
- Fiches « Comment participer aux JEMA ? » pour les collaborateurs et partenaires
- Présentation type des JEMA pour les comités de pilotage régionaux
- Comptes rendus de réunions nationales
- Supports de sensibilisation

Communication visuelle

- Charte graphique des JEMA
- Maquettes graphiques (affiches, cartes postales, flèches signalétiques, etc.)
- Reportages photos libres de droit

Relations presse

- Communiqués de presse nationaux et régionaux, et dossier de presse national
- Éléments de langages

Outils

- Film et spot JEMA
- Tutoriels pour sensibiliser les participants
- Liste prêt de films INMA

Bilan

- Enquêtes JEMA (public, participants, Coordination régionale JEMA)

Boîtes

- à idées « bonnes pratiques »
- « Actualité métiers d'art »

>LA PROFESSIONNALISATION DES ACTEURS : UN ENJEU MAJEUR DE CETTE ÉDITION

AIDER LES PARTICIPANTS À RÉUSSIR LEURS JEMA ET À MIEUX COMMUNIQUER AUPRÈS DE LEURS PUBLICS AVANT, PENDANT ET APRÈS L'ÉVÉNEMENT

Optimiser la participation

Des outils qui informent, guident et forment les professionnels des métiers d'art :

- Mailing de 8 campagnes d'information INMA, pour rester en connexion avec les acteurs 5 000 destinataires (en moyenne) avec un taux d'ouverture exceptionnel à 51,6% (en moyenne)
- 4 tutoriels utiles et appréciés de tous : « Je participe », « Je communique », « Je suis attractif », « Je rebondis ». Objectif : mieux saisir les clés de la communication et de la commercialisation.

L'INMA a développé ces nouveaux outils pédagogiques grâce au soutien de la Fondation Bettencourt Schueller. Une campagne de diffusion dédiée via : une newsletter, un espace dédié aux participants sur le site internet des JEMA, le site internet de l'INMA (espace vidéo) et les réseaux sociaux.

Produire une communication sur mesure

Des supports de communication adaptés aux besoins de chaque participant :

- Une commande gratuite et livrée à domicile : 4 types de kits, 10 choix possibles

Composition - kits participants 2016	Combinaisons possibles 2016		
KIT A 1 affiche 40x60 + 10 affiches A3 + 50 cartes postales + 2 flèches	1 A	1 A + 1 B	1 A + 1 A
KIT B 10 affiches 40x60 + 1 affiche A3 + 50 cartes postales + 2 flèches	1 B		1 B + 1 B

Composition - kits région Île-de-France 2016	Combinaisons possibles 2016		
KIT A 1 affiche régionale IDF 40x60 + 10 affiches A3 + 50 cartes postales + 2 flèches	1 A	1 A + 1 B	1 A + 1 A
KIT B 10 affiches régionales IDF 40x60 + 1 affiche A3 + 50 cartes postales + 2 flèches	1 B		1 B + 1 B

- Une charte graphique JEMA et des maquettes personnalisables disponibles en ligne
Programmes, affiches, cartes postales, invitations, etc.
- Des outils pour une communication web (bannières, signature, spot, etc.)

5 261 kits imprimés et diffusés pour les participants +43% /2015

483 kits imprimés et diffusés pour les villes

78 kits imprimés et diffusés pour les coordinations régionales JEMA



3.2 Les Journées Européennes des Métiers d'Art 2017 et leurs objectifs

Dans le cadre de l'édition 2017 des Journées Européennes des Métiers d'Art qui se tiendra les 31 mars, 1 et 2 avril et qui aura pour thématique *Savoir(-)faire du lien*, l'INMA va mettre en œuvre une stratégie de communication globale et intégrée afin de poursuivre l'accroissement notable de la visibilité de la manifestation et de sa notoriété, tant au niveau national qu'aux plans régional, local et international.

Dans ce cadre, l'INMA souhaite éditer et livrer une communication sur mesure et gratuite, à l'ensemble des participants, afin d'assurer une visibilité optimale de l'événement, tant au niveau national qu'aux niveaux régional et local.

Chaque participant - soit 6 000 points contacts - recevra des supports de communication relatifs à la manifestation.

Les participants (cibles différentes) :

- entreprises métiers d'art,
- collectivités territoriales,
- sites culturels,
- chambres consulaires, etc.

La diffusion de ces documents devra impérativement respecter les délais imposés et plus particulièrement, les kits de communication (livraison fin février).

3.3 Lot 1, Impression : description de la prestation attendue

3.3.1 Le rôle de l'agence titulaire

Être force de proposition auprès de l'INMA, coordinateur national, sur :

- La réalisation des supports de communication : types d'impression (offset, numérique, sérigraphie, etc.) et types et grammages des supports d'impression.
- Le choix de l'ensemble des conditionnements des supports de communication.

Mettre en place un rétro-planning de réalisation selon les dates buttoirs transmises

Collaborer avec les agences prestataires de l'INMA : graphisme et routage. Possibles collaborations avec les coordinateurs régionaux JEMA

Réceptionner, contrôler et corriger (si nécessaire) l'ensemble des fichiers d'impression

Réaliser l'impression de l'ensemble des supports de communication JEMA

Conditionner et préparer l'ensemble des supports pour l'enlèvement effectuer par un routeur*

**à définir avec l'INMA*

Assurer le suivi des opérations et tenir informé l'INMA (points hebdomadaires, voir journaliers, lors de l'impression des supports de communication)

Réaliser un bilan et le présenter l'INMA : points positifs, points d'amélioration / solutions

3.3.2 Les supports de communication Print

Cf. annexes 3 et 4 : quantités 2015 et 2016

Indications de réalisation

- Type d'impression : quadrichromie
- Offset, numérique, sérigraphie, etc. (à définir avec l'aide du titulaire, en fonction du support)
- Papier : grammages et types à définir en fonction de chaque support et de leur utilisation
- Autres supports : tissus, toile de lin, pvc, toile d'extérieur, etc.

Indications types et quantités

Type de supports Print	Dimension / cm	Descriptif	Quantités basses	Quantités intermédiaires	Quantités hautes
AFFICHES					
Affiche 40 x 60	40 x 60	quadrichromie	1 000	-	35 000
Affiche 40 x 60 luxe	40 x 60	quadrichromie + pantone / sérigraphie ou offset	1 000	-	5 000
Affiche A3	29,7 x 42	quadrichromie	1 000	-	70 000
Affiche Abribus	120 x 179	quadrichromie	350	-	3 000
Affiche Abribus luxe	120 x 179	quadrichromie + pantone / sérigraphie ou offset	150	-	1 000
Affiche Ratp	62 x 100	quadrichromie	50	150	500
Affiches régionales	40 x 60	entre 5 à 15 modèles	100 (par modèle)	2 000 (par modèle)	6 000 (par modèle)
Affiche Mat drapeau (JC Decaux)	118,5 x 175	quadrichromie / recto/verso	150	1 000	5 000
Affiche Mupis (JC Decaux)	118,5 x 175	quadrichromie	100	550	1 000
Affiche Colonnes (JC Decaux)	118,5 x 350	quadrichromie / recto/verso	100	550	1 000

Affiche panneau publicitaire	400 x 300	quadrichromie	20	550	1 000
PETITS FORMATS					
Invitation A5	14,5 x 21	quadrichromie / recto/verso	500	-	6 000
Invitation A5 luxe	14,5 x 21	quadrichromie / pantone / recto/verso	500	-	6 000
Autocollant	14,5 x 21	quadrichromie	1 000	-	7 000
Dépliant pocket - triptyque	10 x 21 (fermé) 29,7x21 (déplié)	quadrichromie	500	-	10 000
Dépliant Carte des territoires	12 x 21 (fermé) 44,55 x 42 (déplié)	quadrichromie	1 000	70 000	150 000
Carton de correspondance	10,5 x 21	quadrichromie / recto/verso	1 000	-	100 000
Carte postale	10,5 x 21	quadrichromie / recto/verso	1 000	-	500 000
Flyer recto/verso	10,5 x 21	quadrichromie / recto/verso	1 000	-	200 000
Chemise à rabats	21 x 29,7 (fermée)	quadrichromie	100	1 000	5 000
SIGNALÉTIQUE EN EXTÉRIEURE					
Panneaux signalétiques (flèches)	15 x 57	quadrichromie	0	-	18 000
Banderole	300 x 100	quadrichromie	0	-	800
Kakémono	70 x 230	quadrichromie	0	-	800
Toile SNCF 1	300 x 100	quadrichromie	1	5	20
Toile SNCF 2	800 x 300	quadrichromie	1	5	20
BROCHÉS					
Bilan (de 12 à 34 pages)	21 x 29,7	quadrichromie / recto-verso / offset	100	600	1 000
Bilan (de 12 à 34 pages) luxe	21 x 29,7	quadrichromie / pantone / recto/verso / offset	100	600	1 000
GOODIES					
Badge	5,5 de diamètre	quadrichromie	1 000	-	8 000

Impression et routages des éditions précédentes		
JEMA 2015	487 859 supports de communication imprimés	3 479 kits routés
JEMA 2016	459 795 supports de communication imprimés	5 822 kits routés
Estimations des éditions à venir		
JEMA 2017	6 600 kits imprimés et routés	
JEMA 2018	7 260 kits imprimés et routés	

3.3.3. Calendrier d'action principal *

*À ajuster selon les contraintes définies ci-dessus.

CALENDRIER D'ACTION	Novembre 2016	Décembre 2016	Janvier 2017	Mars 2017	Avril 2017
Retro-planning détaillé	25 novembre				
Remise des maquettes graphiques par l'INMA		Du 12 au 16/12			
Contrôle des documents avant impression / corrections si nécessaire		Du 19/12 au 23/12			
Remise des quantités finales par l'INMA			16/01		
Impression des supports de communication			Du 17/01 au 29/01		
Enlèvement des supports de communication par le routeur prestataire			30 et 31/01		
Gestion des possibles reliquats				Mi-mars	
Bilan et résultats					Mi-avril

3.3.4. Étapes du projet lié à l'impression des supports de communication

L'agence fournira un retro-planning reprenant les 4 étapes précisées ci-dessous, à faire valider par l'INMA :

ÉTAPE 1 : Organisation > 25 novembre

- Choix du type d'impression et de l'emballage des supports de communication, en collaboration avec l'INMA

ÉTAPE 2 : Impression

Maquettes d'impression (pdf HD) > décembre 2016

- Réception de l'ensemble des fichiers sources et traitement des données (plusieurs sources possibles) fichiers fournis par :
 - l'INMA,
 - l'agence de graphisme,
 - les coordinateurs régionaux (supports régionaux).
- Vérification des fichiers transmis et si nécessaire, corrections graphiques de ceux-ci.

Quantités > mi-janvier 2017

- Réception de l'estimation des quantités (quantité par type de support) - fichier excel fourni par l'INMA
- Réception des quantités finales (quantité par type de support) - fichier excel fourni par l'INMA

Impression des documents > janvier 2017

- Avant impression :
 - envoi des BAT à l'INMA, pour validation
 - 1^{er} calage des supports à effectuer en présence de l'INMA (dans la mesure du possible)

- Impression de l'ensemble des supports de communication selon les quantités annoncées
- Vérification des quantités imprimées et contrôle de la qualité d'exécution pour chaque support de communication
En cas de problème ou de défaut des livrables, le titulaire s'engage à proposer des solutions et à effectuer la réimpression des supports de communication défectueux en cas de problème majeur.

ETAPE 3 : **Préparation et conditionnements des documents** en vue de l'enlèvement effectué par le prestataire en charge du routage des supports de communication* > **pour le 31 janvier 2017**

ETAPE 4 : **Bilan et résultats > avril**

3.4. Lot 2, préparation, conditionnement et routage des supports de communication JEMA : description de la prestation attendue

3.4.1 Le rôle de l'agence titulaire

Être force de proposition auprès de l'INMA, coordinateur national, sur l'ensemble de l'opération

Mettre en place un rétro-planning de réalisation selon les dates buttoirs transmises

Proposer à l'INMA, une stratégie de routage globale adaptée aux JEMA :

- 1) développement d'un réseau de diffusion national (métropole et Outre-mer) adapté au terrain (milieu rural et urbain)
- 2) mobilisation et choix des moyens : transporteurs, postaux et/ou points relais
- 3) mise en œuvre d'une logistique* nécessaire pour un routage efficace :
 - livraison à domicile par transporteur :
 - signaler par mail ou texto que la livraison est en cours et que le colis a été confié à un transporteur
 - en cas d'absence, le livreur devra assurer 2 passages au besoin et laisser un ou des avis de passage personnalisé(s) JEMA. Une prise de contact téléphonique pourra être effectuée par le livreur
 - livraison à domicile par voie postale :
 - signaler par mail ou texto que l'envoi est en cours et pris en charge par La Poste (colissimo)
 - livraison en point relais :
 - signaler par mail ou texto que le colis a été confié à un transporteur
 - signaler par mail ou texto que le colis a été pris en charge par le point relais

* Si la logistique est confiée à un sous-traitant s'assurer de la transparence de l'exécution (bonne visibilité du suivi des livraisons et service clientèle mis en place notamment)

Collaborer avec l'agence prestataire de l'INMA, en charge de l'impression

Organiser l'enlèvement de l'ensemble des supports de communication auprès de l'imprimeur prestataire de l'INMA

Préparer et conditionner l'ensemble des supports de communication sous forme de kit (plis ou colis)

Router l'ensemble des supports de communication JEMA et en assurer le suivi :

- piloter les flux de livraison (détecter les incidents, valider les livraisons, apporter des solutions, etc.)
- gérer les reliquats : possibles livraisons tardives en lien avec l'INMA et au final, destruction du trop plein
- veiller au bon déroulé des opérations et tenir informé l'INMA (points hebdomadaires, voir journaliers, lors du routage des supports de communication)

Réaliser un bilan et le présenter à l'INMA : points positifs, points d'amélioration / solutions.

3.4.2 Les supports de communication

Indications de réalisation

- Papier : grammages et types non défini
- Autres supports : tissus, toile de lin, pvc, toile d'extérieur, etc.

Cf. annexes 3 et 4 : quantités 2015 et 2016

Indications types et quantités

Type de supports Print	Dimension / cm	Descriptif	Quantités basses	Quantités intermédiaires	Quantités hautes
AFFICHES					
Affiche 40 x 60	40 x 60	quadrichromie	1 000	-	35 000
Affiche 40 x 60 luxe	40 x 60	quadrichromie + pantone / sérigraphie ou offset	1 000	-	5 000
Affiche A3	29,7 x 42	quadrichromie	1 000	-	70 000
Affiche Abribus	120 x 179	quadrichromie	350	-	3 000
Affiche Abribus luxe	120 x 179	quadrichromie + pantone / sérigraphie ou offset	150	-	1 000
Affiche Ratp	62 x 100	quadrichromie	50	150	500
Affiches régionales	40 x 60	entre 5 à 15 modèles	100 (par modèle)	2 000 (par modèle)	6 000 (par modèle)
Affiche Mat drapeau (JC Decaux)	118,5 x 175	quadrichromie / recto/verso	150	1 000	5 000
Affiche Mupis (JC Decaux)	118,5 x 175	quadrichromie	100	550	1 000
Affiche Colonnes (JC Decaux)	118,5 x 350	quadrichromie / recto/verso	100	550	1 000
Affiche panneau publicitaire	400 x 300	quadrichromie	20	550	1 000
PETITS FORMATS					
Invitation A5	14,5 x 21	quadrichromie / recto/verso	500	-	6 000
Invitation A5 luxe	14,5 x 21	quadrichromie / pantone / recto/verso	500	-	6 000
Autocollant	14,5 x 21	quadrichromie	1 000	-	7 000
Dépliant pocket - triptyque	10 x 21 (fermé) 29,7x21 (déplié)	quadrichromie	500	-	10 000
Dépliant Carte des territoires	12 x 21 (fermé) 44,55 x 42 (déplié)	quadrichromie	1 000	70 000	150 000
Carton de correspondance	10,5 x 21	quadrichromie / recto/verso	1 000	-	100 000
Carte postale	10,5 x 21	quadrichromie / recto/verso	1 000	-	500 000
Flyer recto/verso	10,5 x 21	quadrichromie / recto/verso	1 000	-	200 000
Chemise à rabats	21 x 29,7 (fermée)	quadrichromie	100	1 000	5 000
SIGNALÉTIQUE EN EXTÉRIEURE					
Panneaux signalétiques (flèches)	15 x 57	quadrichromie	0	-	18 000
Banderole	300 x 100	quadrichromie	0	-	800
Kakémono	70 x 230	quadrichromie	0	-	800
Toile SNCF 1	300 x 100	quadrichromie	1	5	20
Toile SNCF 2	800 x 300	quadrichromie	1	5	20

BROCHÉS					
Bilan (de 12 à 34 pages)	21 x 29,7	quadrichromie / recto-verso / offset	100	600	1 000
Bilan (de 12 à 34 pages) luxe	21 x 29,7	quadrichromie / pantone / recto/verso / offset	100	600	1 000
GOODIES					
Badge	5,5 de diamètre	quadrichromie	1 000	-	8 000

Impression et routages des éditions précédentes		
JEMA 2015	487 859 supports de communication imprimés	3 479 kits routés
JEMA 2016	459 795 supports de communication imprimés	5 822 kits routés
Estimations des éditions à venir		
JEMA 2017	6 600 kits imprimés et routés	
JEMA 2018	7 260 kits imprimés et routés	

3.4.3. Les kits de communication

Types de kits :

- Kit INMA
- Kit participant
- Kit participant IDF
- Kit programme IDF
- Kit département/région
- Kit ville

Indications de réalisation – contenu

QUANTITES FIXES				
	KIT A	KIT B	KIT C	KIT D
Kit INMA	1250 affiches A3 + 1000 affiches 40x60 + 150 affiches 120x176 + 5000 cartes postales	-	-	-
Kit participant	1 affiche 40x60 + 10 affiches A3 + 50 cartes postales + 2 flèches	10 affiches 40x60 + 1 affiche A3 + 50 cartes postales + 2 flèches	-	-
Kit participant IDF*	1 affiche 40x60 IDF + 10 affiches A3 + 50 cartes postales + 2 flèches	10 affiches 40x60 IDF + 1 affiche A3 + 50 cartes postales + 2 flèches	-	-
Kit programme régional – IDF* (format à définir)	20 programmes	50 programmes	100 programmes	Quantités variables / 20 points de livraison
QUANTITES VARIABLES				
Kit département/région	Quantités de base fixes par support de communication / Quantités maximum fixées par support de communication / Composition variable par multiple de 1 à 5. Types de supports de communication concernés : affiche 40x60, affiche A3, carte postale, 120x176, affiche 40x60 régionale, kakémono, bilans, panneaux signalétiques, badge, etc. <i>Exemples :</i> Région Grand Est > 100 affiches A3 x 3 / 100 affiches 40x60 régionales x 3 / 250 cartes postales x 3 Région Occitanie > 100 affiches régionales x 5 / 250 cartes postales x 4			
Kit ville	Types de supports de communication concernés : affiche 40x60, affiche A3, carte postale, 120x176, JC Decaux, RATP, banderole			

*IDF : Île-de-France

Points de routage – indications quantités et type de coordonnées de livraison

Types de kits	Conditionnement	Points de routage estimés	Coordonnées de livraison
Kit participant	pli	De 2 500 à 8 000	Point relais / Adresse domicile ou entreprise / Adresse collectivité territoriale / etc.
Kit participant IDF*	pli	De 500 à 1 000	Point relais / Adresse domicile ou entreprise / Adresse collectivité territoriale / etc.
Kit département/région	colis	De 0 à 100	Adresse structure administrative
Kit ville	pli/colis	De 0 à 1 000	Adresse collectivité territoriale
Kit INMA	pli/colis	1	Adresse structure administrative
Kit programme régional – IDF*	colis	De 100 à 3 000	Point relais / Adresse domicile ou entreprise / Adresse collectivité territoriale / Structure administrative / etc.

*IDF : Île-de-France

Contraintes liées à la préparation

Les supports de communication seront routés sous forme de kits ou plis nécessitant des conditionnements adaptés. Les affiches ne devront pas être pliées et les grands formats d'affiche seront roulés (15 exemplaires maximum par conditionnement).

3.4.4 Calendrier d'action principal *

*À ajuster selon les contraintes définies ci-dessus.

CALENDRIER D'ACTION	2016		2017			
	Nov.	Déc.	Janvier	Février	Mars	Avril
Retro-planning détaillé	25 novembre					
Enlèvement des supports de communication chez l'imprimeur prestataire			30 et 31/01			
Remises des fichiers de contacts par l'INMA			31/01			
Préparation et conditionnement				Du 02/02 au 23/02 (3 sem.)		
Routage et suivi logistique				<u>Du 24/02 au 06/03</u>		
Gestion des possibles reliquats					Mi-mars	
Bilan et résultats						Mi-avril

3.4.5 Étapes du projet lié à la préparation et au routage des supports de communication

L'agence fournira un retro-planning reprenant les 4 étapes précisées ci-dessous :

ÉTAPE 1 : Organisation > 25 novembre

- Choix du type de conditionnement des supports de communication, en collaboration avec l'INMA

ÉTAPE 2 : Préparation > du 1^{er} au 14 février

- Réception des fichiers de contacts (participants, régions, villes, etc.) fournis par l'INMA et traitement des données
- Réalisation des kits de communication selon les quantités indiquées, par kits et plis
- Conditionnement des supports de communication, par kits et plis

ÉTAPE 3 : Routage > du 15 au 28 février

- Routage des supports de communication par transporteurs, points relais ou par voie postale, dans le respect du calendrier imparti et selon les livraisons prioritaires (liste des régions fournie par l'INMA)
- Suivi logistique et du bon déroulement des livraisons

ÉTAPE 4 : Bilan et résultats > avril

4. BONS DE COMMANDE

Pour l'exécution de l'accord cadre, chaque prestation, dont l'exécution est demandée, fait l'objet d'une demande expresse, par écrit au titulaire, sous forme de bons de commande signés.

Chaque bon de commande détermine les conditions et les renseignements nécessaires à l'exécution des prestations et, en particulier, le délai, les conditions, la nature, et le prix.

Le délai d'exécution porté sur le bon de commande est contractuel et par conséquent, doit être impérativement respecté.

L'entrepreneur ne doit pas entreprendre l'exécution des prestations sans être en possession du bon de commande visé par l'IMNA. Cette clause en conditionne le règlement.