

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

Création et déclinaison d'une identité graphique pour le musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole

1. Présentation générale du musée des Arts et de l'Archéologie et des objectifs de la consultation

1.1. Contexte

Le musée des Beaux-Arts de Valenciennes a fermé ses portes au public en 2020 en raison de l'état de vétusté de son bâtiment qui nécessitait d'importants travaux de réfection de sa toiture et de sa couverture. Ces travaux structurels s'achèvent tandis qu'une rénovation et un réaménagement complet de ses espaces intérieurs, qui transformera tant la circulation des usagers que la scénographie de son parcours permanent des collections, débutent dans les prochains mois. Cette nouvelle configuration s'appuie sur un PSC qui renouvelle radicalement l'image du musée et ses orientations stratégiques.

En 2024, le musée des Beaux-Arts de Valenciennes a changé de nom pour mieux exprimer la diversité de ses collections et particulièrement pour mieux valoriser ses collections d'archéologie. Il est devenu le musée des Arts et de l'Archéologie. Par ailleurs, en raison de son rayonnement et de l'importance des travaux structurels qui y sont actuellement menés, la gestion du musée a été transférée de la Ville à la Métropole le 1^{er} mai 2025. Toutefois l'opération de rénovation et de transformation du musée ayant été gérée depuis 2020 par les équipes de la Ville, il a été convenu que la municipalité poursuivrait et achèverait les travaux en cours. Cet accord a été acté par une Délégation de maîtrise d'ouvrage (DMO) de la Métropole à la Ville. Cette délégation comprend notamment l'exécution du présent marché de conception et de déclinaison de la future identité graphique du musée, jusqu'à l'ouverture de l'équipement aux publics. Ce marché sera alors transféré, par avenant, de la Ville à la Métropole sans autre modification des conditions du contrat.

1.2. Présentation du musée des Arts et de l'Archéologie et des trois axes majeurs de son projet

Ancienne capitale du comté du Hainaut, région historique, bénéficiant du dynamisme culturel impulsé par les politiques territoriales de la Ville et de Valenciennes Métropole, le musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole se trouve sur un territoire constitué de 35 communes et d'environ 195 000 habitants.

L'identité graphique devra refléter le nouveau nom du musée, mais également les trois axes principaux, définis dans le Projet scientifique et culturel (PSC) du musée :

- Un musée carrefour : les collections archéologiques du musée portent le témoignage de l'histoire d'un territoire frontalier, tour à tour français, espagnol ou néerlandais. Le parcours permanent des collections du musée reflètera ainsi d'intenses échanges, notamment culturels, que le musée entend prolonger par la diversité et le multiculturalisme de sa programmation.
- Un musée vivant : du temps de la Confrérie de Saint-Luc, fondée en 1608 à Valenciennes, puis de l'Académie de peinture et de sculpture, fondée en 1782 sous l'égide de l'Académie royale de Paris, enfin transformée en école des Beaux-arts à partir de 1819, le musée, ouvert pour sa part en 1801, était richement pourvu en art contemporain de son temps, grâce aux nombreux artistes de renom que ces institutions ont formé : Antoine Watteau, Abel de Pujol, Jean-Baptiste Carpeaux... et de très nombreux premiers et seconds Prix de Rome tout au long du XIX^e siècle. Avec le temps ces acquisitions contemporaines se sont tariées. À sa réouverture, le musée renouera avec cette politique volontariste d'exposition et d'acquisition

de l'art en train de se faire. Dans le cadre de sa programmation culturelle, le musée devient également un forum ouvert à toutes formes de spectacle vivant : danse, théâtre, cirque, etc.

- Un musée pluriel : Les collections du musée sont plus diverses que ce que son ancienne appellation « beaux-arts » ne pouvait laisser entendre aux publics : archéologie bien entendu, mais aussi textiles, céramiques, argenterie, et de nombreux témoins de l'histoire des manufactures et des premières industries du territoire. Par ailleurs le musée développe une politique des publics en pointe dans le domaine de l'inclusion des publics vulnérables, avec un objectif d'accessibilité universelle et de sensibilité à la fluidité de genres et de d'orientations sexuelles.

1.3. Les valeurs et mots-clés du musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole

Les valeurs principales du musée des Arts et de l'Archéologie sont les suivantes :

- La conservation et la valorisation de son bâtiment et de ses collections
 - Restauration, rénovation et mise en valeur du bâtiment dont une partie (les façades, la toiture dont la charpente et les salles de l'axe central) est inscrit au Monuments historiques depuis le 2 mars 2023
 - Documentation, préservation, valorisation et diffusion auprès de tous les publics des collections du musée
- La transmission de l'histoire vivante d'un territoire
 - Des premières traces d'occupation du territoire à aujourd'hui, raconter, faire comprendre et aimer l'histoire du Valenciennois
- L'amélioration de la responsabilité sociétale du musée
 - Réduction de l'impact environnemental de nos activités : gestion raisonnée des ressources et des énergies, réduction des déchets, allongement des durées d'exposition pour effectuer un travail de fond avec les publics
 - Un projet de partage à destination de toutes et tous, grâce à des démarches de concertation et de participation, avant et pendant les phases de conception de nos projets (dont le parcours permanent des collections),
 - Des partenariats avec des associations du territoire qui participent avec nous, en co-construction, à des projets concrets de solidarité
 - Une vocation touristique pour renforcer l'attractivité de la ville et du territoire métropolitain dans une logique de réseau et dans un contexte favorable au slow tourisme et aux activités associées au bien-être : yoga, sophrologie au musée par exemple
- Le décroisement des disciplines :
 - Alliance du patrimoine, de l'art et des sciences dans des salles, mêlant toutes les périodes du Paléolithique à nos jours, autour de thématiques telles que l'artiste, le sens de la fête ou encore les croyances, le vivant, etc.
 - Transmission du contenu scientifique par des biais participatifs et ludiques

Les mots-clés du projet sont les suivants : le musée, les collections, le Monument historique, les arts, l'archéologie, l'histoire, l'éducation artistique et culturelle, le ludique, l'interactivité, le respect de soi, des autres et de l'environnement, la participation des habitants, l'échange, la rencontre, la durabilité, l'inclusion et l'accessibilité.

1.4. Les publics cibles

1.1.1. Cible 1 : la population locale et régionale

- Les habitants de Valenciennes Métropole
- Les autres habitants du Nord et de la région Hauts-de-France

Cette cible est la première à conquérir afin de fédérer les publics autour de la nouvelle identité du musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes et de son projet.

Les axes de communication principaux pour cette cible sont :

- la mise en valeur d'un bâtiment emblématique du territoire et des collections musée de France, au sein d'un site restauré dans la ville de Valenciennes pour les habitants du Valenciennois.
- Un musée comme lieu de vie, d'apprentissage, de ressources, de divertissements et de rencontres artistiques et culturelles pour toutes et tous
- Un musée qui propose un renouvellement régulier de son parcours permanent des collections, de ses expositions temporaires, de son offre de visites et d'ateliers, de sa programmation culturelle semestrielle offrant donc un intérêt à revenir régulièrement

1.1.2. Cible 2 : les touristes

- Touristes nationaux hors région Hauts-de-France
- Touristes internationaux

Les axes de communication principaux pour cette cible sont :

- L'inscription du musée des arts et de l'archéologie dans un ou des parcours touristiques de la région valenciennoise et, au-delà, de la région Hainaut et Flandres : cyclotourisme, tourisme pédestre (notamment dans le contexte du réseau transfrontalier HENRIETTE), voyage à deux, en famille ou entre ami.e.s
- Le tourisme culturel novateur, ludique et interactif dans un contexte d'évolution du secteur vers une approche durable, expérientielle et émotionnelle

1.1.3. Cible 3 : les amateurs avertis

- « Consommateurs culturels »
- Touristes exclusivement centrés sur la dimension culturelle d'un territoire

Les axes de communication principaux pour cette cible sont :

- le renouvellement régulier des salles des collections permanentes et la programmation régulière d'expositions temporaires, la dimension « nouveauté » d'une manière générale
- la richesse de programmation culturelle annuelle impliquant des artistes vivants, particulièrement autour des grands événements fédérateurs : Nuit des musées, Journées nationales de l'Archéologie, Journées européennes du Patrimoine, etc.

1.1.4. Cible 4 : les publics en âge scolaire (y compris étudiants)

Les axes de communication principaux pour cette cible sont :

- La dimension ludique et éducative du musée et des activités qu'il propose
- La mise en œuvre d'ateliers, de documentation, d'activités etc. adaptés aux jeunes

1.1.5. Cible 5 : les professionnels

- Les professionnels des secteurs de la culture, de l'éducation nationale et de la presse
- Les professionnels des autres secteurs d'activités

Les axes de communication principaux des premiers rejoignent les axes déjà évoqués pour le public expert. En ce qui concerne les seconds, les axes de communications spécifiques sont :

- L'accueil de groupes à taille humaine
- La pluralité de prestations : séminaires et/ou team building dans un cadre exceptionnel qu'il est possible de privatiser avec un accueil personnalisé

1.5. Objet du marché : objectifs stratégiques et opérationnels

La mission consiste à créer et à décliner un concept graphique au profit du musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole.

1.5.1. Objectifs stratégiques

- Positionner le musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole de façon innovante, différenciée par rapport aux autres acteurs culturels et touristiques de la région, tout en restant adaptée aux attentes des publics et aux valeurs du musée
- Développer la notoriété et l'image du musée en capitalisant sur ses points forts (qualité des collections Musée de France au sein d'un bâtiment inscrit aux Monuments historiques) et sur les valeurs qu'il entend transmettre (voir 1.3.)
- Créer une identité visuelle et de contenu pour le musée en accord avec l'image et les valeurs de la destination tourisme en Hauts-de-France (Hauts-de-France – la générosité naturelle)
- Mêler, dans tous les aspects de la communication, la dimension culturelle centrée sur le bâtiment, les œuvres et la programmation culturelle, avec l'autre facette du musée en tant que lieu de vie, d'échanges, de rencontres et d'inclusion (musée carrefour, musée vivant, musée pluriel)
- Produire une information culturelle, ludique et attrayante
- Contribuer à l'instauration d'une réelle « expérience usager », passant par l'accessibilité et la lisibilité de l'information avant/pendant/après sa venue au musée

1.5.2. Objectifs opérationnels

- Créer et développer un concept graphique unique au profit du musée des Arts et de l'Archéologie
- Décliner ce concept graphique pour créer l'ensemble des supports de communication de la structure.
- Former la référente du musée aux subtilités de la charte graphique pour lui permettre, ainsi qu'à l'équipe, de s'approprier le concept graphique
- Respecter les modalités convenues à chaque émission de bon de commande, tant en termes de délais que de caractéristiques des prestations.
- Collaborer, communiquer et organiser conjointement son action avec les autres acteurs du projet du nouveau musée, et tout particulièrement avec les concepteurs du site internet qui seront sélectionnés à posteriori et qui déclineront l'identité visuelle du titulaire du présent marché et avec les graphistes cotraitant au marché pour la scénographie du musée qui conçoivent l'ensemble de la signalétique qui sera implantée dans les murs.

2. Descriptif des prestations attendues au marché

Le présent marché vise à imaginer, mettre en œuvre et décliner une identité visuelle au profit du musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole. Le prestataire sélectionné est tenu de proposer une identité visuelle représentative de l'équipement, facilement identifiable et cohérente avec le territoire valenciennois.

Après validation des principes généraux de la charte graphique, le prestataire sera tenu de réaliser l'ensemble des déclinaisons. Celles-ci sont établies dans la liste ci-dessous, de manière non-exhaustive. Des prestations et prix supplémentaires pourront être ajoutés par avenant au présent marché en fonction des déclinaisons rendues nécessaires par les activités du musée qui ne peuvent toutes être anticipées à ce jour. Le prestataire proposera des implantations d'affichage sur les façades du bâtiment et aux abords. Il fera les préconisations techniques pour chacune d'elles (dimensions, matériaux, etc.)

Pendant toute la durée de la réalisation du présent marché, le prestataire sera en relation constante avec un ou plusieurs agents du musée, de la Ville de Valenciennes et de Valenciennes Métropole. Particulièrement le prestataire doit anticiper dans son calendrier que les phases de conception de la charte graphique donneront lieu à :

- au moins deux réunions de travail avec la chargée de la communication numérique et du marketing, la direction du musée, et avec le service Communication de la Ville et de la Métropole (présence physique ou en distanciel du titulaire nécessaire, présence physique obligatoire pour la réunion de lancement)
- un comité technique qui réunira notamment les deux directeurs généraux des services de la Ville et de la Métropole pour valider la charte (présence physique du titulaire optionnelle)
- un comité de pilotage qui réunira les élus à la Culture de la Ville et de la Métropole pour valider la charte (présence physique du titulaire optionnelle)

Le prestataire proposera dans son offre une méthode de gestion de projet permettant à l'équipe du musée de suivre l'avancement du projet pas à pas.

2.1. Création de l'identité visuelle et de la charte graphique du musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole

Le musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole ne dispose actuellement d'aucune identité visuelle. Comme les candidats pourront le constater, le musée communique encore, notamment sur les réseaux sociaux, avec l'ancien nom et l'ancien logo du musée des Beaux-Arts de Valenciennes. Le musée ne souhaite pas que le titulaire s'inspire de cette ancienne charte : l'objectif est celui d'un renouveau qui passe par d'autres inspirations plus contemporaines pour concevoir l'identité du futur musée.

2.1.1. Création du concept graphique de l'identité visuelle

La conception de l'identité visuelle du musée revêt une importance capitale car elle forgera la première impression qu'auront les usagers potentiels, avant même leur venue sur site. Par ailleurs, la charte graphique sera garante de l'homogénéité des supports de communication institutionnels et promotionnels, offline comme online. Par conséquent elle devra mêler représentativité de la structure et attractivité. Le prestataire se concentrera sur les principes généraux énoncés dans l'introduction générale au présent cahier des charges, afin d'appréhender le plus finement possible le projet de musée des Arts et de l'Archéologie, ainsi que ses objectifs stratégiques et opérationnels. La réunion de lancement avec le titulaire permettra d'affiner ces principes pour que le titulaire se les approprient afin de travailler à la création d'une identité visuelle satisfaisante.

La phase de conception de l'identité visuelle et de la charte graphique sera itérative avec au moins deux réunions de travail à prévoir, en plus de la réunion de lancement, pour présenter à la chargée de la communication numérique et du marketing et la direction du musée, ainsi qu'aux services Communication de la Ville et de la Métropole dont la direction est mutualisée, les pistes graphiques. Dans ces premières phases de travail, le titulaire fera plusieurs propositions de pistes graphiques : trois

pistes seront proposées. Parmi ces trois propositions, une sera sélectionnée pour être éventuellement retravaillée (deux allers-retours de modifications maximum), puis déclinée à travers toutes les composantes d'une charte graphique.

2.1.2. Création de la charte graphique

La charte comportera impérativement les éléments décrits ci-après.

2.1.2.1. Le logo

Le logo du musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole doit être simple, contemporain, représentatif de l'image que souhaite véhiculer le musée et facilement identifiable. Comme dit dans le paragraphe précédent, il est demandé au prestataire retenu d'établir une proposition graphique constituée de trois prototypes de logos différents. À l'issue d'une réunion de travail de concertation avec les membres précités, un des prototypes sera sélectionné pour être retravaillé si nécessaire (deux aller-retour maximum), puis décliné.

Ces logos devront impérativement être déclinés :

- En couleur,
- En noir et blanc,
- Avec, intégration d'une baseline, reflétant le positionnement du musée (si cette option est retenue),
- Sous une forme abrégée (musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole : MAAV, Mudaav, MAAVAL, MAAVAM, MusaaV ou autre proposition que le titulaire imaginera), au format vertical et/ou horizontal, en majuscules ou en minuscules, en fonction de la pertinence.
- En favicône.

Les propositions du titulaire seront accompagnées d'un argumentaire visant à présenter le principe du prototype de logo, ainsi que ses avantages et ses inconvénients. Le logotype devra cohabiter harmonieusement avec les autres logos habituellement associés à celui du musée, à savoir principalement le logo de Valenciennes Métropole, le logo de la Ville de Valenciennes, celui des musées de France, celui des Monuments historiques, celui de la DRAC (préfecture de Région).

2.1.2.2. La typographie

Le prestataire fera une proposition de typographies en lien avec chaque piste graphique (soit trois propositions différentes au maximum) comprenant à minima une police de titre et une police de contenu pour les supports physiques (papier, bâche, etc.) et une police de titre et une police de contenu pour les supports numériques (usages sur le web, applications numériques éventuelles, etc.). Les typographies proposées devront toutes respecter les règles d'accessibilité universelle (lisibilité, interlignage, espacement des caractères, sans sérif, etc.). Ces propositions de typographies seront associées aux trois prototypes de logo à concevoir. Les polices de caractères proposées pourront être créées par le prestataire ou sélectionnées parmi des typographies existantes. Dans tous les cas, la cession des droits des polices retenues est comprise dans les prix exprimés par le candidat au bordereau des prix unitaires.

2.1.2.3. Le code couleurs

Comme pour le logo ou la typographie, le prestataire proposera jusqu'à 3 codes couleurs, un par piste graphique explorée. Le code couleurs sera sobre mais vif et attrayant, conforme à l'image contemporaine et accessible que le musée souhaite véhiculer. Il évoquera autant la dimension patrimoniale et muséale du site que la dimension d'ouverture au monde et de lieu d'échanges et de partage. Les codes couleurs sombres et/ou ternes et/ou « classique » (par exemple le rouge des salles

consacrées au XIX^e siècle au musée du Louvre, ou le marron des Monuments historiques) sont à proscrire. Devront être précisées les valeurs pantone, CMJN, RVB et hexadécimale, ainsi que les principes de traitement et d'insertion des couleurs (transparence, complémentarité, hiérarchie, intensité, contraste minimum à 70%, etc.)

2.1.2.4. Le choix d'une baseline

Comme évoqué plus haut, la détermination d'une baseline aurait vocation à spécifier et à démarquer le musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole. En effet cette dénomination « musée des Arts et de l'Archéologie », si elle est plus représentative de la diversité des collections du musée, reste aussi très classique et ne porte pas en elle la vocation d'un musée décatégorisé, ouvert à tous les usagers avec une forte vocation de partage, d'échange des idées et des expériences artistiques et culturelles. Aussi, le titulaire pourra proposer une baseline révélant de façon courte et explicite l'identité du musée vis-à-vis de ses usagers. Le pouvoir adjudicateur se réserve le droit de choisir l'une des baseline proposées ou de renoncer à cette option, si aucune proposition ne semble satisfaisante.

2.1.2.5. Principes éditoriaux, de mise en page et d'impression

Une fois la piste graphique sélectionnée par la maîtrise d'ouvrage, le prestataire effectuera les éventuelles adaptations et modifications demandées. Puis, il concevra la totalité de la charte graphique en intégrant l'ensemble des principes éditoriaux, de mise en page et d'impression, c'est-à-dire :

- les règles d'insertion de chaque composante de la charte (logo, titre, baseline, etc.),
- les marges et les positionnements pour chaque support de déclinaison,
- les règles éditoriales,
- les règles d'adaptation et de déclinaison pour chaque support,
- les principes généraux d'impression : type de papier, grammage, nombre et qualité des encres, nature de l'impression.

Sur ce dernier point, le titulaire aura à cœur de proposer des réponses présentant l'impact environnemental le moins élevé possible, chaque prescription devant être argumentée. Le musée fera notamment le choix de la risographie pour bon nombre de ses supports, essentiellement ceux dont les tirages sont faibles à modérés (jusqu'à 1000 exemplaires). Les supports pour lesquels la risographie est envisagée sont en italique dans les listes qui suivent.

2.2. Conception et mise en œuvre des déclinaisons de la charte graphique du musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole

Après validation des principes généraux de la charte graphique du musée, le prestataire concevra les principales déclinaisons de cette charte. Par la suite, il réalisera les mises en page complète de ces documents au fil des bons de commande qui seront émis par le musée.

2.2.1. Outils de communication administrative et institutionnelle

Dans cette catégorie, seront déclinées :

- la lettre et la suite de lettre,
- *la carte de visite dont le titulaire nous transmettra le fichier source pour déclinaison en interne,*
- *la carte de correspondance,*
- l'enveloppe (3 formats),
- le tampon,
- la signature de mail dont le titulaire nous transmettra le fichier source pour déclinaison en interne,
- la personnalisation du billet d'entrée,

- un sticker pour les emballages cadeaux de la boutique,
- la sacherie pour la boutique,
- le badge pour les agents du musée y compris la fourniture du fichier source pour déclinaison en interne par l'équipe du musée,
- la personnalisation-type de vêtements de travail des agents,
- l'habillage d'une oriflamme, d'un kakémono et d'une bâche.

Cette liste n'est pas exhaustive. Le musée pourra demander la réalisation d'autres déclinaisons durant la période d'exécution du marché, tel que le marquage de produits dérivés par exemple. Ces autres déclinaisons, non prévues aujourd'hui, feront l'objet d'un avenant avec création de prix nouveaux au BPU du marché.

2.2.2. Documents de communication

Les documents produits se répartissent dans trois familles :

- des documents promotionnels et de communication,
- des documents pédagogiques destinés soit aux enseignants, soit aux usagers,
- des documents pratiques et d'orientation des usagers.

Comme précédemment, la liste ci-dessous ne saurait être exhaustive. Toute demande supplémentaire fera l'objet d'un avenant.

Le musée et le titulaire prévoient une réunion de brief visant à fournir au titulaire des informations plus détaillées quant aux souhaits du musée, relatifs à chacun de ces documents de communication. Pour la conception de ces documents le titulaire sera force de proposition en ce qui concerne le format (dimensions et nombre de pages le cas échéant), le graphisme et le ratio texte/image. Il produira des prototypes et scénarios graphiques argumentés visant à renforcer ses propositions. Deux réunions de travail seront organisées pour déterminer conjointement la structuration générale de chacun des supports décrits.

Une fois le travail de conception validé, le musée éditera des bons de commande pour la mise en page des différents documents.

Ainsi, **l'attention du candidat est portée sur le fait que le travail de conception c'est-à-dire de création des gabarits n'est commandé et exécuté qu'une fois, tandis que le travail de mise en page sera commandé autant de fois que le document sera nécessaire.** Par exemple, il sera produit un unique gabarit de journal d'exposition, mais il sera mis en page autant de journaux d'expositions que d'expositions produites par le musée.

Les textes et les photographies ainsi que l'ensemble des droits qui leur sont attachés sont à la charge du musée qui les fournit au titulaire du marché. Le titulaire pourra solliciter auprès du musée la modification de certains textes, particulièrement lorsque le calibrage ne correspond pas à ce qui est attendu dans le document.

2.2.2.1. Les documents promotionnels et de communication

Les documents promotionnels et de communication auront pour objectif de valoriser et de promouvoir le parcours permanent des collections pour la réouverture du musée, puis les expositions temporaires et la programmation culturelle et événementielle.

Il s'agira de concevoir, puis de mettre en page des supports de communication liés à toutes les activités du musée : parcours permanent des collections, expositions temporaires, conférences, concerts, spectacles vivants de tout type, rencontres, programmation artistique et culturelle, etc.. La conception des prototypes de chaque document sera cohérente avec la charte graphique validée. La mise en page (création et fabrication graphiques) sera quant à elle adaptée à chaque commande. Ainsi, sur la base du prototype défini pour les affiches, chaque exposition temporaire aura son affiche personnalisée mise en page et déclinée aux différents formats print et web demandés. Les différents types d'activités (exposition, événementiel, cycle de rencontres, etc.) pourront faire l'objet de créations graphiques spécifiques, à condition qu'elles restent en adéquation avec le concept graphique général.

Dans la liste des documents envisagés qui suit, le musée n'a pas distingué l'événement tout à fait particulier que sera sa réouverture au public, les documents à produire étant similaires. Des informations plus détaillées sur le contenu et les attendus de chaque document seront transmises au titulaire du marché à l'occasion de la réunion de lancement. Certains de ces documents pourront donner à des versions en anglais et en néerlandais, ce qui est précisé ci-dessous.

- Mise en page (création et fabrication graphiques) d'un document de présentation générale du musée et de ses activités à visée de promotion touristique (FR / ENG / NL)
- Mise en page (création et fabrication graphiques) d'un programme semestriel du musée des Arts et de l'Archéologie (FR / ENG / NL)
- *Mise en page (création et fabrication graphiques) du rapport d'activité annuel du musée (FR / ENG / NL)*
- *Mise en page (création et fabrication graphiques) d'une plaquette de valorisation du mécénat*

Pour chaque activité (réouverture du musée, exposition temporaire, événement, etc.), le musée pourra solliciter tout ou partie des documents suivants :

- Mise en page (création et fabrication graphiques) d'une affiche qui pourra être déclinées en différents formats print et web
- Mise en page (création et déclinaison graphiques) d'un flyer
- *Mise en page (création et fabrication graphiques) de documents à destination de la presse à savoir un communiqué de presse et / ou un dossier de presse (FR / ENG / NL)*
- Mise en page (création et fabrication graphiques) d'insertions presse (presse écrite et web) à différents formats
- Mise en page d'un carton d'invitation au format numérique (pas d'impression à prévoir pour ce support, FR / ENG / NL)

2.2.2.2. Les documents pédagogiques et d'aide à la visite

À l'image des documents promotionnels, les documents pédagogiques suivront les principes de la charte graphique et les gabarits validés en phase de conception ; la mise en page comprendra la création et la fabrication graphiques de chaque document particulier. Ainsi, il sera produit un unique gabarit de principe de fiche pédagogique, mais autant de mises en page de fiches pédagogiques que de propositions d'activités à destination des scolaires.

Ainsi les documents suivants pourront être commandés :

- *mise en page (création et fabrication graphiques) d'un guide de visite pour le parcours permanent des collections (FR / ENG / NL),*
- *mise en page (création et fabrication graphiques) d'un journal d'exposition pour les expositions temporaires (FR / ENG / NL),*
- *mise en page (création et fabrication graphiques) d'un guide de visite en FALC (facile à lire et à comprendre) pour le parcours permanent des collections (FR),*
- *mise en page (création et fabrication graphiques) d'un journal d'exposition en FALC (facile à lire et à comprendre) pour les expositions temporaires (FR),*
- *mise en page (création et fabrication graphiques) d'un programme dans le cas d'un événement, d'un spectacle ou d'une conférence, par exemple,*
- *mise en page (création et fabrication graphiques) d'un dispositif de médiation (livret-jeux, poster-jeux ou autre dont le format précis sera à définir en phase conception des gabarits) à destination de tous types de publics pour le parcours permanent des collections (FR / ENG / NL),*
- *mise en page (création et fabrication graphiques) (livret-jeux, poster-jeux ou autre dont le format précis sera à définir en phase conception des gabarits) à destination de tous types de publics pour les expositions temporaires (FR / ENG / NL),*
- mise en page (création et fabrication graphiques) d'un catalogue ou d'actes de colloque dans le cas où la publication serait totalement portée et prise en charge par le musée, sans coéditeur (FR / ENG / NL),

- mise en page (création et fabrication graphiques) d'une revue intergénérationnelle, publication portée sans coéditeur par le musée
- mise en page (création et fabrication graphiques) d'un dossier pédagogique à destination des enseignants,
- mise en page (création et fabrication graphique) d'une fiche pédagogique à destination des enseignants.

2.2.2.3. Les documents pratiques et d'orientation des usagers

Ces documents visent à améliorer le confort des usagers en améliorant leur expérience de visite :

- mise en page (création et conception graphiques) d'un plan du musée (FR / ENG / NL)
- mise en page (création et conception graphiques) d'un plan sensoriel du musée (FR / ENG / NL), dont le titulaire nous transmettra le fichier source pour actualisation en interne pour la salle d'exposition temporaire
- mise en page (création et conception graphiques) d'un document présentant l'offre à destination des scolaires
- mise en page (création et conception graphique) d'un document présentant l'offre à destination des entreprises et des groupes constitués (groupes associatifs, groupes touristiques, comités d'entreprises, etc.)

2.3. Signalétiques permanente et temporaire

À l'exclusion du graphisme du parcours permanent des collections et des expositions temporaires, le prestataire retenu aura la charge de l'intégralité de la signalétique bâtementaire.

Lors de la réunion de lancement à prévoir sur place, le titulaire se familiarisera avec le bâtiment, ses abords et ses espaces intérieurs de manière à effectuer un repérage pour déterminer les positions stratégiques de la signalétique, tant à l'extérieur qu'à l'intérieur du musée, pour anticiper les circulations naturelles des usagers, pour observer la nature des matériaux qui serviront de supports à la signalétique proposée. Des plans seront transmis pour accompagner la réflexion et la conception à cette étape.

Toutes les propositions devront s'intégrer harmonieusement au site et à son architecture, tout en adoptant un style contemporain.

Il est à noter que les façades et l'axe central intérieur du bâtiment sont inscrits aux monuments historiques. Aussi il sera nécessaire de solliciter l'avis de l'architecte des bâtiments de France pour tous les supports de signalétique permanente qui y seraient disposés.

Le prestataire devra fournir un carnet de préconisations en termes de placements, de matériaux, de techniques de fixation et de lestage si nécessaire.

2.3.1. À l'extérieur du bâtiment (en ville, abords et façades)

En ville, le musée ayant changé de nom, il est nécessaire de refaire tous les panneaux directionnels qui guidaient, en proximité, les usagers vers le musée. Le prestataire mettra en page ces panneaux directionnels, en fonction des prescriptions de dimensions et de matériaux, imposés par les règles de signalétique routière et de signalétique urbaine existante, que le musée lui fournira.

Aux abords du musée, tout particulièrement sur la place verte et sur la façade principale de l'entrée des usagers, le prestataire prévoira la signalétique permanente et événementielle :

- bâche ou autre support à définir signalant le musée,
- bâche ou autre support à définir communiquant sur la réouverture, sur le parcours permanent des collections, puis au fil de la programmation sur les expositions temporaires et les événements.

À compter de la réouverture du musée au public, l'entrée des individuels se fera sur la façade opposée à ce qu'elle était avant les travaux (entrée côté place verte) ; il en va de même pour l'entrée des groupes (entrée côté rue des Incas). Il est donc impératif de signaler efficacement ces nouveaux accès.

Au-delà de l'aspect graphique et créatif, des préconisations sont attendues sur les matériaux à employer, sur la nature des impressions (ou gravure ou découpe laser ou autre technique à définir), sur les systèmes d'accrochage et de lestage si nécessaire. Ces préconisations prendront en compte avec pragmatisme les conditions réelles du site : usage de nacelles, inscription MH, temporalité des chantiers et contraintes de calendrier, moyens financiers et humains disponibles, etc. À l'issue de ces préconisations techniques effectuées par le prestataire, le musée se réserve le droit de les valider telle quelle ou de demander de les retravailler pour mieux répondre aux contraintes évoquées. Pour certains, l'architecte des bâtiments de France devra également les approuver.

2.3.2. À l'intérieur du bâtiment

Sont exclus de cette prestation tous les locaux accessibles aux publics (déjà pris en compte dans l'appel d'offres de scénographie) : accueil, boutique, documentation, bureaux, accueil groupes et PMR, réservation, vestiaires, sanitaires adultes, sanitaires enfants, etc. et tous les supports didactiques du parcours permanent des collections : textes de salles, textes de sections, cartels, etc. qui sont à la charge d'un des cotraitants de la maîtrise d'œuvre de scénographie. Dans un souci d'harmonie générale, la charte de la scénographie sera portée à la connaissance du titulaire du présent marché et réciproquement. Une réunion spécifique (en visioconférence ou en physique) permettra aux deux équipes d'échanger sur leurs travaux respectifs pour que le résultat présenté aux usagers soit cohérent.

Il s'agira de créer et mettre en page des oriflammes, de la PLV, des kakemonos ou tout support de communication mobile, pour informer et guider les usagers dans le cadre d'événements et d'activités ponctuelles (spectacles, conférences, etc.)

Pour tous ses supports, au-delà de l'aspect graphique et créatif, des préconisations sont attendues sur les matériaux à employer, sur la nature des impressions (ou gravure ou découpe laser ou autre technique à définir), sur les systèmes d'accrochage et de lestage si nécessaire. Ces préconisations prendront en compte avec pragmatisme les conditions réelles du site : usage de nacelles, inscription MH, temporalité des chantiers et contraintes de calendrier, moyens financiers et humains disponibles, etc. À l'issue de ces préconisations techniques effectuées par le prestataire, le musée se réserve le droit de les valider telle quelle ou de demander de les retravailler pour mieux répondre aux contraintes évoquées. Deux allers et retours de corrections, validation sont attendus pour cette étape. Certains devront être approuvés par l'architecte des bâtiments de France : le délai, plus long, nécessaire à cette validation devra être anticipé.

3. Collaboration entre le prestataire et le musée

3.1. Modalités de travail

Le prestataire et le musée conviennent d'un travail de suivi régulier, particulièrement au démarrage de la mission. Les réunions et autres échanges réguliers intégreront un ou deux membres du musée des Arts et de l'Archéologie, un ou deux membres du service Communication de la Ville et de la Métropole de Valenciennes, en fonction des sujets. Le musée sollicite la mise en place d'un outil de gestion de projet permettant à toutes et tous de suivre l'avancement du projet, particulièrement jusqu'à la mise en œuvre de la charte graphique. L'outil et la méthode de gestion de projet seront spécifiés et argumentés par les candidats dans leur mémoire technique.

Dans le cadre de sa collaboration avec le musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole, le titulaire s'engage à :

- être en relation constante avec le musée,
- assister à des réunions de projets régulières,

- tenir à jour la gestion du projet : outil de suivi, compte-rendu de réunions rédigés par le prestataire restituant l'ensemble des décisions prises,
- réaliser toute prestation graphique et technique relevant de ses compétences et liée à la bonne exécution du dossier.

Deux réunions de travail seront organisées immédiatement après la notification : la première sera une réunion permettant de se familiariser avec les lieux et de déterminer les modalités de collaboration entre musée, service Communication et prestataire. La seconde permettra au prestataire de présenter ses trois pistes graphiques pour la charte, à partir desquelles s'organisera une réflexion conjointe.

Toutes les prestations demandées donneront lieu à de nombreux échanges entre prestataire et pouvoir adjudicateur. Le travail s'organisera conjointement pour la charte, ses déclinaisons, les supports de communication et la détermination de la politique d'affichage. Le prestataire sera force de proposition et apportera les adaptations successives qui s'avèreront nécessaires pour aboutir à la version définitive validée par le musée et le service Communication.

Le prestataire aura un rôle de conseil pour toutes les missions qui lui sont confiées, mais aussi en ce qui concerne le marché d'impression et la politique d'affichage.

En fonction de leur nature, les documents pourront être déclinés en support print et/ou en web.

3.2. Éléments exclus du marché

Les prestations du marché ne comprennent pas :

- la rédaction des textes figurant dans les supports,
- la traduction des textes,
- les photographies du bâtiment, des œuvres et les droits associés à leur usage,
- la conception graphique des ouvrages publiés par le musée en coédition avec un éditeur,
- la signalétique bâtementaire prise en compte dans l'appel d'offres de scénographie,
- les textes didactiques dans les salles d'exposition.

3.3. Obligations du musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole

Le musée mettra à disposition du titulaire les informations et outils nécessaires à l'accomplissement de ses missions, à savoir :

- des photographies numériques avec légendes et crédits photographiques, le paiement des droits éventuels restant à la charge du musée
- le rédactionnel devant figurer sur chaque document à produire
- tout étude, plan, documentation produit par ailleurs pour le compte du musée et susceptibles d'être utiles au titulaire pour la réalisation de ses missions.

3.4. Obligations du titulaire

Le titulaire est soumis à une obligation de résultat. À ce titre, il s'engage à mettre en œuvre tous les moyens nécessaires à la bonne exécution des prestations définies au cahier des charges et au bordereau des prix unitaires, dans les délais impartis.

3.5. Durée de la collaboration

Le marché est conclu pour 4 ans ferme. Se référer au CCAP pour plus de précisions.

4. Propriétés des contenus

4.1. Cessions des droits de propriété intellectuelle sur les contributions autres que logicielles

Le titulaire cède à Valenciennes Métropole pour l'usage exclusif du musée des Arts et de l'Archéologie les droits de reproduction et de représentation de ses contributions. Cette cession est consentie à titre exclusif pour l'ensemble de ses contributions, dans le monde entier et pour la durée légale de protection, définie par le code de la propriété intellectuelle. Elle confère à Valenciennes Métropole pour le musée la faculté d'exercer, personnellement ou par l'intermédiaire d'un tiers, les droits patrimoniaux, objets de la cession.

Le prestataire accepte que les concepts graphiques créés dans la cadre du présent marché puissent être utilisés pour d'autres supports, non prévus par le présent marché, par d'autres services de Valenciennes Métropole ou par des partenaires (DRAC Hauts-de-France, Office de tourisme, etc.)

4.2. Droits d'exploitation cédés à Valenciennes Métropole pour le musée

Le droit de reproduction qui s'entend comme le droit de fixer ou de faire fixer matériellement les contributions pas tous procédés qui permettent de l'archiver ou de la communiquer au public et comporte notamment :

- le droit de fixer et de reproduire ou de faire reproduire les contributions en tout format sur tout support – papier, électronique, informatique, numérique ou magnétique – actuel ou futur, selon tous procédés connus ou inconnus et notamment par imprimerie, et tout procédé des arts plastiques et graphiques, enregistrement, par leur numérisation ; par leur stockage sous forme de fichier informatique dans une mémoire électronique,
- l'établissement de toutes copies et exemplaires, intégralement ou par extrait, en tout format, par tout procédés et sur tout support connu ou inconnu à ce jour (électronique, informatique, numérique ou magnétique),
- le droit de traduction et d'adaptation qui comprennent le droit de traduire ou faire traduire tout ou partie des contributions en toutes langues et de reproduire et de faire reproduire ces traductions sur tout support électronique, informatique, numérique ou magnétique, par tout procédé actuel ou futur et le droit de mise à jour de ces contributions,
- le droit de représentation qui s'entend comme le droit de communiquer les contributions au public par quelque procédé que ce soit et comprend :
 - le droit de représenter ou faire représenter les contributions à titre gratuit intégralement ou par extrait, en tout pays, pour tout public, en toutes langues par tous procédés et moyens de télécommunication inhérents à ce mode d'exploitation, et notamment optique, magnétique, ondes, câble, fil, satellite, réseau numérique, en vue de la réception individuelle et/ou collective à des fins culturelles, scientifiques et pédagogiques,
 - la représentation publique des contributions, intégralement ou par extraits, par tout procédé, à des fins de démonstration ou de promotion, de diffusion dans le cadre des services de la collectivité de Valenciennes Métropole,
 - le droit d'utilisation secondaire qui s'entend comme le droit de reproduire ou de représenter les contributions en tout ou partie afin de les intégrer à d'autres œuvres réalisées sur tout support précédemment mentionné, et permettre l'exploitation de produits dérivés à des fins de communication.

4.3. Exploitation

La cession des droits est consentie pour les activités internes au musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole, pour l'accomplissement de ses missions de service public, pour l'information gratuite des habitants du territoire et au-delà.

Les contributions feront notamment l'objet :

- d'une diffusion au public par les réseaux d'affichage, par la distribution et la diffusion des documents de communication, par l'achat d'encarts publicitaires (online et offline), par la présence du musée sur le web,

- d'une mise à disposition auprès des partenaires administratifs, culturels, touristiques, économiques et associatifs de Valenciennes Métropole et du musée des Arts et de l'Archéologie,
- d'une mise à disposition auprès des organes de presse et de médias à des fins de promotion et de diffusion.

4.4. Autres types d'exploitation

Les éventuelles exploitations commerciales par le titulaire seront soumises à l'accord préalable des parties et feront, le cas échéant, l'objet d'une convention particulière afin de fixer leurs modalités. Il est bien entendu convenu que le titulaire pourra représenter ses contributions lors de démonstrations professionnelles, dans son book ou sur les réseaux professionnels de son choix, dans la mesure où il respectera la primauté de la divulgation de la charte graphique à Valenciennes Métropole et au musée.

4.5. Garanties

Le titulaire garantit à la collectivité une jouissance paisible des droits cédés et concédés contre toute réclamation, revendication, recours ou action de toute personne ayant collaboré ou participé à la réalisation des prestations intellectuelles de l'objet du présent marché, ainsi que contre toute réclamation des sociétés de perception de droits.

L'autorisation sera requise notamment auprès des graphistes, illustrateurs, photographes, et autres producteurs de contenus qui seraient nécessaires au prestataire pour l'exécution des prestations. Pour l'usage de toutes ces productions intellectuelles, le titulaire devra soit s'assurer qu'elles sont libres de droits, soit obtenir la cession des droits d'auteur sur celles-ci. Les prix fixés au bordereau des prix unitaires sont réputés inclure cette cession de droits.

Le cocontractant garantit notamment être titulaire des droits d'exploitation objet du présent marché et ne pas les avoir déjà cédés à un tiers quelconque.

Par ailleurs, le titulaire garantit la collectivité contre toute réclamation, revendication, recours ou action fondée sur le droit à l'image des personnes et des biens, notamment en recueillant l'autorisation de la ou des personnes éventuellement concernées avant toute utilisation.

4.6. Respect du droit moral

La collectivité s'engage à respecter le droit moral des auteurs des contributions réalisées en exécution du présent contrat, notamment le droit à la paternité. À ce titre, les noms des personnes indiquées par le titulaire comme ayant contribué à la conception des créations apparaîtront sur les différents supports diffusés.

4.7. Protection contre les revendications

Le titulaire garantit la personne publique contre les revendications des tiers relatives à l'exercice de leurs droits de propriété littéraire, artistique ou industrielle, à l'occasion de l'exécution des prestations et de l'utilisation de leurs résultats, notamment pour l'exercice du droit de reproduire. Cette garantie est toutefois limitée au montant hors TVA du marché.

De son côté, la personne publique garantit le titulaire contre les revendications des tiers concernant les droits de propriété littéraire, artistique ou industrielle, les procédés ou les méthodes dont elle lui impose l'emploi.

Dès la première manifestation de la revendication d'un tiers contre le titulaire ou la personne publique, ceux-ci doivent prendre toutes les mesures pour faire cesser le trouble et se prêter assistance mutuelle, notamment en se communiquant les éléments de preuve ou les documents utiles qu'ils peuvent détenir ou obtenir.

Si le titulaire ne respecte pas les obligations du présent article, il s'expose à des poursuites.

5. Calendrier prévisionnel

Le calendrier prévisionnel est réalisé sur la base d'une notification prévisionnelle en octobre 2026. La réunion de lancement aura lieu durant la semaine du 19 au 23 octobre. En cas de retard dans la notification du marché, le planning sera décalé au prorata du retard.

Le pouvoir adjudicateur et le titulaire s'accorderont lors des réunions de travail sur l'ensemble des documents à produire prioritairement ou de manière secondaire, en vue de l'ouverture du musée des Arts et de l'Archéologie. Le planning prévisionnel fourni par les candidats dans le mémoire technique prendra en compte une ouverture fictive du musée le jeudi 19 octobre 2028. En cas de demande additionnelle non prévue au marché faisant l'objet d'un bon de commande, les délais accordés au prestataire pourront être étendus.

Octobre 2026 (semaine 1) :

Réunion de lancement au musée :

- Présentation du projet
- Présentation du titulaire
- Visite des lieux
- Méthode de travail (outil de suivi de projet, régularité des échanges, etc.)

Octobre- novembre 2026 (semaines 2-3) : 1 réunion de travail

Présentation des trois pistes graphiques

- Réflexions conjointes portant sur la charte graphique
- Transmission par le musée des informations complémentaires relatives au contenu des supports de communication et réflexion conjointe sur ces supports

Fin novembre 2026 : arbitrage en faveur d'une des trois pistes graphiques

Décembre 2026 – janvier 2027 (semaines 7 à 15) : 2 réunions de travail

Proposition du concept graphique choisi décliné

- Allers-retours : validation et/ou demandes de modification par le musée et le service Communication
- Retour d'analyse concernant la signalétique extérieure permanente et événementielle

Février 2027 – octobre 2027 : Conceptions graphiques, réalisations définitives et mises en page

Création et mise en page des panneaux de signalétique extérieure

Création et mise en page des premiers supports de communication (programme, offre scolaire, dossier pédagogique, plan du musée, etc.)

Les missions du titulaire dans le cadre du présent marché ne prendront pas fin à l'issue de ce calendrier prévisionnel. La réalisation des supports de communication sera échelonnée avant et après l'ouverture du musée, en fonction des événements et selon les besoins définis par le musée des Arts et de l'Archéologie de Valenciennes Métropole.