

## 2.3. Méthodologie pour la mise en œuvre

### 2.3.1. Analyse des besoins

Le responsable du projet devra mesurer le besoin réel de l'organisme pour lequel il travaille. Il lui faudra procéder tout d'abord à une étude de notoriété pour savoir comment son image est perçue du public.

Pour élaborer ou modifier un élément ou l'ensemble d'une charte graphique, il faudra prendre en compte :

- la culture du service public, qui peut être définie comme la somme des valeurs acquises et reconnues au cours de l'histoire (objectivité, équité, intégrité...);
- la politique de l'organisme qui définit les objectifs vers lesquels il veut tendre en s'appuyant sur la culture (accessibilité, efficacité...);
- la stratégie choisie, à savoir l'ensemble des mesures à mettre en œuvre pour atteindre ces objectifs,

*Exemple :*

- pour rendre le service public plus accessible on cherchera à améliorer :
  - la qualité de l'accueil ;
  - la qualité de l'écoute ;
  - la disponibilité du personnel ;
  - les moyens de communication.

Si elles le sont, elles doivent se poser quelques questions essentielles, à savoir :

- une charte graphique, pourquoi ?
- existait-il auparavant une charte graphique ?
- si oui, pourquoi la changer ?
- si l'on crée une nouvelle charte, l'ancienne a-t-elle échoué ? pourquoi ?
- qui veut changer la charte ?

Ces questions ont l'intérêt de définir le besoin. Il est probable qu'une consultation du personnel sera nécessaire pour obtenir la plus grande adhésion possible.

Cette consultation devra répondre aux questions fondamentales :

- qui sommes-nous ?
- que faisons-nous ?
- où allons-nous ?

Le besoin clairement défini après cette première phase d'enquête, il conviendra encore d'établir un questionnaire portant sur les points suivants :

*Adéquation du style*

- y a-t-il dépendance vis-à-vis de l'identité d'une direction de tutelle ?
- le cas échéant, y a-t-il des services ou organismes dont il faut se distinguer ? auxquels s'identifier ? Lesquels ?
- parmi des documents existants, quels sont ceux qui vous paraissent exemplaires ?

*Moyens d'expression*

- quelles sont les techniques de reproduction le plus souvent utilisées ou susceptibles de l'être ?
  - imprimerie (offset, sérigraphie, cartonnage, etc.) ;
  - reprographie, télécopie ;
  - tampons, timbrage ;

- cinéma, vidéo, informatique et télématique ;
- trois-dimensions (expositions, stands, panneaux signalétiques, enseignes, véhicules, etc.).

#### *Types de documents*

- quelle est la destination des réalisations ? (scientifiques, grand public, culturelles, de formation, etc.) ;
- quels sont les documents le plus souvent produits ? (catalogues, rapports, dépliants, brochures, circulaires, livres, manuels, affiches, formulaires, etc.) ;
- quelles sont les mises en page le plus souvent réalisées ? (textes continus, tableaux, statistiques, catalogues, tarifs, etc.).

#### *Moyens techniques*

- quels sont les traitements de texte disponibles ?
- y a-t-il des interférences avec d'autres matériels ?  
(compatibilité de procédés, de formats, de formulaires, etc.).

#### *Logo*

- l'utilisation d'un logo est-elle nécessaire ?
- en cas de logo existant, y a-t-il lieu de le remplacer ?  
(Voir chapitre logo.)

### 2.3.2. *Création d'un groupe de travail ad hoc*

Une commission sera chargée de préparer le programme de la charte graphique. Elle pourra être constituée d'un représentant de chacun des principaux départements de l'organisme (disciplines différentes : administration, bureautique, imprimerie, expéditions, etc.) qui participera aux réflexions et assistera régulièrement à toutes les présentations de projets. La commission devra être présidée par un responsable détenant un pouvoir décisionnaire.

### 2.3.3. *Procédures recommandées*

2 types de procédures ont en commun d'être longues et coûteuses :

- l'appel d'offres avec concours ;
- l'appel d'offres sur performances.

En l'espèce, la procédure recommandée est celle de l'appel d'offres restreint.

#### 2.3.3.1. Appel d'offres restreint

La procédure de l'appel d'offres restreint est régie par le code des marchés publics aux articles 96 à 97 *quater* (marchés de l'Etat et de ses établissements publics autres que ceux ayant le caractère industriel et commercial) et 298 *bis* à 300 *bis* – marchés passés au nom des collectivités territoriales et de leurs établissements publics).

Le code des marchés publics prévoit que les candidats ne peuvent adresser leurs offres qu'après décision de la PRM, qui fixe la liste des candidats (admis) « en tenant compte des garanties professionnelles et financières présentées par chacun des candidats » ou d'autres critères, à condition qu'ils soient spécifiés dans le règlement de la consultation, et qu'ils ne soient pas contraires à l'objet du marché ou à ses conditions d'exécution (CMP art. 97 et 299 *bis*).

Comme dans le cas de l'appel d'offres ouvert, l'administration choisit en fonction de critères divers énumérés par le code : « la personne responsable du marché élimine les offres non conformes à l'objet du marché et choisit librement

l'offre qu'elle juge la plus intéressante en tenant compte, notamment, du prix des prestations, de leur coût d'utilisation, de leur valeur technique et du délai d'exécution » (CMP art. 97 *bis* et 299 *ter*). Dans une circulaire du 25 septembre 1991, il est rappelé que l'administration ne peut pas se fonder, dans cette procédure, sur le seul critère du prix : « La solution qui consiste à privilégier de manière exclusive le critère du prix et à choisir systématiquement l'offre la moins disante au détriment d'une étude complète des quatre autres critères prévus par les textes (...) ne peut être considérée comme conforme à l'esprit et à la lettre de la réglementation. » A la différence de l'adjudication, l'attribution n'est donc pas automatique. Par ailleurs, les plis ne sont pas ouverts par la CAO en séance publique.

## 2.4. *Conseils pratiques pour la rédaction des documents de consultation*

### *Avertissement*

Le guide du GP/EM/AB doit être considéré comme un document de travail utilisable pour la réalisation d'un logotype et d'une charte graphique s'inscrivant éventuellement dans le cadre d'une opération de communication.

La procédure de consultation est, en règle générale, celle de l'appel d'offres (appel d'offres classique ou appel d'offres sur performances).

Le cahier des clauses administratives générales (CCAG) applicable aux marchés de prestations intellectuelles est le plus indiqué pour ce type de marché.

Les acheteurs publics peuvent se référer utilement aux documents ci-après relatifs au règlement de la consultation, au cahier des clauses administratives particulières (CCAP) pour les marchés d'études autres que de maîtrise d'œuvre, la déclaration des candidats figurant aux recueils de formulaires commentés.

### 2.4.1. *Liste des pièces d'un dossier de consultation des entreprises et documents types correspondants*

INTITULÉ DES DOCUMENTS	RÉFÉRENCES (1)
Règlement de la consultation	Modèles ci-après
Lettre de candidature et habilitation du mandataire par ses cotraitants	DC 4
Déclaration du candidat	DC 5 F (candidats établis en France) ou DC 5 E (candidats non établis en France) (volet 1) DC 6 (volet 2)
Acte d'engagement	
Annexe financière à l'acte d'engagement	
Cahier des clauses administratives particulières (CCAP)	Modèle ci-après
Cahier des clauses techniques particulières (CCTP)	Modèle ci-après
(1) Pour avoir la dernière version des formulaires, consulter le site Internet du ministère des finances : <a href="http://www.finances.gouv.fr">http://www.finances.gouv.fr</a>	

DOCUMENT CONTRACTUEL NE FAISANT PAS PARTIE DU DOSSIER DE CONSULTATION	
Cahier des clauses administratives - Prestations intellectuelles (CCAG-PI) - applicable aux marchés d'études autres que de maîtrise d'œuvre.	Brochure n° 2012 des J.O. (disponible aux <i>Journaux officiels</i> )