2.3.4. *Stockage pour le compte du client*

Le stockage pour le compte du client est une prestation de service qu'il conviendra de définir avec un soin tout particulier.

Doivent ainsi être déterminées :

- les modalités du transfert de propriété du stock : devient-il la propriété du client dès le tirage ou reste-t-il la propriété du fournisseur ? Quel est le fait générateur du transfert : l'entrée au magasin de stockage ou, par exemple, la livraison au lieu indiqué par le client ?
- les conditions de financement de ce stock : les imprimés mis en stock sont-ils payés par le client dès que le tirage est effectué, ou le fournisseur en assure-t-il le préfinancement, le paiement intervenant au fur et à mesure des déstockages ?

Des réponses apportées à ces questions dépendront :

- le coût de la prestation : en fonction des conditions imposées, l'acheteur pourra se voir facturer des frais de stockage plus ou moins importants. Ils devront être prévus dans les coûts ;
- la responsabilité exercée sur le stock, s'agissant en particulier de la surveillance de leur niveau ou de leur reconstitution dans le cas de détériorations ou destructions accidentelles.

Le détail de la prestation de stockage doit porter sur les points suivants :

- les quantités à stocker ainsi que leur durée de conservation ;
- les modalités de déstockage (FIFO, LIFO) ;
- les délais de mise à disposition, et moyens d'acheminement utilisés notamment pour les envois en urgence ;
- la fixation des règles d'inventaire (à la demande ou à date fixe) ;
- les modalités de consultation de l'état des stocks ;
- l'existence de contrôles réguliers ;
- et la mise au pilon des documents obsolètes.

Les lieux de stockage du fournisseur ou de son intermédiaire pourront au préalable être agréés par l'acheteur. Des renseignements les concernant tels que l'hygrométrie, la température, l'accès, la sécurité, la présence d'une enceinte protégée..., pourront être exigés.

2.3.5. *Prestations particulières*

En complément des informations décrites ci-dessus, les imprimés pourront recevoir un traitement spécifique tel que :

- des perforations horizontales, verticales, ou particulières qu'il faudra décrire et dont il faudra préciser l'emplacement au moyen d'un modèle coté ;
- un numérotage ;
- ou une impression complémentaire d'identification (codes à barres d'identification par exemple).

2.4. ***Caractéristiques propres à chaque catégorie de produits***

2.4.1. *Les formules*

Les formules sont des imprimés qui se présentent sous la forme d'un feuillet simple.

Les produits entrant dans la catégorie sont :

- les dépliants, formules comprenant plusieurs volets obtenus par pliage ;
- les affiches et affichettes, formules destinées à l'affichage, quel que soit leur format ;
- et les chemises.

Prestations particulières

Les formules peuvent quelquefois faire l'objet de façonnages particuliers :

- le rainage, le refoulage ;
- et le pliage (préciser le type de pli : roulé, portefeuille...).

2.4.2. *Les liasses à plat*

Les liasses sont constituées de formules assemblées pour la duplication.

Pour la duplication, le support est constitué le plus souvent de papier autocopiant. On utilise aussi, parfois, du papier à dos carboné ou des feuillets carbonés que l'on intercale entre les feuillets de la liasse.

Chaque feuillet, dit « partie élémentaire », devra être décrit individuellement ainsi que son rang dans la liasse.

Prestations particulières

L'attention de l'acheteur est appelée sur les contraintes du stockage des liasses imprimées. Leur durée de vie est, en effet, liée à celle du mode de duplication et est, dès lors, directement liée à leurs modalités de conservation.

Les acheteurs veilleront donc, d'une part à s'assurer de leurs parfaits conditionnement et stockage, d'autre part à ne pas posséder de stocks pléthoriques.

La présence de zones à sensibiliser ou à l'inverse à désensibiliser, de façon à activer ou à neutraliser l'action de l'autocopiant devra être signalée avec, au besoin, une cotation de la maquette.

2.4.3. *Les brochures*

Les brochures sont des ouvrages imprimés obtenus par brochage de cahiers.

Le brochage est l'ensemble des opérations que l'on fait subir à des feuilles imprimées pour leur donner l'aspect d'un livre. Les feuilles sont pliées en cahiers assemblés et cousus ou collés de telle manière que les pages soient facilement accessibles à la lecture. Elles forment un ensemble compact sur lequel vient s'ajouter une couverture, souple ou rigide, destinée à parer la brochure et à la protéger.

Les cahiers sont l'unité de base dans la constitution d'une brochure ; ils sont formés à partir d'une feuille imprimée pliée en 8, 16 ou 32.

Les liasses assemblées et solidarisées entre elles pour former des piqûres, des registres, ou des blocs, entrent dans cette catégorie. Dans ce cas le nombre de liasses constituant l'ensemble devra être indiqué.

Les différents produits entrant dans la catégorie sont :

- les brochures cousues : l'assemblage des cahiers est fait par couture. La couverture est collée au dos ;
- les reliures sans couture : système de reliure où la couture est remplacée par un collage. La couverture est alors dite emboîtée ;
- les piqûres : ouvrages comprenant un nombre réduit de feuillets maintenus par un fil métallique (agrafe). On distingue la piqûre à cheval, où les feuillets encartés sont piqués sur le pli avec la couverture, de la piqûre à plat où les

feuillets, superposés, sont piqués dans leur épaisseur au bord du dos avec la couverture. Dans ce dernier cas, la couverture comprend deux parties dénommées plat dessus et plat dessous. La couverture peut également être emboîtée et maintenue par collage ;

- les reliures à spirale : système qui consiste à pratiquer dans des feuilles ou des cahiers préalablement assemblés et rognés au dos, des perforations dans lesquelles sera placé un lien généralement métallique ;
- les registres : livres dont les pages présentent une réglure spéciale qui impose une parfaite coïncidence entre les pages du recto et celles du verso ;
- les blocs : feuilles réunies généralement par collage sur la tranche, de sorte qu'on puisse les détacher facilement.

Le type de reliure (couture, reliure sans couture, piqûre reliure emboîtée...) sera choisi en fonction de l'usage qui sera fait du document.

Prestations particulières

L'acheteur public peut déléguer au fournisseur l'accomplissement des obligations légales d'éditeur auxquelles il est soumis.

2.4.4. *Les produits en continu*

Entrent dans cette catégorie les produits imprimés qui se présentent sous forme de paravents ou de bobines et destinés à une exploitation en informatique.

Ils sont munis sur le côté de bandes perforées, ou bandes caroll, destinées à l'entraînement lors de leur utilisation sur une imprimante.

Le marché peut porter sur la production de :

- paravents simples ou liasses en continu ;
- papier de listage (listing) : papier en continu, sans impression ou pouvant comporter un lignage horizontal régulièrement espacé (zonage) ;
- plis postaux : gamme de produits qui, après exploitation en informatique, sont transformés en plis pour être expédiés.

Prestations particulières

Les précisions suivantes devront, éventuellement, être apportées :

- les bandes *caroll* sont ou non détachables (décarollage) ;
- le type de l'imprimante sur laquelle l'imprimé est destiné à être traité (imprimante laser ou à impact) ;
- le mode d'enliassage (griffage, multiflex...) ;
- et les perforations dans le pli.

2.4.5. *Les enveloppes*

Les produits entrant dans la catégorie sont :

- les enveloppes ordinaires où la patte de fermeture est sur le grand côté ;
- les pochettes où la patte de fermeture est sur le petit côté ;
- et les pochettes à soufflets.

Ces produits peuvent être avec ou sans fenêtre.

Prestations particulières

Fabrication

Pour une exploitation de mise sous pli mécanisée, la découpe et les dimensions de l'enveloppe, tout particulièrement de sa patte et de son ouverture, sont à indiquer. Les références du matériel utilisé pour cette mise sous pli (marque et type) peuvent être utilement précisées.

La patte de fermeture est en pointe, ou trapézoïdale, ou en trapèze biseauté...

En présence d'une fenêtre, il y aura lieu d'indiquer avec précision sa dimension et son positionnement au moyen d'une maquette cotée.

La plus grande attention doit être accordée aux normes postales.

La fermeture peut être gommée, auto-collante avec ou sans bande siliconée, avec un adhésif...

La fenêtre est en papier cristal ou en polystyrène, mat ou brillant.

L'enveloppe pourra être doublée (mise en place d'une serpente).

Les enveloppes sont imprimables à l'extérieur et à l'intérieur.

Stockage

Les conditions de stockage et de conservation exigées devront être précisées (hygrométrie, notamment) pour le gommage et la prévention des déformations.

2.4.6. *Produits et travaux particuliers*

Produits particuliers

Une liste exhaustive des produits particuliers entrant dans la catégorie ne peut pas être établie, en raison de leur grande variété.

Toutefois, à titre d'exemples, peuvent être cités :

- les affiches de grande dimension (se référer à la partie formules, pour les descriptifs techniques) : papier plus épais avec traitement de surface ;
- les étiquettes (voir formules ou produits en continu) : caractéristiques du papier et du mode d'encollage (gomme, auto-collant...) sont à définir ;
- les chemises complexes (voir formules) : décrire leurs formes, le façonnage ;
- les transparents, les pochettes plastiques, les reliures mobiles... ;
- les plis couverts.

Prestations particulières

Le marché d'impression peut concerner des travaux particuliers connexes aux prestations d'imprimerie courantes et qui demandent de la part du fournisseur un savoir-faire ou des équipements spéciaux.

Le traitement de fichiers magnétiques

Le descriptif des fichiers doit être complet (support, logiciel, version, dessins d'enregistrement, codes utilisés...).

Il conviendra de préciser le traitement que le fournisseur doit réaliser pour exploiter les fichiers (conversion, mise aux normes postales d'un fichier d'adresses...).

Si la prestation comprend la mise à jour des fichiers, il conviendra de préciser les modalités de cette mise à jour (logiciel, mise à jour automatique, par remise d'un fichier de substitution ou de fichiers de mise à jour, saisie demandée au fournisseur, périodicité...).

Les informations relatives à une déclaration des fichiers à la CNIL (1) ou à des impératifs de confidentialité doivent être signalées.

(1) Commission nationale de l'informatique et des libertés, 21, rue Saint-Guillaume 75007 Paris.

Les périodiques. – Les opérations de marketing direct

Les périodiques pouvant revêtir des formes variées, pour la définition des caractéristiques techniques, il faudra se reporter à la présentation figurant ci-avant pour le produit correspondant.

Pour la diffusion, il faudra préciser la périodicité et la régularité de parution, les modalités de gestion du fichier des abonnés, les règles de diffusion (administrative et/ou publique).

La possibilité de travailler le dimanche et les jours fériés peut être demandée au fournisseur.

Les cahiers des charges doivent prévoir si les obligations légales d'éditeur sont ou non déléguées par l'acheteur public au fournisseur.

La vente des produits imprimés

La vente des produits imprimés des administrations publiques (documentation et, éventuellement, formulaires), peut être confiée à un prestataire de services (imprimeur, éditeur ou diffuseur).

Les liens entre l'acheteur et son fournisseur devront, en particulier, régler clairement les questions relatives à la propriété des droits de reproduction qui pourraient exister sur des ouvrages, à la propriété des produits mis en vente, à la nature de la prestation demandée et à la destination des recettes des ventes.

En effet, les réponses apportées à ces questions donnent naissance à des situations de nature différente tant au plan juridique que financier.

2.5. *Quelques exemples de mini-guides d'achat*

Dans le but d'aider l'acheteur public à définir son cahier des charges, les responsables techniques de plusieurs entreprises des industries papetières et graphiques ont rédigé des mini-guides d'achat de formules, d'enveloppes, de liasses à plat et de liasse en continu.

Ces mini-guides dressent une liste des indications concernant l'utilisation, la présentation, et la nature des documents commandés par l'acheteur public qui peuvent être utilement mentionnées dans le cahier des charges.

2.5.1. *Mini-guide d'achat de formules*

Définition

Les formules sont des imprimés, qui se présentent sous la forme d'un feuillet simple, de dimension variable.

Entrent dans cette catégorie d'imprimés :

- les dépliants, formules comprenant plusieurs volets obtenus par pliage ;
- les affiches et affichettes, formules destinées à l'affichage ;
- les chemises et dossiers, formules destinées au classement.

2.5.1.1. Utilisation

Il est nécessaire de préciser clairement les utilisations qui seront faites des formules telles que :

- usage sur imprimante « laser » ou sur photocopieur.

  Dans ce cas les capacités de la machine sont précisées : imprimante de bureau, moins de 20 copies/mn ; imprimantes informatiques, plus de 20 copies/mn ;